



---

# **Universidad de Valladolid**

Curso 2016/2017

Máster Oficial en Investigación de la Comunicación como Agente  
Histórico-Social | Trabajo de Fin de Máster

## **Periodismo de viajes y su difusión de estereotipos culturales. La imagen de las poblaciones indígenas de Latinoamérica en blogs especializados**

**REALIZADO POR:** Rosa Flor de María Pérez Tzaquitzal

**TUTORAS:** Dra. Salomé Berrocal Gonzalo / Dra. Eva Campos Domínguez

Valladolid, España. Julio de 2017

## Agradecimientos

Este trabajo habla sobre encuentros de mundos y de culturas. Habla sobre dejar el hogar para ir en busca del conocimiento de los otros, para permitir que los demás nos enseñen y poder así, emprender el regreso a lo nuestro, como nuevas personas, enriquecidas y diferentes.

Esta investigación sobre los viajes no hubiera sido posible sin uno. El viaje que emprendí de Totonicapán, Guatemala a Valladolid, España, en septiembre de 2016 y que me trajo a estudiar una maestría a la Universidad de Valladolid.

Agradezco a todos los maestros que fueron parte mi formación, por compartir su conocimiento, ampliar mis perspectivas académicas y hacer que esperara con ilusión cada sesión, incluso cuando nos congelábamos en clase.

A mis compañeros del máster, viajeros también; por demostrarme que podemos proceder de lugares muy distantes, pero siempre podremos compartir lo esencial: las expectativas, los sueños y la amistad. Gracias por ser mi familia este tiempo.

Y por supuesto, gracias a mi familia que a la distancia me apoyó siempre. A los bebés de la casa y a mis hermanos, que a pesar de estar a miles de kilómetros, siempre me han hecho sentir que no estoy sola en el mundo. A mis padres, por darme esa sangre k'iche' y tz'utujil que es parte fundamental de mi identidad; por darme libros, música, educación y libertad, porque todo su esfuerzo y su ejemplo me han ayudado a volar. A esa energía infinita, que algunos conocemos como Dios, por guardarme y bendecirme en todo momento.

Al programa Eurica de Erasmus Mundus, por haber creído en mí y otorgarme una beca para estudiar en el extranjero. Mi profunda gratitud en nombre de todas las personas que hemos sido favorecidas con su proyecto y que esperamos retribuir esta gran oportunidad aportando a nuestros países que tanto lo necesitan.

Finalmente, a las dos maestras que me guiaron por este insospechado, cansado, pero siempre emocionante proceso del Trabajo de Fin de Máster. A la doctora Eva Campos,

quien con su vasta experiencia en el periodismo digital, supo sacarme de un torbellino confuso de ideas para colocarme en el camino correcto; a pesar del poco tiempo compartido, me quedo con su ejemplo de claridad y profesionalismo. Gracias por seguir pendiente de mi trabajo, incluso cuando su tiempo pertenecía a alguien mucho más importante.

Pero, sobre todo, agradezco a la doctora Salomé Berrocal, quien con una inagotable paciencia y comprensión, me guió por ese camino hasta su punto culminante. Gracias por tener las palabras correctas en los momentos más críticos; por la confianza, el apoyo y el cariño demostrado. Espero haber cumplido sus expectativas o poder seguir trabajando para lograrlas. Después de todo, usted nos ha demostrado que la investigación académica siempre estará llena de nuevas posibilidades. Gracias, querida Salomé.

*“Yo supe que era indio hasta que bajé a la Antigua (ciudad).*

*Entonces le pregunté: ¿Y qué eras antes?*

*Persona, me respondió”.*

Conversación con Luis de Lion, escritor indígena,  
desaparecido en la guerra civil guatemalteca

*“En nuestro sistema comunicacional  
el sur (tercer mundo) es un infierno o un paraíso,  
pero jamás un espacio normal con pueblos normales”.*

Ignacio Ramonet

# Tabla de contenido

## **CAPÍTULO I: Introducción, Justificación y Objetivos**

1.1 Introducción	6-10
1.2 Justificación del tema	10-11
1.3 Objetivos de la investigación	11-12

## **CAPÍTULO II: Marco teórico**

2.1 Periodismo de viajes	13
2.1.1 Historia del periodismo de viajes	14-44
2.1.2 Del subgénero a la especialización periodística	44-52
2.1.3 Ecosistema mediático: Periodismo de viajes en la era de Internet	52-59
2.2 Narraciones de viajes, creadoras de la imagen del “Otro”	59-62
2.2.1 Estereotipos culturales en el periodismo de viajes	62-65

## **CAPÍTULO III: Metodología**

3.1 Definición del problema	66
3.2 Hipótesis y preguntas de la investigación	67-68
3.3 Diseño de la investigación	68-76

## **CAPÍTULO IV: Resultados**

4.1 Blogs de viajes españoles	77-91
4.2 Blogs de viajes latinoamericanos	92-103

## **CAPÍTULO V: Conclusiones**

5.1 Confirmación o refutación de hipótesis y sub-hipótesis	110-111
5.2 Perspectivas futuras	111-112

<b>Bibliografía</b>	113-118
---------------------	---------

# 1. INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

## 1.1 Introducción

Desde que el ser humano tuvo conciencia de su capacidad de desplazamiento, los viajes se convirtieron en una necesidad física y psicológica para su desarrollo y convivencia dentro de una tribu o sociedad. Según Rivas (2006) el deseo de viajar respondía al deseo de explorar y descubrir lo desconocido, que después se adoptaría como forma de vida en culturas como la griega y la fenicia.

A la par del viaje se desarrolló el relato del viaje, como una forma de completar la experiencia (Forneas, 2004) y de transmitir el conocimiento adquirido por el viajero a los demás miembros de su comunidad. De esta acción inherente al instinto de comunicación del humano, surge la literatura y el periodismo de viajes, dos especialidades que se han cruzado y complementado a lo largo de los años, hasta el punto de que no existe claridad en ubicar sus respectivos orígenes. Para Castillo-Puche (1967) el libro de viajes es el antecedente del periodismo viajero, pero según Acosta (1973) fue primero el instinto informador, incluso desde antes de la invención de la escritura, por lo que los primeros hombres que viajaron y relataron sus hallazgos fueron una especie de protoperiodistas.

Lo que queda claro es que la historia de las expediciones y los descubrimientos del mundo occidental, también es la historia de la literatura y el periodismo de viajes. El desarrollo de la escritura y la invención de la imprenta fueron las principales difusoras de los relatos de expediciones y aventuras; además de ser responsables de la perpetuación de los mitos sobre los pueblos nativos y los lugares descubiertos por los colonizadores (Todorov, 2007).

La llegada de los europeos al Nuevo Mundo, inició un camino de conocimiento mutuo marcado por los mitos y la idiosincrasia de la época. Es probable que de parte de los indígenas americanos también hayan existido creencias que marcaran sus ideas sobre

los colonizadores, pero no se tienen registros al respecto. En cambio, de parte de los españoles, las Crónicas de Indias y la literatura de viajes, han dejado prueba de las primeras descripciones que hicieron los navegantes sobre los aborígenes. Explica Todorov, que en realidad a los colonizadores no les hacía falta conocer a profundidad a los indígenas, porque los “inventarían” desde la perspectiva de sus preconcepciones religiosas o novelísticas. De ahí que se les concibiera reafirmando la identidad cultural de los primeros, es decir, desde la superioridad del eurocentrismo.

La imagen dicotómica del indígena bueno y el indígena malo, que es parte de un entorno exótico y paradisíaco, prevaleció en las narraciones de viajes respondiendo a las necesidades de los viajeros de cada época. En el caso de la Ilustración, según Charliat (1982) los viajeros se preocupaban por documentarse y leer mucho sobre los destinos que visitarían antes de partir, pues sus objetivos eran académicos y científicos. Por el contrario los viajeros del Romanticismo, siguiendo la filosofía predominante de la época, disfrutaban los viajes como una oportunidad de evasión, inspiración o iniciación y elegían los destinos más exóticos e inexplorados, pues creían que les podían acercar al origen de todo; los relatos sobre sus travesías eran tan exitosos entre sus contemporáneos, que las sociedades geográficas comenzaron a patrocinarlas (Miège, 1980).

El auge de la prensa y las revistas especializadas en viajes en el siglo XX, coinciden con el crecimiento de la industria turística, por lo que muchas publicaciones sobre viajes adquieren un tinte publicitario. Aguirregoitia y Fernández (2008) lo llaman periodismo turístico y le dan atribuciones eminentemente comerciales, como formar parte de la creación de imágenes de destinos que convenzan al público de viajar. Una tendencia que permanece en el ciberperiodismo de viajes.

La extensa historia de los viajes y los cambios en los paradigmas de la comunicación, dejaron al nuevo milenio con un panorama de estudios muy amplio para el periodismo de viajes. Un cuadro que comenzó a hacerse más extenso y complejo con el despunte de Internet, el traslado de los periódicos de papel a la web y el

surgimiento de los medios nativos digitales, además de fenómenos comunicativos como los blogs en la primera década del siglo XXI.

La democratización de la información y los cambios en los perfiles de los periodistas han hecho que muchos estudios no se centren tanto en el autor de la información sino en los procesos y en la información misma. Opiniones como la de Jarvis (2014) que afirma que cualquier persona puede ser periodista si sabe utilizar los recursos para generar información de calidad, sumergen a las posiciones teóricas en constantes contradicciones.

Desde sus inicios, esta investigación se propuso aclarar el panorama del periodismo de viajes en línea y hacer una revisión de su difusión de imágenes y estereotipos culturales. No obstante, al hacer una primera revisión documental y la exploración previa de sitios web, se encontraron las siguientes dificultades:

- Existe demasiada información sobre viajes en Internet, pero no hay una forma estandarizada de identificar la que es periodística. Que un texto sea publicado por un medio de comunicación no garantiza que cuente con las características del periodismo. Tampoco se puede descartar el contenido de sitios independientes, que a menudo presentan información de calidad que nada tiene que envidiarle a la de los grandes medios.
- La carencia de investigaciones y teorías sobre el periodismo de viajes obliga a recurrir a materiales de otros campos como la filosofía, la literatura, la antropología, la sociología, entre otras ciencias y disciplinas que han estudiado la naturaleza e historia de los viajes y su relación con la cultura y la creación de identidades. Si bien, tener información de diferentes campos puede enriquecer una investigación, cuando no se cuenta con mucho tiempo para adaptarlo al campo de la comunicación, esto puede generar el efecto contrario.
- La falta de consenso en las definiciones de periodismo de viajes, sus características o alcances, así como la ambigüedad de la figura de quien lo ejerce, dificulta la delimitación de una investigación y la selección de una metodología y su respectiva muestra.

Para superar las dificultades encontradas, se dirigió la investigación solamente a los blogs de viajes personales, considerando que sus características de individualización, libertad de publicación y narrativa, los han convertido en herederos de la crónica viajera de antaño, género estrella de la literatura de viajes y objeto de múltiples investigaciones que podrían servir de referencia.

Al existir miles de blogs de viajes en la web, se eligió trabajar con los publicados por los periódicos más importantes de España y Latinoamérica, para tener el respaldo periodístico de los medios y hacer una comparación de contenidos entre ambos continentes.

Se decidió analizar las imágenes y estereotipos difundidos en los blogs sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica, por ser la autora de la investigación miembro de ellos y tener un conocimiento cercano sobre sus identidades; además de los vínculos históricos entre España y América y la creciente afluencia de turistas occidentales a estas poblaciones, razones que se detallarán en los siguientes epígrafes.

Después de las primeras revisiones documentales y la exploración previa a algunos blogs de viajes, se formularon las siguientes hipótesis:

- Los blogs de viajes de los periódicos de mayor difusión en España publican informaciones que refuerzan estereotipos negativos sobre las culturas indígenas de Latinoamérica. En sus relatos predominan las imágenes superficiales, exóticas, folclóricas y caricaturizadas sobre estas poblaciones.
- A diferencia de los blogs españoles, los blogs de viajes de los periódicos latinoamericanos, publican informaciones más profundas, respetuosas y contextualizadas de los pueblos indígenas latinoamericanos.
- Los autores de los blogs de viajes, tanto en España como en Latinoamérica, no son periodistas especializados, sino viajeros invitados a compartir sus experiencias y consejos con otros viajeros. Con el predominio de Internet en la difusión de la información y la expansión de los espacios, la mítica figura del periodista de viajes está en decadencia y con ella, también disminuye la

información rigurosa y apegada a los principios periodísticos de veracidad, profundización e investigación.

Para refutar o confirmar las hipótesis, se eligió una metodología que combina la revisión bibliográfica y el análisis de contenido. La primera parte servirá para conocer la evolución de la literatura y el periodismo de viajes a través de la historia, con énfasis en los encuentros culturales derivados de las exploraciones, colonizaciones y conquistas de las primeras civilizaciones conocidas. Aquí también se encontrarán las descripciones originales de los viajeros españoles sobre las poblaciones indígenas latinoamericanas, que pueden dar luces sobre los imaginarios que construyen las percepciones actuales.

Con el análisis de contenido se revisarán tres puntos esenciales de los blogs: quiénes los escriben, qué escriben y cómo lo escriben. En la parte del contenido será fundamental hallar las posibles imágenes o estereotipos negativos que se transmiten sobre los pueblos indígenas y verificar si son una tendencia y si se presenta tanto en España como en Latinoamérica.

Se espera que con los resultados de este trabajo se haga un primer acercamiento al tema de la construcción de identidades y la alteridad en los blogs dedicados a los viajes. También se desea contribuir al estudio del periodismo de viajes, tan poco abordado pese a la riqueza y antigüedad de sus contenidos, enfatizando en el ecosistema mediático actual.

## **1.2 Justificación**

Desde los albores de los estudios de la comunicación, el análisis de los mensajes que se transmiten y sus respectivos efectos, han estado entre los principales tópicos para conocer los alcances e influencia de los medios de comunicación.

Teorías como el Imperialismo Cultural o el Análisis del Cultivo se han dedicado a analizar los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, desde su producción hasta sus efectos en el imaginario de las personas que los consumen. Una

de sus conclusiones fundamentales ha sido que la cultura occidental ejerce una hegemonía sobre el resto del mundo, imponiendo su forma de vida y pensamiento a través de imágenes e ideas propagadas por los medios, entre otros factores sociales. Según la definición de Austin (2006), este proceso es consciente y busca la manipulación, tergiversación, subestimación, destrucción y suplantación del sistema de valores que es patrimonio de sociedades dominadas.

Según Pratt (1997), además de imponer su forma de vida, las culturas dominantes se encargan de crear imágenes de las demás culturas a través de ojos imperiales, influenciados por sus procesos cognitivos, culturales, emocionales y sociales. Lo que vean en esos viajes y sus posteriores relatos serán un reflejo de esa mirada.

Esta investigación propone centrarse en la información difundida sobre los pueblos indígenas latinoamericanos porque no existen suficientes investigaciones sobre cómo son retratados en los relatos de viajes, a excepción de los estudios sobre las Crónicas de Indias; mientras el etnoturismo o turismo indígena, está entre las experiencias de mayor interés para los turistas del primer mundo (Weiler y Halls, 1990).

Y como se explicó anteriormente, se han elegido los blogs de viajes por sus características narrativas y su fuerte influencia en las elecciones de los viajeros, lo que demuestra la alta valoración de los contenidos por parte de los usuarios.

### **1.3 Objetivos**

Esta investigación tiene como principal objetivo hacer una revisión de los blogs de viajes de los periódicos más importantes de España y Latinoamérica, con la intención de analizar las publicaciones que describen a los pueblos indígenas de Latinoamérica y establecer su difusión de estereotipos sobre estas culturas.

Estudiando el contenido de acuerdo a las características propias de la blogosfera, se buscarán establecer los siguientes puntos.

- Conocer el contenido que los blogs de viajes de España y Latinoamérica dedican a las culturas indígenas latinoamericanas.

- Identificar las imágenes sobre las culturas indígenas latinoamericanas que los blogs de viajes divulgan a través de sus publicaciones.
- Identificar los estereotipos sobre los pueblos indígenas difundidos en los blogs de viajes.
- Establecer las diferencias entre las publicaciones de los blogs de viajes españoles y los blogs de viajes latinoamericanos.

### **Objetivos secundarios**

- Analizar las características de los blogs y sus autores dentro del espectro del periodismo especializado en viajes.
- Describir y examinar las formas de narrar culturas lejanas desde los espacios virtuales de los periódicos más importantes de España y Latinoamérica.

## 2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se realiza una revisión de las investigaciones y teorías sobre el periodismo de viajes y sus cambios a lo largo de la historia, hasta llegar al ciberperiodismo de viajes y a los blogs, principales objetos de estudio en este Trabajo Fin de Máster.

Se presenta el estado de la cuestión sobre la relación del periodismo de viajes con la creación de identidades, así como en la construcción de la alteridad a través de sus relatos; para finalizar con un apartado sobre las consecuencias del turismo y del periodismo de viajes en los pueblos indígenas del mundo.

### 2.1 Periodismo de viajes

Encontrar una definición unánime o generalmente aceptada para el periodismo de viajes, es tan difícil como establecer una sola definición para el periodismo mismo. En la literatura consultada los conceptos varían significativamente, respondiendo a las perspectivas, especializaciones y la época de cada autor. Este panorama es un resultado lógico al explorar un campo de información tan amplio y diverso, con una historia antigua y difusa, como el periodismo de viajes.

Decir que existe un debate teórico al respecto de su definición sería optimista, ya que ni siquiera existen demasiados estudios sobre el tema. Para Belenguer (2002), el periodismo de viajes está infravalorado por investigadores y teóricos, pese a ser uno de los más antiguos y ricos en contenidos; esta omisión podría deberse a cierto desprestigio por su fluctuante relación con la industria turística o por considerársele más un género literario que periodístico.

En el manual *Curso General de Redacción Periodística* de Martínez Albertos (1984), el autor no utiliza el término periodismo de viajes sino crónica viajera, género que en ese entonces predominaba en la información de viajes y a la que describe como un “género más literario que periodístico: un pretexto para la literatura de escritores más o menos consagrados y que por extrañas razones –no precisamente informativas- ven

la luz originariamente en las páginas de los periódicos". (Martínez, 1984, p. 135) Para el autor, solo algunas de estas crónicas podrían adquirir importancia informativa después de un tiempo, pero dependería de que quien las escribiera fuera un periodista profesional y no un aficionado con fines lucrativos.

No todos los teóricos han calificado de excluyente esta vinculación entre periodismo de viajes con la literatura; por el contrario, para Casasús (1993) la riqueza de la prosa literaria puede ser de valor para la prosa informativa, especialmente en lo que se refiere a captar la atención y aludir a los sentimientos de los lectores, sin olvidar los valores periodísticos de veracidad y exactitud.

Forneas (2004) ubica la génesis del periodismo de viajes en la literatura misma y no concibe la una sin la otra, un planteamiento que comparte Carrizo (1997), quien explica que no se puede negar la cara documental ni la cara literaria del periodismo de viajes, pues forman parte de una unanimidad indivisible. Ahora bien, la diferencia entre una crónica viajera escrita por un periodista a la escrita por un literato, es que en la primera prevalecen los hechos reales y datos comprobados, mientras en la segunda destaca la evasión literaria y la ficción (Forneas, 2004).

No deja de ser curioso, apunta Bernal (1997), que los primeros en declarar la condición periodística de los relatos de viajes fueran los críticos literarios al percatarse de que no podían encuadrar estas obras apegadas a la realidad entre los géneros de la literatura existente. Desde entonces, la crónica viajera ha estado más vinculada al periodismo que a la literatura, pero su separación, como se explicará más adelante, nunca ha estado del todo determinada.

### **2.1.1 Historia del periodismo de viajes**

No se puede concebir la vocación periodística sin la vocación viajera (Castillo-Puche, 1967). Aunque el periodismo que se realiza dentro de una sala de redacción haya ganado mucho espacio, solo basta echar un vistazo a la historia del periodismo y encontrar que muchos de sus grandes exponentes también fueron viajeros; varios, incluso, primero fueron viajeros y después periodistas.

Para algunos autores, la necesidad y el deseo de viajar no solo son inherentes a los periodistas, son parte de la misma naturaleza humana. Rivas (2006) explica que el desplazamiento ha sido fundamental para la gente desde el origen de los tiempos, ya sea para conseguir alimento, huir del rigor del clima o para protegerse de peligros. “El viaje mismo no es más que expresión de la irremediable aventura que es toda la vida humana o animal”. (Rivas, 2006, p. 17)

Cuando los seres humanos eran nómadas, su cotidianidad era la aventura, “vivir era un juego continuo con la muerte; lo imprevisto era la esencia de lo cotidiano. El hombre estaba a merced de casi todo”. (Bardavío, 1997, p. 57) Su subsistencia los obligó a caminar, escalar, navegar, descubrir paraísos y enfrentar peligros, movidos por la necesidad de sobrevivir, pero también por otro impulso innato a la humanidad: la curiosidad.

Esa curiosidad aumentó con el descubrimiento de la agricultura y el cambio a una vida sedentaria, cuando los humanos dejaron de moverse y comenzaron a preguntarse. Álvaro (2000), describió este momento de forma apoteósica con las siguientes palabras:

*Hace miles de años un antepasado nuestro se elevó sobre sus extremidades inferiores y miró al horizonte. Cuando se preguntó qué habría más allá de aquellas colinas, o de aquella selva o de aquel río, estaba dando inicio a una aventura que está muy lejos de haber terminado (...) Aquel primate iniciaba un camino incierto, lleno de peligros, pero también de apasionantes emociones y descubrimientos. Nunca como entonces vivir aventuradamente significó sobrevivir. (Álvaro, 2000, p. 5)*

Como se ve, la necesidad física y psicológica de desplazarse llevó a los humanos a ir cada vez más lejos, enfrentándose a lo desconocido; algunas civilizaciones, incluso adoptaron los viajes como principal forma de vida. Los griegos y los fenicios navegaron el Mediterráneo dedicados al comercio; los romanos, consagrados a la política y al poder, recorrieron tierras para conquistarlas, y los vikingos, que al principio permanecían en las frías tierras del Atlántico Norte, comenzaron sus correrías y saqueos sembrando el terror por doquier.

Los viajes eran realizados por gente asignada a ellos o para los que sentían el deseo o la necesidad de emprender una aventura. Junto a los viajeros también aumentaron los relatos sobre las peripecias de sus recorridos o las cosas que habían visto o descubierto; incluso, desde antes de la invención de la palabra, no es una locura pensar en los hombres de las cavernas tratando de contar sus aventuras a sus compañeros a través de señas, gruñidos o marcas en las paredes. Es lógico y comprensible si se toma en cuenta la necesidad del ser humano de comunicarse para compartir experiencias y que la conexión entre viajar y narrar el viaje siempre ha sido muy estrecha, tanto que se puede asegurar que “todo viajero es un cronista en potencia y que la experiencia del viaje no se completa hasta que se cuenta”. (Forneas, 2004, p. 223)

Con la aparición de la escritura, los relatos de viajes se trasladaron al papel y empezaron a cumplir múltiples funciones de acuerdo a cada época y momento histórico. Uno de los primeros documentos que se conoce es el diario de viajes, que desde tiempos antiquísimos ha servido a los viajeros para anotar los detalles de su día a día; algunos de ellos incluso fueron publicados en libros, folletos y relaciones cortas (Litvak, 1984).

Los relatos epistolares también ocuparon un lugar importante en los textos de viaje. Forneas (2004) menciona las cartas donde Cicerón detallaba las vacaciones que realizaba en sus villas o los relatos que Madame de Sévigné enviaba a sus familiares y amigos sobre sus viajes por Francia, a finales del siglo XVII. La autora menciona que también surgieron formas atípicas y sorprendentes en la literatura de viajes como la poesía o el diálogo.

Los textos comenzaron a ser polifórmicos y variados en sus contenidos. Sus autores se ubicaron en campos multidisciplinarios, con diferentes tipos de preparación y propósitos para sus escritos. Destacan los documentos con vocación literaria y los periodísticos. En los primeros lo que importaba era la narración, aunque el viaje no se hubiera realizado; por ejemplo, Julio Verne y Edgar Allan Poe, dos grandes de la literatura universal, jamás estuvieron en los lugares que describían en sus libros.

También se incluye la ficción novelesca en torno a un viaje, donde se utilizan lugares reales descritos con minuciosidad para que funcionen como elementos narrativos, como lo hizo magistralmente Cervantes en *El Quijote de la Mancha*. Pero también estaban los escritores inspirados por viajes verdaderos realizados en su vida, como Robert L. Stevenson o Jack London, que demostraban gran realismo en sus obras.

Los textos periodísticos de viajes se definen por sus características de extensión, conceptualización y su destino a un medio de comunicación específico, además de su prioridad por lo real y la eliminación de la ficción. Su origen, estructura y objetivos se parecen a los de los libros de viajes, por lo que la frontera entre ambos puede diluirse fácilmente. Un ejemplo es *El camino más corto* de Manuel Leguineche, que narra la travesía de cinco viajeros a través de 60 mil kilómetros, considerado una simbiosis entre libro de viajes y un gran reportaje.

Para los teóricos, la literatura y el periodismo de viajes siempre han caminado de la mano, mezclando e intercambiando sus destinos, hasta el punto de no saber cuál surgió primero. Para Castillo-Puche (1967) el libro de viajes es el antecedente lógico del periodismo viajero, así como el autor del libro de viajes es el precedente del enviado especial y del cronista de viajes. En cambio, Acosta (1973) determina que dentro de la naturaleza del viajero está también la del informador. Esto quiere decir, volviendo al ejemplo de la época de las cavernas, que cuando los primeros hombres regresaron a contarle a sus compañeros, por medio de rugidos o señas, lo que habían visto en sus recorridos, se convirtieron en una especie de periodistas.

“Los íntimos vínculos de viaje y relato indican que la historia de los textos de viaje –y, por ende, del periodismo de viajes- está estrechamente ligada a la historia del descubrimiento del mundo y de las exploraciones”. (Rivas, 2006, p. 63) Por ello, hay que aproximarse a los primeros escritos viajeros de carácter informativo para hallar los principios históricos del periodismo de viajes.

## **El mundo antiguo: el legado de los griegos**

Antes de los siglos XV y XVI, época dorada de los descubrimientos del mundo occidental, civilizaciones más antiguas ya hacían largas expediciones que los llevaban a recorrer territorios ignotos en búsqueda de alimentos, lugares donde asentarse o por el deseo de explorar, descubrir y conquistar.

Aunque la documentación sobre ellos es escasa, existen indicios valiosos sobre “viajes fantásticos” realizados en épocas antiguas (Cameron, 1989). Los egipcios fueron los primeros en documentar sus viajes a través de los escribas, hombres dedicados a registrar lo que sucedía en la vida pública, incluyendo los viajes; también tuvieron jeroglíficos y grabados en sus templos, donde elaboraban informes de sus viajes. “Esto, en puridad, no es periodismo, pero muestra la voluntad de dar fe y noticia de aquellos, lo que es de por sí una manera de información y tiene visos de veracidad y realismo”. (Rivas, 2006, p. 64)

La narración más realista y que mayor huella dejó en la cultura egipcia fue la del viaje a una lejana y misteriosa tierra que ellos llamaban Punt. Este evento fue en el año 1496 a.C., durante el mandato de la reina Hatshepsut y fue tan importante que el relato literario e ilustrado quedó en el templo funerario de la soberana en Deir-el-Bahari. En él se habla de una “feliz navegación que arribó a su destino en paz”, además se cuenta con detalle todos los productos valiosos que los expedicionarios llevaron de Punt y que fueron registrados ante el escriba, con una tinta que sigue leyéndose después de miles de años.

Los fenicios superaron los viajes de los egipcios hasta el punto de ser considerados los grandes viajeros de la antigüedad. Su ocupación como comerciantes marinos los llevó a construir barcos enormes que navegaron por todo el Mediterráneo, incluso hasta las Islas Británicas y las costas de África, y es posible que también por el Cabo de Buena Esperanza, dos mil años antes de que lo hiciera Vasco de Gama. No obstante, no existe mucha constancia escrita de este imperio marítimo, a excepción de algunos documentos escritos por los griegos, incluidos Heródoto y Jenofonte, que en esa época se dedicaban a registrar hechos históricos.

Los griegos siempre se caracterizaron por su búsqueda de conocimiento en diferentes disciplinas. Por eso no es extraño que entre ellos haya surgido una figura tan importante como la Heródoto (484 a. C.-425 a. C.), reconocido como “padre de la historia” y también como “padre del periodismo”, especialmente del periodismo viajero (Belenguer, 2002). Acosta (1973) destaca de Heródoto, además de sus dotes de cronista, su actitud de buen reportero, pues durante sus viajes iba de casa en casa hablando con las personas para poder comprender mejor el mundo que estaba conociendo. Sus escritos fueron pioneros en buscar la realidad desligándose de la mitología, un tópico que prevalecía en los trabajos de sus contemporáneos y antecesores; no obstante, no olvidaba la presencia de la divinidad en la naturaleza y en la historia humana (Laitener, 1989). Heródoto era un hombre muy curioso que se interesaba por muchos temas, especialmente por la geografía, los pueblos, sus costumbres, tradiciones y lenguas. Siempre observaba y anotaba lo observado y sus relatos eran tan vivos y emocionales que maravillaban al público de la época (Rivas, 2006). En resumen, Heródoto contaba con todas las cualidades del buen periodista.

Otro griego, Hecateo de Mileto (550 a. C.- 476 a. C.), además de ser precursor de la geografía y la cartografía, se inscribe en los antecedentes del periodismo de viajes gracias a su obra *Periodos o Viaje alrededor del Mundo*. “Un relato verídico que consistía en una relación de los lugares conocidos por él junto a una breve noticia descriptiva de los más relevantes” (Beaujeau, 1982, p. 156). Tanto Belenguer (2002) como Rivas (2006) coinciden en que la geografía originaria, puramente descriptiva, es antecedente del periodismo de viajes, pues relataba lo acaecido y observado en los viajes en forma de pequeñas noticias.

También es necesario mencionar a Alejandro Magno (356 a. C. – 323 a. C.), quien durante el siglo IV a. C., recorrió 32.000 kilómetros en una expedición sin precedentes, en la que fundó más de 70 ciudades. Según Cameron (1970) más que un jefe militar, Alejandro Magno fue un “buscador de la verdad”, pues en sus viajes no solo iba con un gran ejército, también lo acompañaban geógrafos, ingenieros, arquitectos, botánicos, secretarios, cronistas, sabios y hasta “steppers”, que eran hombres encargados de contar los pasos recorridos para dar cuenta de las distancias. Su fin era obtener

información exacta y diversa de los lugares que recorría y conquistaba, que luego enviaba a una oficina de estudios que él mismo unió a su Estado Mayor, y que después difundía a través de su propio equipo de cronistas oficiales. Su sed de conocimiento siempre fue un rasgo definitorio de su carácter, como lo explica Keegan (1991) desde su juventud, Alejandro Magno estando en la corte de su padre, interrogaba a los visitantes de lugares lejanos sobre la topografía de sus tierras de origen, y antes de marcharse a Asia ya era uno de los hombres más informados de Grecia. Rivas lo describe como “un maestro de la táctica que abordaba todo con mente inquisitiva y enfoque científico, fruto de la educación que le dio su tutor, Aristóteles”. (Rivas, 2006, p. 76) Sus documentos de viaje y exploración están entre los primeros verdaderamente detallados y uno de sus mayores méritos es haber ordenado y compartido todo el conocimiento que adquirió en sus viajes.

Jenofonte (431 a. C. – 354 a. C.) completa el grupo de los griegos reconocidos como precursores del periodismo viajero. Su obra *Anábasis*, comprendida por siete libros, se considera la obra marítima por excelencia. En ella relata los acontecimientos que vivió como miembro de la expedición para apoyar a Ciro el joven en su disputa por el trono contra su hermano Artajerjes. Anderson (1974) considera con cierto desdén que Jenofonte más que historiador es un reportero, pues algunos “defectos” de su trabajo como descripción, detalle, anécdota o viveza, lo alejan de los trabajos clásicos de los historiadores griegos. Jenofonte se basa en la historia pero la reconstruye y la narra como si fuera un cronista, con un punto de vista personal. También fue el primero en utilizar la metáfora en una narrativa de viajes, lo hizo describiendo el mar como un camino de vuelta a casa.

Existe otra figura griega que no cuenta con el prestigio de las anteriores pero cuyo estilo lo podrían ubicar como el primer autor de una guía de viajes. Se trata del geógrafo Pausanias, autor del libro *Descripción de Grecia*, en el que describe lugares, obras de arte, monumentos y relata mitos, leyendas, hechos históricos y hechos maravillosos. Su obra mezcla acontecimientos vividos por él mismo con información histórica o mitológica que obtiene de otras fuentes, un método que siguen usando los periodistas en la actualidad. Sus descripciones llegaron a ser tan precisas, que su obra

fue utilizada por el arqueólogo Heinrich Schlieman para excavar en la Acrópolis y descubrir las tumbas de los Atridas con sus tesoros. Pausanias escribe para turistas, curiosos o personas cultas; describe para instruir, guiar, divertir o influir en sus coetáneos, así como el periodismo de viajes en la actualidad.

A diferencia de Grecia, Roma no fue un pueblo viajero o descubridor, su talento siempre fue el “don de mando” que hizo que floreciera su imperio. “En Roma no había más que políticos en seco, sin atmósfera intelectual, ideológica, científica. Aquellos magistrados vivían de ciertas ideas elementales y ‘eternas’ que habían inspirado la vida romana desde su iniciación”. (Ortega y Gasset, 1998, p. 542) Esto se tradujo en viajes reducidos con fines totalmente prácticos y poco interés o posibilidades de relatar lo que sucedía en ellos. Hay que considerar que el oficio de marino era uno de los peores en Roma, así que quienes se hacían a la mar no contaban con el perfil para convertirse en narradores de sus aventuras.

Lo que se conoce de los viajes romanos se encuentra en los textos geográficos de los griegos Hecateo de Mileto y Estrabón, este último vivió en Roma, incluso participó en una fallida expedición de los romanos contra los árabes y visitó buena parte del mundo conocido en ese entonces. Fruto de su visión y vocación viajera y científica es su obra conocida como *Geografía de Estrabón*, que consta de diecisiete libros en los que demuestra sus dotes de literato, crítico y filósofo.

En Roma es importante mencionar a Plinio el viejo (23-79 d.C.), oficial de caballería, procurador y comandante, que destacó de sus contemporáneos por ser un hombre culto y escribir de muchos temas, incluyendo deportes, antropología y geografía. En su gran obra, *Historia Natural*, compuesta por 37 libros dedicados especialmente a la geografía y al mar, aporta datos científicos, junto a leyendas populares y opiniones personales, algo parecido a lo que hacen los periodistas de viajes.

Julio César, aristócrata, político, orador, general, escritor y figura fundamental del imperio romano, lo es también en la historia del periodismo. Fue el creador de la *Acta diurni populi romani*, que era una especie de periódico mural donde se informaba al público de noticias diversas, incluyendo viajes y descubrimientos geográficos. Aunque

no escribió literatura de viajes, Padilla (1979) considera que el estilo de sus comentarios sobre las campañas bélicas romanas se asemeja a textos periodísticos, por su modernidad y su contenido rico en datos históricos.

### **La Edad Media y la espiritualidad como motivo del viaje**

Con la caída del Imperio Romano, el fin del esplendor griego, el feudalismo y las invasiones bárbaras, el mundo occidental entró a un oscurantismo que frenó su vocación viajera y descubridora. Pero mientras esto sucedía en Occidente, otros pueblos emprendían nuevos caminos. En el norte de Europa, los normandos huían de la miseria y se hacían a la mar en busca de fértiles paraísos naturales; mientras los árabes se lanzaban a conquistar el mundo aprovechando su época de esplendor.

Los vikingos, famosos por ser piratas y saqueadores, también fueron comerciantes y colonos. Sus largos viajes emprendidos desde Noruega, Dinamarca y Suecia los llevó hasta Constantinopla, construyendo una ruta comercial. Sus motivaciones se reducían a la curiosidad, el lucro y la búsqueda de fama, y la mejor forma de obtener fama fue a través de la narración de sus conquistas y expediciones. Sus exploraciones en la “tierra del hielo”, como le llamaban a Islandia; la “tierra verde”, Groenlandia; o “Helluland”, que podría ser la Isla de Baffin, fueron contadas en forma de sagas, conocidas también como leyendas poéticas.

Las más importantes fueron *La Saga de los Groenlandeses*, datada en el siglo XII o *La Saga de Eric*, escrita un tiempo después para ensalzar la imagen de Leif Erikson, a quien se le atribuye la introducción del cristianismo en Groenlandia y el haber llegado a América antes que ningún otro europeo. También fue relevante el texto *Espejo de Reyes*, una colección de relatos del siglo XIII sobre expediciones y descubrimientos vikingos.

La intención de estas narraciones fue crear leyendas y tradiciones para su pueblo, además de dar fama a los expedicionarios y animar a otros a ir en busca de nuevas tierras. Para Belenguer (2002) el deseo de orientar la opinión de sus contemporáneos

y narrar algo lejano en el espacio, son características que los convierten en antecedentes para el periodismo de viajes.

Para Rivas (2006) es importante recordar que no solo Occidente hizo aportes a la cultura mundial y menciona a los grandes viajeros chinos y su contribución al periodismo de viajes. Uno de los más relevantes fue Chang Chien, quien en el siglo II a. C., fue atrapado y encarcelado por los hunos mientras viajaba en una misión diplomática. Tras diez años de cautiverio, Chien logró escapar y su largo viaje de regreso a casa lo llevó a tener contacto con el mundo persa, indio y helenístico. La narración de sus viajes por toda Asia Central hasta el Mar de Azov, es importante tanto por su estilo personal como por la información que recopiló y que aumentó los conocimientos geográficos de China. La influencia de su historia fue tan grande que para evitar las tierras de los que le habían capturado, Chien sugirió un nuevo rumbo de navegación que después se conocería como la Ruta de la Seda, una de las más importantes de la historia humana, pues a través de ella no solo se intercambiaban mercancías sino también conocimiento e ideas.

Otros embajadores chinos que aportaron a los textos de viaje fueron Li Chin Chang, secretario de Chang Chun, quien en el siglo XIII escribió la crónica *Viaje al Oeste*, donde narra una misión diplomática al territorio conocido hoy como Afganistán; también Zhu Dagan, autor de las *Memorias sobre las costumbres de Camboya* sobre su viaje de Kublai a Angkor.

Los monjes budistas hacían largas peregrinaciones a pie hasta la India y algunos de ellos relataron sus vivencias. Los más célebres fueron Fa-Hsien, autor en el siglo IV de la Relación de los reinos budistas, y Hsüan Tang, quien en el siglo VII escribió Relación de los países occidentales. La información detallada que los peregrinos adquirieron en sus viajes sirvió para que China y la India empezaran a establecer sus primeras relaciones diplomáticas, ya que a través de estos escritos, los chinos ampliaron sus conocimientos sobre la India.

Pero en el medievo ninguna civilización fue tan significativa y viajera como la árabe. Reconocidos como los grandes viajeros, geógrafos y cartógrafos de la época, incluso

entre los más importantes de todos los tiempos, sus conquistas los llevaron a extender su imperio desde el Indo hasta España, generando en estas travesías, información fundamental para la geografía universal. Según Mollat (1983), los árabes se interesaban en el comercio, la ciencia, la administración y la conquista; también le daban importancia al conocimiento, a la traducción y a la asimilación de los saberes clásicos de la antigüedad, consultando fuentes griegas, persas e indias. Sobre su legado Chaliand menciona:

*La conservación de escritos esenciales, especialmente los de Ptolomeo; la descripción y compilación geográficas referentes al mundo musulmán en su conjunto, desde el Atlántico hasta los confines del mundo chino, así como de las regiones situadas fuera de él; sus contribuciones originales y de gran importancia en geografía matemática, en astronomía y cartografía. Y por último, sus admirables relatos de viaje, cuyas obras maestras tienen por autores a Ibn Battuta, Al Biruni, Al Masudi e Ibn Hauqual. (Chaliand, s.f, p. 53)*

Fueron dos razones fundamentales las que permitieron que el mundo árabe desarrollara tan magníficamente la literatura de viajes. Primero la práctica de la geografía literaria o descriptiva, que hacía que los estudiosos recorrieran el imperio para conocer, documentar y contar cómo eran los nuevos territorios conquistados. Entre ellos destacaron Al Biruni, que además de viajero y geógrafo fue filósofo, sociólogo, historiador, astrónomo, matemático y políglota, pues hablaba persa y árabe, griego, sirio y hebreo. Su preparación le permitió escribir obras como Indica, una descripción sobre la India, que destacó ante las de sus contemporáneos del siglo XII. También fue de los primeros en insistir en la necesidad de desarrollar la geografía mediante viajes, única vía experimental que existía en aquella época.

Al-Idrisi fue un musulmán hispano del siglo XII formado en Córdoba, que entonces era la ciudad más culta del mundo. Antes de los dieciséis años ya había viajado por Asia Menor, Europa y África, pero fue cuando el rey Roger II le pidió que escribiera una descripción del mundo que Al-Idrisi presentó su obra más importante: *Entretenimiento para quien desee recorrer las diferentes partes del mundo*. Para Rivas (2006) este libro es un claro antecedente del periodismo de viajes, pues tiene un texto

narrativo sobre las experiencias viajeras del autor y sus emisarios, además de una “precisión asombrosa” al describir lugares como el valle del Níger, 650 años antes de que lo hiciera el explorador británico Mungo Park, y las costas mediterráneas, persas y árabes, entre otros lugares. Incluso en la actualidad, esta obra sigue siendo ejemplo de exactitud geográfica.

Los mercaderes, embajadores y personas que se desplazaban en caravanas también aportaron sus propios textos de viaje; pero en el mundo árabe no hubo motivo más fuerte para viajar y relatar los viajes que la religión. Marín (2010) explica que en los mismos principios de la religión musulmana se encuentran mandatos para que sus seguidores abracen la búsqueda del conocimiento y realicen el hajt o viaje a la ciudad santa de La Meca. Marín cita dos dichos del Profeta Mahumad: “Busca el conocimiento aunque esté en China” y “Busca la ciencia (y el conocimiento) desde la cuna hasta la tumba”, junto a pasajes del Corán que envían a sus fieles a emprender largas travesías en búsqueda del conocimiento, la ciencia y la tecnología.

De este deber religioso surge el más grande viajero del mundo medieval: Ibn Battuta, quien en 1325, con apenas veintiún años de edad, dejó a su familia y amigos y abandonó su hogar “como los pájaros abandonan sus nidos”, según él mismo escribió más adelante, para realizar el primer tramo de su peregrinación a La Meca, de Tánger a Túnez. Esta experiencia le marcó profundamente y lo convirtió en un viajero incansable, que nunca usaba la misma ruta y elegía la menos directa para observar más cosas y ampliar su saber. Durante 30 años, recorrió más de 100.000 kilómetros, una distancia tres veces mayor que la recorrida por Marco Polo. El relato de sus extensos viajes es el *Rihla*, que aún se conserva en la Biblioteca Nacional de París, y a través del cual se conocen descripciones muy exactas y de primera mano de lugares y personajes de la época, que hasta entonces eran solo tenían referencias generales. Gracias a Ibn Battuta se conoció la personalidad del sultán de Delhi, las calles de Constantinopla o la ayuda para los necesitados practicada en Damasco.

El género rihla, que significa relato de viaje, apareció en el siglo XII con los andaluces y marroquíes que peregrinaban a La Meca y deseaban adquirir conocimiento en los

grandes centros del saber: Bagdad, Damasco o El Cairo. Se trataba de una narración donde convivía el realismo puro y la fantasía; su objetivo era ser útil e informar minuciosamente de todo lo visto y vivido, pero al mismo tiempo maravillando al lector mediante la descripción de hechos extraordinarios, paisajes exóticos, ambientes o costumbres insólitas. Uno de sus defectos fue que los viajeros solían escribirlas o dictarlas mucho tiempo después de realizado el viaje, por lo que caían en imprecisiones u olvidos de datos que no alcanzaron a anotar. No obstante, proporcionaron un cuadro bastante acertado del mundo musulmán en el siglo XIV, además de relatar la situación política del Oriente medieval.

Su autor más reconocido fue el mencionado Ibn Battuta, pero el primero en escribir un rihla fue Abu Hamid, viajero granadino que recorrió el norte de África, Siria, Persia, Iraq, Rusia y la Transoxiana. Su trabajo se caracteriza por sus observaciones sobre clima, botánica, zoología, la costumbre de los pueblos, el precio de los objetos, la administración de la justicia, en resumen, la vida cotidiana acompañada de sus anécdotas personales. Otro escritor importante fue Ibn Yubair originario de Valencia, quien escribió un rihla histórico y etnográfico con un gran valor literario. Hizo tres viajes por Oriente y falleció en Alejandría.

El rihla adquirió una gran importancia como libro de información y consulta, pero fue hasta el siglo XIX que no se conoció más allá de los confines del Islam, pese a parecerse mucho a los relatos de los viajeros occidentales. Para Rivas

*“si la relación entre el Occidente cristiano y el mundo musulmán no existía en aquella época, esto significa que hay un trasfondo común en los textos de viajes, quizá porque es común la naturaleza de quien viaja y narra su viaje, que es el hombre”. (Rivas, 2006, p. 110)*

Mientras los árabes brillaban en los ámbitos del conocimiento durante el Medievo, la Europa cristiana se sumía en un atraso que frenó su desarrollo intelectual y cultural, afectando también a los relatos de viajes. El analfabetismo aumentó y la comunicación retrocedió como los demás actos de la vida. Pero la gente seguía necesitando saber las noticias y conocer historias y leyendas de cómo iba el mundo, por lo que la oralidad

volvió al primer plano (Acosta, 1973). Este trabajo informativo recayó en jugadores, trovadores y goliardos, los nuevos viajeros y aventureros que andaban de pueblo en pueblo ganándose la vida contando historias donde mezclaban realidad y ficción.

Rubio (1986) aclara que este retroceso no significó que los viajes se hubieran detenido, pues siempre hubo personas dispuestas a emprender el camino por comercio, evangelización, expediciones bélicas y peregrinaciones a templos y lugares santos. El impulso viajero del medievo cristiano inició a finales del siglo XII y principios del XIII y fue creciendo progresivamente hasta llegar al Renacimiento, la gran época de los descubrimientos.

La literatura de viajes medieval fue muy diversa y a menudo traspasaba la frontera entre la realidad y la ficción, pues muchos de los viajeros de la época creían en una realidad condicionada por leyendas antiguas y credos religiosos. Richard (1981) realizó una clasificación que ha servido de referencia en los estudios de literatura de la época. Entre sus categorías estaban las guías de peregrinos, que eran textos prácticos con itinerarios descritos para conocimiento de los viajeros y los relatos de peregrinos, similares a las guías pero con la incorporación de vivencias, aventuras y experiencias del autor escritas de forma más personal. Estos relatos de viajes iniciáticos implicaban elementos míticos del tipo ritual y la búsqueda del “yo” de parte del autor. Es importante señalar que el primer relato de viajes español del que se tiene conocimiento fue el del peregrinaje a Tierra Santa de una abadesa en un convento gallego llamada Egeria o Eteria, datado en el siglo IV y escrito en latín tardío (Paz de Andrade, 1984).

Los relatos de cruzadas y conquistas mezclaban la narración histórica y la narración de viajes. Rubio (1986) los ubica dentro del marco de la crónica, con un objetivo más informativo que histórico. Se caracterizan porque los autores incluían detalles exóticos del entorno que visitaban o de las personas que encontraban en sus recorridos.

Las narraciones de misioneros y embajadores tenían el propósito de informar a los gobernantes sobre aspectos varios de los pueblos visitados, desde su geografía hasta

su economía o aspectos curiosos de su cultura. La Embajada a Tamorlán, escrita por el español Rui González de Clavijo es considerada un antecedente del periodismo de viajes pues además de cumplir con informar al rey Enrique III sobre el Imperio de Tamorlán, el texto se enriqueció con descripciones de los paisajes, la naturaleza, la gente e incluso los idiomas encontrados, recogiendo varias palabras del persa, turco, árabe y tártaro, que dejaron huella en el castellano de la obra.

Los relatos biográficos escritos sin ninguna función informativa también fueron parte de la literatura medieval, pero por su carácter personal, no son de interés para este estudio. Por otro lado, los relatos de viajes imaginarios, que eran escritos a partir de información recolectada en otras fuentes, podría considerarse un antecedente del periodismo viajero por la forma de recabar datos útiles para un escrito y por la utilización de un lenguaje sencillo que acercaba el conocimiento a la población sencilla, como lo haría actualmente un periodista. Un ejemplo del alcance e importancia de esta literatura es *El libro de las Maravillas* de Mandeville, cuyo contenido mezclaba ficción y realidad, abarcando temas de geografía, fábulas, descripciones y una guía de la Tierra Santa, todo narrado con simpleza para los lectores. Estos atributos lo convirtieron en un libro muy popular que gozaba más verosimilitud que las obras de Marco Polo.

Finalmente estaban las guías de mercaderes escritas especialmente para los viajeros-comerciantes. Incluían datos útiles para recorrer los territorios con facilidad, informaban minuciosamente del comercio de los otros países y daban consejos para elegir las mejores mercancías o hacer un buen trato comercial; incluso se podían encontrar relaciones entre pesos y medidas o un glosario de términos para negocios. Más que un relato de viaje se podían considerar un compendio de saberes acumulados durante muchos viajes y experiencias.

Marco Polo (1254–1324) podría ubicarse entre los autores de guías para mercaderes, pero sus obras abarcaron muchos más temas y su perfil lo distingue como el viajero más importante de la Europa cristiana medieval. Nació en una familia de comerciantes venecianos en una época de ambición y expansión comercial. Su padre y su tío fueron

los primeros europeos en atravesar todo el continente asiático, pero Marco Polo sería el primero en trazar una ruta por este continente, describiendo y nombrando los lugares que recorrió, atravesando las estepas mongolas, los desiertos de Persia y señalando el curso de los ríos y la ubicación de las ciudades chinas. Superó la condición de viajero al quedarse a vivir en Mongolia y China, donde aprendió las costumbres e idioma y llegó a servir de emisario personal al emperador Kublai Khan durante 17 años.

En este tiempo, Marco Polo recorrió todo el imperio mongol para recabar información sobre sus costumbres o fenómenos curiosos que pudieran interesar al Khan. Cuenta la leyenda que en una ocasión Marco Polo notó que el Khan bostezaba del aburrimiento mientras él le contaba sus hallazgos en el imperio, por lo que decidió que sus relatos debían ser más interesantes, contener acontecimientos poco usuales y entretenidos, pero sin perder el orden y la veracidad, pues no le podía mentir al Khan.

Las cualidades de los escritos de Marco Polo: la descripción de detalles y el entretenimiento, lo convirtieron en uno de los narradores de viajes más importantes de todos los tiempos. Sus textos no mentían, solo le añadían “estilo a la realidad”, para hacerla más atractiva. De hecho, la mayoría de sus informaciones como narrador y geógrafo se corroboraron más adelante. Su forma de trabajo, a diferencia del gran narrador árabe Ibn Battuta que escribía todo de memoria, era escribir todo lo que veía o sucedía, como un buen reportero en la actualidad.

Años después de sus travesías, la flota que capitaneaba Marco Polo fue derrotada y él fue encarcelado durante tres años en una cárcel genovesa. Para entretenerse, le contaba sus experiencias en el Oriente a su compañero de celda, Rustichello de Pisa, quien le animó a plasmar sus historias en un libro. Fue así como Marco Polo le dictó *El Libro de las Maravillas* a su amigo, quien escribió todo en pergamino. Después de salir del encierro, la obra se tradujo y comenzó a ser popular, pero la mayoría de gente que lo leyó no creyó sus historias, por considerarlas demasiado extraordinarias. Solo el tiempo ubicó sus textos en el espacio que merecían, pues se convirtieron en

referencias para los viajeros que le siguieron; incluso el mismo Cristóbal Colón llevaba un ejemplar de *El Libro de las Maravillas* cuando emprendió su viaje a América.

### **El Renacimiento, España conoce a los aborígenes americanos**

La transición de la Europa Medieval a la Renacentista hizo que la sociedad experimentara cambios radicales rumbo a un humanismo racional. El pensamiento crítico de las universidades sustituyó a los ideales de la Iglesia, los estudiantes comenzaron a leer a los clásicos en latín y griego y los dogmas quedaron en entredicho, la imprenta divulgó la cultura escrita y el empleo de la brújula permitió conquistar el mundo; no obstante, fue la burguesía mercantil e industrial, no la intelectual, la que decidió los nuevos intereses de la sociedad.

Este avance también se vivió en materia de viajes. Los años entre 1.400 y 1.600, se conocen como la Edad de Oro de los grandes descubrimientos, o lo que Parias (1982) calificó como un “renacimiento aventurero” por recorrer océanos y continentes. Si bien los protagonistas de estos descubrimientos fueron los europeos, como lo explica la historia desde un punto de vista eurocentrista, se debe recordar que el descubrimiento fue mutuo entre culturas y civilizaciones y que en todo caso, como explica Vásquez (1994) lo que hubo fue un choque de cosmovisiones diferentes.

Lo innegable es que en un breve periodo, los europeos recorrieron las costas africanas y llegaron a América y al Pacífico, motivados por dos razones fundamentales: el comercio y la religión. La burguesía mercantil deseaba nuevas rutas comerciales para encontrar productos de fuerte demanda y alto precio, como especias, tejidos y oro; mientras la Iglesia quería extender el cristianismo para aumentar su poder e influencia. Así las dos instituciones se apoyarían mutuamente para expandir su territorio y legitimar la colonización. Este proceso fue favorecido por el renacimiento del humanismo y el antropocentrismo como concepción filosófica, el desarrollo de la ciencia y el pensamiento lógico y la curiosidad y el espíritu de aventura que impulsaron a los más atrevidos, a los que no tenían nada que perder y sí mucho que ganar. Amsler (1982) destaca los avances técnicos que lograron mejores navíos, como

las carabelas, e instrumentos de navegación más eficaces, además de personal náutico cualificado y el apoyo financiero de los Estados.

El panorama político y económico era propicio para que naciones como España y Portugal enviaran sus expediciones a través del mundo y la invención de la imprenta en 1440, pocos años antes del descubrimiento de América, logró un auge en las narraciones literarias y los antecedentes más claros del periodismo de viajes actual. Aunque el invento de Gutenberg no se expandió con rapidez y la impresión de libros fue muy limitada, los impresores buscaron formas de llegar a un público más grande y lo lograron con las hojas periódicas, una especie de boletines con información sobre los acontecimientos que más causaban curiosidad en aquella época, como conflictos, amenazas de invasión o descubrimientos geográficos (Terrou, 1970). Estas hojas periódicas accesibles a la gran población, convivieron con las hojas manuscritas que se producían para informar a la nobleza, comerciantes y banqueros desde la Baja Edad Media. Como era de esperarse, esa “democratización” de la información no fue bien vista por los poderosos y gobernantes de la Iglesia y los Estados, los cuales se confabularon para ejercer una fuerte presión de censura sobre las imprentas que duraría siglos (Belenguer, 2002). Se puede decir que las hojas periódicas ya mostraban características del periodismo actual, desde seleccionar la información que mejor se vendería, hasta la desconfianza y la censura de las cúpulas de poder.

Curiosamente, las noticias sobre los descubrimientos y conquistas en el Nuevo Mundo fueron conocidas en los ambientes cultos y en los grupos sociales de élite gracias a la imprenta y no a las hojas manuscritas. Uno de los documentos impresos más emblemáticos de la época fue la carta donde Cristóbal Colón contaba las incidencias de su primer viaje a América. Su éxito fue tal que en 1492 se publicó nueve veces y a finales de siglo tenía veinte ediciones más.

Colón era un navegante de mucho talento, tenía suficientes conocimientos náuticos y estaba convencido de que Dios le había elegido para realizar una gran tarea. Valoraba mucho la información y se preparó para su travesía leyendo diferentes documentos, entre ellos las obras de Marco Polo; pero también sabía que era importante dejar

constancia de sus expediciones y compartir esta información con el mundo. Prueba de su férrea voluntad informativa es una anécdota de su viaje de regreso a Europa tras su primera travesía a América; cuando una tormenta amenazaba con hundir las embarcaciones, Colón metió un relato de la expedición en un tonel sellado que arrojó al mar con la esperanza de que llegara flotando hasta España y se pudiera conocer lo que habían descubierto.

Vásquez (1980) ubica la carta de Colón entre los primeros textos noticiosos y el inicio de una serie de relatos y crónicas de viaje que después se recopilarían en libros y colecciones. Las relaciones y crónicas de Indias constituyen tanto el origen del periodismo como el de la información internacional, aseguran Zamora y Casado (1952); su potencial informativo y publicitario fue tan grande e importante que tal vez por ello todos los estudios de periodismo invocan el prestigioso precedente de las crónicas de Indias cuando se refieren a los antecedentes de las crónicas periodísticas de todo tipo, no solo las de viajes. (Bernal, 1997)

Hubo muchos cronistas de Indias importantes para la historia, pero para el propósito de esta investigación, se mencionarán los más destacados en estilo y forma de trabajo. Primero está Bernal Díaz del Castillo, soldado y cronista de las conquistas de Hernán Cortés. Escribió la *Crónica Verdadera de la Conquista de la Nueva España*, considerada uno de los relatos históricos más completos sobre la conquista de México. Fue aventurero, viajero, expedicionario y regidor de Santiago de los Caballeros de Guatemala, donde murió en 1584. “Vivió lo que escribió y su propia audacia aparece en sus escritos. Es el ‘periodista’ que vive lo que narra” (Rivas, 2006).

Otro perfil que coincide con el de los periodistas actuales, es el de Pedro Valencia, un “cronista oscuro”, desconocido, que nunca cruzó los mares, pero que reelaboró lo que leyó y le contaron. Sus “descripciones corográficas”, son ricas en temas de historia, urbanística, administración, política y demografía; también describe el mundo natural de América, las formas de defensa de los pueblos originarios, los puertos y sus aspectos eclesiásticos. Las publicaciones de Valencia eran tan completas como las de

un periodista que transforma la información bruta en análisis, estudio e interpretación.

De la misma forma trabajaba Pedro Mártir de Anglería, fraile milanés y delegado pontificio ante la corte de España. En su obra *Décadas del nuevo mundo*, narró lo acontecido en América entre 1493 a 1526, aunque nunca estuvo ahí. Se basó en entrevistas a los protagonistas de los acontecimientos, añadiendo abundantes detalles y descripciones de otros autores que luego enviaba a Roma en forma de cartas y noticias.

Según Salcines (1996) el sentido de los cronistas de Indias ya no era desmitificar lo desconocido sino descubrir lo exótico, porque lo exótico y novedoso era lo que atraía al lector. Fue en esa época en la que también surgió el verdadero concepto de aventura abrazado por soldados, viajeros y narradores. Viajaron nobles, clérigos, guerreros, diplomáticos, pero también hombres que se iban a América para escapar de la miseria y construirse una vida nueva cruzando el Atlántico. Muchos soldados que se habían quedado sin trabajo después de la expulsión de los musulmanes de España, se embarcaban a la conquista del Nuevo Mundo, junto a campesinos sin tierras, desheredados, pastores y todo tipo de personas, muchos honrados y otros sin escrúpulos ni decencia en su relación con los indígenas. Pero las crónicas las redactaban los conquistadores y para ellos era importante ensalzar parte de la realidad y soslayar otra, como en ocasiones también hace el periodismo y el mundo de la comunicación actual (Rivas, 2006).

### **La Edad Moderna, el cambio a los viajes ilustrados**

Durante el siglo XVII las travesías del descubrimiento fueron sustituidas por proyectos de viajes más avanzados, sistematizados y organizados por empresas de navegación, congregaciones y otros organismos. Las aventuras hacia lo desconocido dejaron de ser espontáneas para convertirse en trayectos decididos por todas las partes interesadas: Estados, iglesia, navieros, sabios, burgueses, empresarios, etc.

Los viajeros británicos comenzaron a ganar fama por navegantes como Henry Hudtson, quien surcó los mares del Ártico en busca de un paso por el noroeste, o el legendario John Smith, colonizador de Virginia, apresado por los indígenas y salvado por Pocahontas, la hija del jefe Pomaunki. Los franceses y holandeses también tuvieron importantes figuras como Samuel de Champlain, explorador de los territorios de Canadá y fundador de Quebec o Willen Janzoom, cuyos recorridos lo llevaron hasta Australia.

A finales del siglo XVII todavía quedaba mucho mundo por explorar, especialmente el continente africano que permanecía desconocido y que más tarde sería recorrido, primero por los holandeses y después por los portugueses.

*Lamentablemente la exploración cada vez iría más asociada a la colonización y explotación sistemática de las colonias y de sus pobladores indígenas. Una explotación despiadada y cruel por parte de todos los países Europeos, ya iniciada en el siglo anterior, y cuyas consecuencias todavía sufren hoy la gran mayoría de los habitantes del planeta. (Belenguer, 2002, pp. 75-76).*

Tanto los colonizadores como los filibusteros, corsarios y piratas que se movían libres por los mares cometiendo crímenes, inspiraban o escribían relatos propios, la mayoría de tipo literarios y de ficción, pero otros más ajustados a la crónica periodística. Un ejemplo de ellos es el redactado por Alexander Olivier Esquemeling, cirujano y pirata entre 1666 y 1672, quien relató con crudo realismo la vida de los corsarios y también hizo descripciones de la naturaleza de las islas antillanas, incluyendo un inventario detallado de su fauna y flora y la vida y costumbres de los indígenas y conquistadores.

En esta época la Iglesia Católica jugó un papel importante en la salvaguarda y difusión de información sobre ciencia geográfica. A finales del siglo XVI fundó el Colegio Pro Fide Propaganda que disponía de un servicio cartográfico y de una imprenta políglota; además, contaban con los grandes centros de información del Vaticano y el de la Compañía de Jesús. Según Charliat (1982) exploradores y viajeros visitaban Roma para prepararse antes de una expedición, pues ahí encontraban una enorme cantidad

de datos precisos y de valor científico sobre el hombre, la naturaleza, las ciencias y la civilización.

No obstante, fue gracias a la imprenta que el conocimiento llegó a la gran mayoría de la población y no quedó como privilegio de eruditos y poderosos. La literatura de viajes fue uno de los géneros literarios con mayor libertad y éxito de difusión, pues llegaba a las masas en forma de gacetas o de relatos distribuidos por vendedores callejeros (Charliat, 1982). Los relatos de viajes llamaban el interés de los lectores y la atención de los impresores. Un panorama propicio para la llegada de la Ilustración, en el siglo XVIII, y sus respectivos viajes ilustrados.

Este tipo de viajes tuvieron como principal motivo la búsqueda científica y de conocimiento. Varias ideas dieron origen a los principios del viaje ilustrado, una de las más importantes fue de Rousseau, quien decía que se viaja para instruirse en las relaciones del hombre con sus prójimos, ilustrarse sobre la vida del hombre, estudiar objetivamente los modelos de organización social y política de los países extranjeros y para aprender a solucionar los problemas propios (Forneas, 2004). Tanta importancia se les daba a los viajes en esta época que hasta “los filósofos apoyan sus sistemas en las relaciones de los viajeros” (Gómez de la Serna, 1974).

Las relaciones con las culturas extranjeras fueron más allá de la filantropía cristiana, que acabó reconociendo que tanto los pueblos originarios como los conquistadores tenían los mismos derechos. Comenzó una auténtica búsqueda de conocimiento científico e intercambio de información entre pueblos y naciones. Viajar en el siglo XVIII era una actividad que proporcionaba a la razón el contacto con la materia prima de la que todo surgía: la realidad.

Para su estudio, Gómez de la Serna (1974) dividió los viajes ilustrados en cinco grupos, de acuerdo a sus objetivos. El primero es el viaje económico que buscaba analizar la estructura económica y técnica del país, informar sobre posibilidades de mejora y proponer proyectos de reforma. Viajeros como Melchor Gaspar García de Jovellanos escribieron textos de este tipo.

Le seguía el viaje científico-naturalista, en los que se recorrían los países para estudiar su naturaleza, agricultura, territorio o costumbres. El libro *Observación sobre la Historia Natural, Geografía, Agricultura, población y frutos del Reino de Valencia*, escrito por Cavanilles, es resultado de uno de estos viajes.

El tercer tipo es el viaje con motivos artísticos, que pretendían describir el arte y los monumentos de los lugares visitados. Aquí es importante mencionar a José Ponz con su libro *Viaje a España*, donde cuenta el largo recorrido que realizó por este país de 1772 a 1794, con el objetivo de contrarrestar la mala imagen que muchos extranjeros difundían sobre España. Según Rivas (2006) en esa época los españoles tenían desconfianza de los escritos de viajeros foráneos, pues se creía que fomentaban la “Leyenda negra”.

El cuarto tipo son los viajes histórico-arqueológicos que produjeron libros como *Noticia del viaje de España*, escrito por el Marqués de Valdeflores después de su visita a Andalucía, o *Viaje a las iglesias de España* de Jaime de Villanueva.

Siguen los viajes literario-sociológicos, los más cercanos al periodismo de viajes. Su objetivo era retratar la realidad de la época, además de hablar de folclore y costumbres populares y complementar con la descripción de obras artísticas, copias de documentos de los archivos o peculiaridades antropológicas de los grupos visitados. Aquí se ubicarían las publicaciones *Noticias de la vida y escritos del padre Flórez* de 1780 o el *Viaje a La Mancha* de Viera y Clavijo, datado en 1774.

Gómez de la Serna indica que las características fundamentales de un viaje ilustrado eran su reformismo pedagógico, su propósito didáctico e intención de informar y comunicar; su conciencia de la realidad, anotando todo con objetividad, minuciosidad y sentido crítico; un criticismo objetivo, realista y positivo, cargado de sugerencias para impulsar cambios; un compromiso social y político proyectado en la honestidad del autor con una causa y con sus propias convicciones y finalmente, el prosaísmo científico, en el que se renuncia a lo literario, eligiendo una redacción sobria, clara e inteligible.

Para Belenguer (2002) muchas de estas características son compartidas con el trabajo de un buen periodista: objetividad, sentido crítico, función formativa, intencionalidad, veracidad y un estilo claro y sencillo. Aunado a ello, muchos de estos textos fueron publicados en libros o colecciones de libros, pero en su afán por llegar al gran público, también aparecieron en las publicaciones periódicas de su tiempo.

### **El siglo XIX, el viajero romántico va en busca de lo exótico**

En el siglo XIX la expansión colonial se consolidó pese a que las condiciones políticas eran desfavorables desde la desaparición de los imperios americanos. El auge de los nacionalismos, la democratización de las instituciones y la difusión de los medios de información hicieron que las grandes naciones mantuvieran la esperanza de encontrar nuevos territorios donde propagar los valores que creían representar. España hablaba del recuerdo del Siglo de Oro; Francia de la difusión de los principios de la Revolución y Gran Bretaña de la misión civilizadora y su idea de superioridad de la raza y del temperamento inglés.

Por toda Europa proliferaron las sociedades geográficas, que no solo potenciaron los viajes a lugares ignotos y exóticos, también propagaron la ideología colonial entre la población que terminó justificando las expediciones en nombre del ideal europeo del universalismo. Algo importante que apunta Miège (1980) es que la influencia de las sociedades geográficas y las expediciones se prolongó debido a la afición del gran público por la literatura de viajes.

Los viajes se convirtieron en algopreciado en sí mismo y los lectores devoraban con avidez los relatos que se difundían en todo el continente, tanto de las exploraciones geográficas como de las sociedades misioneras. Estas últimas, entre 1880 y 1900, tuvieron una intensa labor filantrópica para ayudar a acabar con la esclavitud en las colonias y contarlo en sus propias publicaciones; entre ellas la revista *Antislavery Reporter* de la *British and Foreign Antislavery Society*, la *Revista Antiesclavista* de Madrid, *el Mouvement Antiesclaviste Belge* de Bruselas o *el Antischiavismo* de Palermo, que publicaban miles de ejemplares de revistas o boletines que influían en la opinión pública de sus países.

Los dos grandes movimientos filosóficos de este siglo, el Idealismo y el Positivismo, se integraron en la corriente del Romanticismo. Esta tendencia exaltaba el amor a la libertad y al individuo, la evasión de la realidad y el culto al pasado o a la naturaleza como refugio para la soledad. Estas características se impregnaron en la naturaleza de los viajes románticos en el siglo XIX.

*Por primera vez el viaje se convierte en algopreciado por sí mismo. La búsqueda de lo exótico será una muestra del anhelo de libertad de la época; la búsqueda de naturalezas agrestes y salvajes, en donde la inocencia primitiva aún permanece, un deseo ardiente; el ansia de enamorarse de los pueblos lejanos y de sus culturas una muestra de la sensibilidad del siglo. (Rivas, 2006, p. 158)*

Las guías e itinerarios de viajes que eran solo de utilidad práctica, comenzaron a diferenciarse de los relatos de viajes que eran textos que se convertían en el verdadero motivo del viaje, en lugar del resultado. Salcines (1996) explica que muchos de los escritores de la época encontraron en el viaje una fuente para sus relatos, por lo que la figura del viajero se confundía con la del escritor. Salir en búsqueda de inspiración o imágenes para escribir fue otra de las motivaciones del viaje romántico.

El gusto por lo exótico aumentó en todas las manifestaciones artísticas y culturales y llegó hasta la ciencia, donde se desarrolló la etnografía, la antropología, la arqueología y todas las disciplinas que estudiaran lo remoto y lo exterior. Creció el interés por todo lo oriental, el indigenismo americano, los trópicos, los parajes helados de Rusia y por África. Hay que recordar que en 1800, el continente africano todavía era “tierra incógnita”, pero un siglo después ya se encontraba bajo el dominio de las grandes potencias coloniales y los exploradores ya habían recorrido sus ríos y montañas, catalogado su flora y fauna y entablado relaciones con sus pobladores. No obstante, al igual que lo sucedido en América, esta exploración iría acompañada de colonización, explotación sistemática y luchas territoriales. (Hugon, 1998)

Entre los viajeros y narradores más importantes de la época encontramos a Charles Darwin con su libro *Zoología del viaje del Beagle*, donde cuenta su travesía a bordo de

la embarcación del mismo nombre, que dio la vuelta al mundo entre 1831 y 1836. Aunque la ocupación de Darwin no tenía ninguna relación con el periodismo, el estilo de escritura que emplea es un ejemplo de narración y descripción viva, como lo debe ser una buena pieza periodística. Este viaje marcó el destino y la vocación del científico, pues le ayudó a desarrollar su capacidad de observación y a abrir su mente a las maravillas del mundo natural. Su libro sigue siendo una inspiración para los viajeros, científicos y relatores de viajes.

Otro científico importante que destacó por su narrativa de viajes fue el alemán Alexander von Humboldt, quien exploró gran parte de América y Asia central y es considerado fundador de la geografía moderna, junto a su discípulo Karl Ritter. En su libro, *Viaje a las regiones equinocciales del nuevo continente*, hace anotaciones científicas sobre América, pero también se detiene en la organización política de las tierras, sus plantas, animales o la distribución del espacio. Sus completas y ricas descripciones del continente incluían diferentes temas, desde la antropología de los indígenas del Perú y sus costumbres alimenticias, hasta la belleza de la vegetación amazónica o la organización política de Cuba. Gracias a su dedicado trabajo, es reconocido como el autor que mejor supo describir América en aquella época.

Como se mencionó anteriormente, el continente africano era la gran incógnita de los mapas y por eso se hacía tan atractiva para exploradores como Charles Baker, el estereotipo del aventurero romántico. Baker tenía fama de ser valiente, fuerte y con una vida apasionante y llena de peligros; en sus recorridos por África, lo mismo se enfrentaba a leones que a los jefes tribales que deseaban robarle a la esposa. Sus andanzas fueron escritas por él mismo con un gran éxito entre el público.

Por el contrario, Richard Burton fue una mezcla entre intelectual y hombre de acción. Su pasión fue explorar e internarse por lugares que nadie hubiera conocido antes. Hablaba 29 idiomas, escribió más de cien libros y tratados etnológicos, geográficos, lingüísticos y botánicos. Luchó en la guerra de Crimea, recorrió Asia y África y entró en la ciudad prohibida de Harar y en La Meca y Medina vestido de musulmán. Sus

obras: *Vagabundeos por el oeste de África*, *Viaje a la Ciudad de los Santos* o *Mi peregrinación a Medina y La Meca* fueron verdaderos *bestsellers*.

Existe una historia que involucra a dos viajeros importantes y que ilustra la importancia del periodismo de viajes en la época decimonónica. Comienza con David Livingstone, un joven británico, filántropo, estudiado y culto, que se convirtió en misionero para llevar ayuda a los africanos y luchar contra la esclavitud. Fue el primer europeo en recorrer toda África y cartografiar buena parte del continente, así como tomar medidas de las tierras y escribir un libro con detalles de todo el recorrido al que llamó *Diario del doctor Livingstone*. Durante muchos años, no se supo nada sobre el misionero, lo que inició una serie de especulaciones sobre si estaba vivo o muerto. La prensa británica hizo una campaña para que el gobierno iniciara su búsqueda y en Estados Unidos, el director del *New York Herald*, pidió a su corresponsal Henry Morton Stanley que viajara a África para localizarlo. Stanley era un notable viajero que ya había sufrido las penalidades de vivir en lugares en guerra, por lo no le fue difícil sumergirse en las espesas selvas africanas y encontrar a Livingstone. Después de 28 días juntos, Stanley volvió a casa sin el misionero, pues este no quiso abandonar su labor. No obstante, el periodista se encargó de escribir varias piezas periodísticas sobre su encuentro, las que aumentaron la fama de ambos en el Occidente. El libro *Cómo encontré a Livingstone*, publicado en 1872, fue tan importante para el periodismo de viajes, que diarios como el *New York Herald* o el *Daily Telegraph* le patrocinaron a Stanley otros viajes a África para que siguiera su labor informativa, lo que hizo para escribir *A través del continente negro* en 1878 o *El Congo y la fundación del Estado Libre* en 1885.

Los relatos de viajes eran un contenido tan habitual en la prensa europea, que a finales del siglo aparecieron los primeros boletines y revistas especializadas en viajes. En España fueron el *Boletín de la Exploradora*, el *Boletín de la Sociedad Geográfica de Madrid*, *El Viajero Universal* y *El Viajero Ilustrado Hispanoamericano*; en Suiza, *L'Afrique explorée et civilisée*; en Francia, los *Annales des voyages*, el *Tour du Mondo* y los *Voyages illustrés, aventures, combats, découvertes*; en Italia, el *Giornale illustrato dei viaggi e delle avventure*, entre otros.

## **El siglo XX, turismo e información comercial**

El siglo XX estuvo definido por la guerra, los conflictos políticos y las separaciones ideológicas en gran parte del mundo; pero también por sus avances industriales y económicos que cambiaron la forma de vida de la gente, incluyendo sus hábitos de viaje.

El desarrollo del transporte, especialmente con el uso generalizado del avión, hizo que fuera más cómodo y rápido llegar al otro lado del mundo. A la par de esto, la clase media de los países industrializados mejoró sus ingresos económicos, por lo que les fue más fácil acceder a viajes que antes solo podrían haber costado las élites o las minorías profesionales. El mundo empequeñeció de cierta forma y como bien dijo Calvo (1947) ya no nos separan del otro confín del mundo ni kilómetros ni millas, sino dólares.

El viaje comenzó a percibirse como una forma de placer dentro de una cultura de ocio. Su masificación respondió a una creciente industria turística que tuvo su apogeo en la segunda mitad del siglo XX, después de las guerras mundiales. Aquí donde comienza a perderse el valor etimológico que identifica *travel* con *travail* (trabajo) y la figura solitaria y aventurera del viajero es sustituida por la del turista, la persona que viaja en grupo, con programas, guías y sin ningún tipo de peligro.

Es difícil definir con exactitud las características del turista en el siglo XX. Algunos teóricos los describen como “gente que viaja pero no convierten su viaje en narración” (Huxley, 1959), otros los ven como una especie de autómatas que se mueven de un lugar a otros buscando curiosidades y asombrándose de lo que un guía les dice que debe asombrarles. Asumir que todos los turistas son así, sería negligente y reduccionista. Hay turistas que si bien han organizado sus viajes con una agencia, aprecian los lugares visitados de forma distinta, tienen experiencias enriquecedoras y hasta relatan sus andanzas como periodistas o escritores. Lo que no se puede negar es que viajar en el siglo XX fue muy diferente a los siglos anteriores, pues cambiaron las formas, las motivaciones, los intereses y el punto de vista del viajero.

Los medios de comunicación también respondieron a estos cambios y sus contenidos comenzaron a darle mucho más espacio a narraciones de viajes. Surge el periodista de viajes del siglo XX, también llamado corresponsal, como un viajero profesional; su trabajo era relatar lo que veía en otras tierras, dar a conocer las circunstancias de vida de esos lugares e informar sobre las guerras o conflictos sociales, entre otros temas de interés para los lectores. Por otra parte, el viajero-escritor viajaba voluntariamente y se limitaba a presentar una interpretación personal de algún lugar o hecho, o a relatar una aventura en primera persona (Salcines, 1996).

También existió un periodismo de viajes que Rivas (2006) llama periodismo internacional, vinculado a las expediciones y a los descubrimientos, siguiendo las tendencias de siglos anteriores. Su principal promotora fue la *National Geographic Society*, publicación de viajes y de divulgación geográfica y científica, fundada en Estados Unidos en 1888. Esta sociedad financió numerosas expediciones para publicar sus hallazgos, entre ellas las de Robert E. Pearl al Polo Norte en 1909, las de Richard E. Byrd al Polo Sur en 1929, el recorrido de Joseph R. Rock por la antigua frontera entre China y el Tibet entre 1923 y 1930 o las investigaciones marinas de Cousteau, en las décadas de 1950 y 1960.

La *National Geographic* publicó el descubrimiento de Machu Picchu en Perú, la primera expedición que atravesó el Sahara en automóvil o las rutas amazónicas narradas por el periodista Stevens. La revista además tiene el mérito de haber sido la primera en utilizar las fotografías de viajes, en 1903, para ilustrar sus artículos, un elemento ahora imprescindible en este periodismo especializado.

Entre los periodistas de viajes más célebres de la época encontramos a William L. White, redactor viajero del *Reader's Digest*, autor de textos como *Mi viaje con Margaret* y *Yo vi a Londres en llamas*, que causaron sensación durante la II Guerra Mundial, y Robert St. John de la *Associated Press*, quien informó sobre la guerra y las actividades ilícitas de Al Capone, con el libro *Desde la tierra el pueblo amordazado*, sobre su experiencia en los Balcanes.

Casos especiales los de los periodistas radiofónicos que contaban con mucha popularidad en sus medios. Cecil Brown, corresponsal de la *Columbia Broadcasting System*, narró sus viajes por Belgrado, Creta, Alejandría y Singapur; William L. Shirer, cronista de la misma radiodifusora, se hizo famoso por sus relatos de viaje por la Europa dividida por el telón de acero, que siempre comenzaban con la frase: “Mis espías me han comunicado...” Tanta fue su aceptación, que las crónicas se recopilaron en el libro *Diario de Berlín* que se convirtió en un éxito de ventas.

También estaba Mario Appellius, descrito por Altabella (1945) como un gran reportero italiano, literato viajero, lleno de exaltaciones líricas y amante de la aventura, que lo llevó a vivir en países lejanos. Fue grumete en un barco mercante, enviado especial en diez guerras y autor de más de veinte libros de periodismo. Su punto negativo fue una cercanía al fascismo italiano que lo hizo terminar en prisión.

Robert D. Kaplan es un viajero, periodista y pensador estadounidense; autor de libros como *Viaje a los confines de la Tierra* o *Fantasmas balcánicos*. Se destaca por ser un gran intérprete de la realidad y un líder de opinión sobre geopolítica y política internacional con influencia no solo en sus lectores, también en los gobiernos y en la comunidad académica.

Pero la figura culmen del periodismo de viajes sigue siendo el polaco Ryszard Kapuściński, el “reportero del siglo”. Escribió una veintena de libros sobre diferentes partes del mundo, entre los que destacan *Ébano* y *El Emperador*, que hablan sobre África; *El Sha*, escrito sobre Asia o *El Imperio*, sobre la Unión Soviética. Fue testigo de revoluciones, matanzas, hambrunas, injusticias, entre otras atrocidades. Una de sus frases más famosas: “Los cínicos no sirven para este oficio”, (que también es el título de uno de sus libros), es reflejo de su personalidad comprometida con los más débiles, cualidad que se veía en sus reportajes, donde siempre estuvo del lado de las víctimas. Además de su humanidad, era un magnífico escritor que describió como nadie los perfiles de los lugares que recorrió y las culturas con las que convivió. En el 2003, cuatro años antes de su muerte, fue reconocido con el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades.

Entre los periodistas de viajes españoles del siglo XX, se hallaron figuras célebres de la literatura como Azorín, quien unió perfectamente el trabajo periodístico con su calidad literaria en varios reportajes, entrevistas y crónicas. Vicente Blasco Ibáñez, quien prefería lo raro, lo extraordinario y los viajes difíciles, escribió *Viaje a Oriente y La vuelta al mundo de un novelista*. Pio Baroja, quien creía que el periodismo era “recorrer caminos, hablar con la gente, indagar y hacer reportajes”, publicó *La Expedición de Gómez*, una conocida colección de reportajes de corte viajero y Miguel Delibes, quien ávido de aventuras se lanzó a conocer Sudamérica y al volver escribió los libros *Por esos mundos* y *Un novelista descubre América*.

Lamentablemente, sobre las mujeres periodistas de viajes (que las existieron) se ha escrito muy poco. Solo se recuerdan algunos nombres como los de Nelly Blye, quien dio la vuelta al mundo haciendo reportajes; Mary Merlin, autora de varios libros de viajes, Teresa Bonney, corresponsal de la II Guerra Mundial o Rebeca West, escritora de *Cordero negro, halcón gris*, un relato sobre los Balcanes.

Es importante señalar que los periodistas de viajes también se han encuadrado dentro de los movimientos artísticos y literarios de diferentes épocas. Es así como en los años 60, muchos fueron parte del Realismo social y utilizaron sus relatos de viaje como denuncias de abusos, explotación o injusticias; pero a partir de los 70, los textos de viajes dieron un giro y volvieron a priorizar la experiencia del viajero y la descripción de los paisajes.

### **2.1.2 Del subgénero a la especialización periodística**

Los primeros teóricos de la comunicación ubicaron a la crónica viajera como subgénero de la crónica periodística (Forneas, 2004), un escrito que informaba con regularidad de las impresiones de un especialista, testigo de lo que sucedía en un lugar geográfico (crónica de corresponsal) o en un ámbito temático (crónica de especialista). (Gomis, 1974)

La crónica de viajes se ubicó dentro de las crónicas de corresponsal, junto a las crónicas de guerra, las de enviados especiales o corresponsales fijos o locales. Aunque

sus objetivos, formas y publicaciones fueran diferentes, estas crónicas compartían la característica de ofrecer información sobre acontecimientos que ocurrían en lugares lejanos o desconocidos para los lectores (Forneas, 2004).

Autores como Bernal (1997), en vez de llamarla subgénero, afirman que la crónica de viajes merece ser tratada como un género periodístico aparte. Su explicación es que características como la naturaleza del desplazamiento del autor para escribir el relato, el valor informativo de la pieza, el tratamiento de la información, la actitud del cronista y las condiciones de su difusión, hace que se diferencie de las otras crónicas de corresponsales y se convierta en una clase diferente de periodismo.

Otra particularidad que teóricos como Chillón (1999) destacan sobre la crónica de viajes es su capacidad de combinar habilidades del periodismo, como la indagación, la observación y la constatación de datos, con un estilo de escritura más literario y con la libertad expresiva que nace de la familiaridad con los lectores; una cercanía que el cronista ganaba al tener una publicación periódica que sus seguidores esperaban mes a mes o semana a semana y en la que iba revelando una personalidad con la que los lectores empatizaban. Según Chillón, estos aspectos esenciales permanecían en las crónicas de viajes de finales de los años 90, que armonizando calidad periodística y construcción literaria, lograban una información más atractiva que otras publicaciones.

Algunos rasgos esenciales de las crónicas de viaje se han perdido, especialmente en lo que se refiere a la continuidad del cronista y el fraccionamiento del relato. La razón es que ahora los periódicos ya no apuestan por presentar una crónica de viajes de forma cronológica y de itinerario, ahora prefieren un texto único que resuma el viaje o que destaque solo ciertos puntos. Y es aquí donde la crónica, “género estrella” del periodismo de viajes, comenzó a cederle paso al reportaje.

Las primeras diferencias entre la crónica de viajes y el reportaje de viajes, en sus formas más clásicas, subyacían en dos aspectos esenciales: la periodicidad de la publicación y la especialización de su autor.

Mientras la crónica requería una continuidad determinada por el tema, el lugar de procedencia y el autor, el reportaje comenzó con un carácter ocasional al igual que los géneros periodísticos restantes (Albertos, 1983). La crónica estaba escrita por un experto con total dominio del tema y del terreno donde se movía; mientras el reportaje fue asignado a periodistas no especializados, que iban al lugar solo con el entusiasmo de querer descubrir la información. No obstante, este interés y su “sensibilidad virgen” hizo que los reportajes tuvieran una vivacidad que los diferenció positivamente de la crónica. (Gomis, 1995)

Por supuesto, estas características básicas hibridaron, modificaron la crónica y la dotaron de elementos que la teoría había reservado para el reportaje. Como se determinó anteriormente en la definición de Chillón, ahora la crónica puede ser escrita por un periodista, aunque no sea experto en el tema, utilizando herramientas propias de su profesión como la investigación y la entrevista.

Forneas (2004) explica la crónica de viajes actual como una narración desarrollada en forma cronológica en torno a un itinerario que actúa como elemento estructural. Para la autora, a diferencia de las crónicas de antaño, el tema del espacio donde está el cronista se impone sobre el elemento del tiempo, que pasa a segundo plano. Ya no se cuenta todo el viaje, sino solo los momentos más importantes.

Lejos de desaparecer, la mítica crónica viajera ha evolucionado y está ocupando un espacio privilegiado en Internet, gracias a los blogs y a otros espacios de expresión en la web que este capítulo explicará más adelante.

### **Clasificación de los reportajes de viajes**

El reportaje de viajes ganó adeptos en los periódicos, revistas y publicaciones especializadas en el tema, donde ha sido el género por excelencia. Sus temáticas son muy variadas y van desde la geografía hasta la naturaleza, los deportes, el arte, la economía, la política, entre otros. Dada su heterogeneidad y su vinculación con otras disciplinas y materias, clasificar los reportajes de viajes es difícil, pero Belenguer (2002) ha desarrollado una amplia propuesta, de la cual se describirán solo las

clasificaciones afines a esta investigación. Dadas sus características narrativas y periodísticas, además de su actualidad, la siguiente clasificación ha servido de guía para el análisis de los blogs de viajes de esta investigación.

**A. Reportajes de viajes según su tipología semántica:** Se dividen de acuerdo a su grado de especialización y a su temática.

a. Grado de especialización

- i. Reportaje panorámico o panóptico: Da una visión global y genérica de un lugar, que puede ser desde una pequeña ciudad hasta un continente, presentando aspectos variados de la zona.
- ii. Reportaje monográfico: Aborda una materia concreta dentro de un entorno geográfico específico.

b. Temática

- i. Reportajes geográficos: Dedicados a espacios territoriales definidos.
- ii. De divulgación científica: Relacionados con materias de naturaleza (zoología, botánica, ecología) y etnografía (ritos, hábitos, relaciones, vivienda o alimentación de las poblaciones indígenas). Su diferencia con las piezas de periodismo científico es que aquí predomina el hecho del viaje; no obstante, debido a su riqueza y grado de especialización, estas piezas también son publicables en revistas científicas.
- iii. Culturales: Centrados en el arte y la historia.
- iv. Sociales: Su objetivo son las poblaciones, pero no el entorno sino sus habitantes. Aquí se pueden encontrar reportajes de fiestas o costumbres, hasta de denuncia por hechos de injusticia, marginación y conflictos sociales.
- v. Deportes y aventura: Suelen narrar expediciones hacia un lugar para practicar un deporte o pueden ser solo de aventuras.

**B. Reportajes de viajes según su tipología morfológica:** Se dividen según las variantes del género, modo de redacción y estructura del relato.

a. Variantes del género

- i. Reportajes de viajes de acción: El relato lleva una visión dinámica de los hechos y el viajero se convierte en protagonista de ellos; suelen ser reportajes sobre aventuras o deportes, con un estilo activo y carente de interpretación, pues se limitan a describir las cosas. A diferencia de las crónicas viajeras de antaño, donde el protagonista también era el autor, estos reportajes no aportan mucha información, no profundizan ni buscan explicaciones a lo que están viendo.
- ii. Reportajes de viajes de situación: Como su nombre lo indica, se centran en plasmar una circunstancia o situación cotidiana de forma expositiva y descriptiva; el punto de vista del autor es omnisciente, aunque algunos están escritos en primera persona.
- iii. Reportajes de viajes interpretativos: También llamados divulgativos, son más especializados y se caracterizan por la búsqueda de antecedentes, la humanización del relato, la interpretación, la investigación y la orientación. A diferencia de un reportaje interpretativo noticioso, el de viajes no se realiza con el fin de explicar mejor un acontecimiento o un hecho de interés público previamente conocido, sino que depende del viajero que ha visitado el lugar e interpreta, analiza, expone y explica cómo es y lo que ahí acontece. Esta particularidad se convierte en uno de los rasgos definitorios del periodismo de viajes, por su aproximación a la realidad, aunque frecuentemente se le desplaza del terreno del periodismo.

Para contrarrestarlo, es frecuente que algunas noticias sean utilizadas de “percha” para realizar reportajes de este tipo; por ejemplo, todos los que se han publicado sobre países que acogen

torneos deportivos, que son visitados por un dignatario o en los que sucede algo que capta la atención mundial.

Otra característica de los reportajes de viajes interpretativos es que pueden estar muy influenciados por la literatura y los relatos de viajes históricos, combinando recursos literarios con periodísticos. Esto, nuevamente, aproxima el reportaje a la crónica de viajes y a la literatura, pues además del estilo, no es extraño que muchos de estos reportajes terminen publicados en libros.

b. Modo de redacción

- i. Reportaje de viajes expositivo: Describe una situación en un entorno geográfico de forma objetiva y concreta. Se aproxima a la interpretación pero se queda en el límite, sin profundizar, valorar o interpretar. Se podría ubicar entre un reportaje de situación y uno de interpretación.
  - ii. Reportaje de viajes descriptivo: Es uno de los más utilizados en el periodismo de viajes porque permite la incorporación de muchos recursos literarios. Su descripción puede ser de forma estática para paisajes o zonas urbanas o dinámica para las formas de vida y hábitos de las personas donde se contemplan acciones y comportamientos.
  - iii. Reportaje interpretativo: Descrito en la anterior tipología.
  - iv. Reportaje de viajes narrativo: Es equivalente al reportaje de acción. El acontecimiento protagonizado o presenciado por el autor es lo que domina, aunque se incorporen elementos descriptivos o expositivos.
- c. Según la estructura del relato: Esta clasificación enlaza con los antecedentes históricos de los relatos de viajes, pues es la misma que el autor utiliza para los libros y textos históricos de viajes. No solo se basa en la presentación del texto, sino en la forma de trabajar del periodista,

en cómo prepara el viaje, anota, recopila datos, se documenta y estructura.

- i. Reportaje de viajes cosmográfico: Aplicable a los textos interpretativos y de situación. Se caracteriza por un gran trabajo de información, investigación previa y documentación posterior al viaje. Este proceso puede ser tan completo que el autor, en un caso infrecuente, pueda escribir el reportaje sin tener que haberse desplazado al lugar, sin que esto constituya un engaño para el lector, pues toda la información que dará será verificable y seria. También es frecuente que este tipo de reportajes sean escritos por personas que vivan en el lugar y que proporcionan mayor rigor al contenido.
- ii. Reportaje de itinerario: La labor documental previa y posterior para la elaboración del relato es secundaria ya que lo que se narra es la experiencia del viaje. El reportaje de acción relatado con carácter de itinerario es lo más próximo a la crónica de viajes, ya que mantiene todos sus rasgos salvo la fragmentación y la continuidad.
- iii. Reportaje mixto: Se alterna el relato de itinerario con aportaciones de datos históricos, sociales y culturales que el autor intercala en su narración. Requiere de una documentación previa y posterior al viaje.

Como se ha determinado, la riqueza del reportaje de viajes elevó la información de viajes al nivel de otras ramas del periodismo como la economía o la política. Es entonces que surge el dilema del periodismo de viajes como género o como especialización, tema que se abordará en el siguiente epígrafe.

### **Periodismo de viajes, ¿una especialización?**

La clasificación clásica del periodismo nos habla de tres grandes géneros: noticioso, de autor y especializado. Cuando se revisa la información sobre viajes, se demuestra que

no solo puede haber piezas que correspondan a cada uno de los grandes géneros, habrá otras que mezclen los géneros o que, incluso, incursionen en otros.

En la actualidad existen medios de comunicación especializados, desde revista hasta canales de televisión, donde los viajes se tratan monográficamente y son abordados con noticias, entrevistas, columnas de opinión, caricaturas, etc. Los viajes se han convertido en un tema de interés periodístico desde diferentes ópticas y puntos de vista y como tal goza de una fuerte demanda por parte del lector, por lo que algunos autores han comenzado a hablar de un periodismo especializado y no solo de un género periodístico.

Ante esta afirmación, conviene revisar algunas definiciones de periodismo especializado. Fernández del Moral (2004) dice que el periodismo especializado propone modelos comunicativos que hagan de las especialidades del saber o actividades profesionales, materia periodística susceptible de codificación en mensajes universales, además de establecerse como vía de comunicación entre disciplinas.

Por otra parte, Borrat (1989) explica que el periodismo especializado debe ser producido por periodistas con experiencia profesional en el área de su especialización, aplicando de forma conjunta o articulada, la redacción periodística y las disciplinas específicas correspondientes a esta área, tanto al informarse como al narrar y al comentar informaciones. Para él, no es suficiente que un medio de comunicación tenga ciertos periodistas especializados en un tema o que publique información conjunta sobre un mismo tópico (lo que llama prensa de información selectiva) para que se considere periodismo especializado. Además del conocimiento y la aplicación de recursos teóricos y metodológicos de tipo general, que se utilizan en cualquier área informativa, se debe contar con “el conocimiento y la aplicación de recursos teóricos y metodológicos específicos, aquellos que se necesitan para abordar la correspondiente área de información periodística”. (Borrat, 2000, p. 141)

Basándose en estas características, se llega a la conclusión de que el periodismo de viajes cumple con estos requisitos, pues además de tener profesionales que lo ejercen,

no se limita a ser un “periodismo de información selectiva”, muchas de sus piezas “se ajustan a los requisitos académicos del periodismo especializado al desarrollar ese proceso de articulación de los recursos teóricos y metodológicos propios que señala Borrat”. (Belenguer, 2002, p. 116) Un periodista de viajes tiene una preparación y procesos de trabajo muy diferentes a los de otros periodistas especializados, que también cuentan con sus propias formas de especialización.

### **2.1.3 Ecosistema mediático: periodismo de viajes en Internet**

Tres acontecimientos marcaron la historia de los medios de comunicación en el siglo XX: El nacimiento de la radio en los años 30, la llegada de la televisión en los 50 y el desarrollo del Internet en los 90. De los tres, fue el Internet el que provocó cambios más radicales en la forma de comunicarse, informarse, entretenerse, formarse y hasta de vivir de las personas.

En 1994, los medios de comunicación comenzaron su traslado a la web con un esquema de contenidos reducidos. Eran páginas que contaban con unas cuantas noticias que los lectores podían encontrar también en los medios impresos, incluso de forma más atractiva, y en las que no se aprovechaban los recursos tecnológicos (Navarro, 2011). Cerezo (2006) explica que en sus principios la llamada web 1.0 estaba formada de páginas estáticas de HTML, que no se actualizaban frecuentemente y cuya innovación casi era solo poder verse a distancia y en una pantalla. Los verdaderos cambios llegaron con la web 2.0 y sus portales en constante evolución y construcción, con la participación tanto de los gestores como de los mismos usuarios, quienes dejaron su rol pasivo para ser protagonistas del proceso comunicativo, incluso convirtiéndose en generadores de contenido (Tejedor, 2008).

El periodismo debía adaptarse. Y los medios, unos más rápidamente que otros, comenzaron a aprovechar las grandes posibilidades que el Internet les ofrecía. Rost (2006) realizó una lista con las características innovadoras del Internet y cómo se podían aplicar a los sitios web de los periódicos o de los nativos digitales. Para los fines de este estudio, se menciona la multimedialidad que permite la integración de distintas morfologías de la información, construyendo una propia gramática

hipermedia; la personalización, pues ahora el contenido responde, en mayor o menor medida, a lo que necesita y pide el usuario; la interactividad del usuario, tanto en su selección de contenidos como en sus respuestas y su comunicación con otros individuos; la narrativa hipertextual, con contenidos organizados en una estructura de nodos y enlaces para asociar contenidos, jerarquizar noticias, contextualizarlas, promover la participación y abrir el medio a otras fuentes; y finalmente, la documentación, que permite al medio contar con espacio y tiempo ilimitados para almacenar información importante para el usuario.

Años después, Martínez (2013) agrega otras características: la utilización de narrativas transmedia que cuentan con multisoporte, multiformato, multimedia y multinarrador, con participación del usuario en todo el proceso, incluso siendo el origen de la información, y la capacidad de difusión a través de las redes sociales, donde puede intervenir el periodista y propiciar la intervención de las audiencias.

Surge entonces un actor nuevo en el proceso informativo. Una figura a la que Berrocal, Campos y Redondo (2014) llaman prosumidor. El prosumidor es el usuario de un medio digital que no se limita a leer, también comenta, envía fotos, videos o crea blogs y artículos que los medios publican y promueven. Es el que realiza labores informativas al tiempo que las consume y el que termina definitivamente con la comunicación unidireccional.

Ante este panorama, con medios, contenidos y hasta usuarios diferentes, el periodista no podía seguir siendo el mismo del siglo XX. El periodismo digital “transformó la figura tradicional del informador en un periodista multimedia, con rutinas nuevas en diferentes soportes, multitareas y con uso de multilinguaje” (Sánchez, Campos y Berrocal, 2015, P. 188). No obstante, este proceso que en la actualidad se sigue viviendo, también avivó el debate sobre el ejercicio profesional del periodismo y quién debe o puede llevarlo a cabo. Posiciones como la de Jarvis (2014), editor del *New York Daily News*, quien cree que el periodismo es un acto, no una persona y por lo tanto, siendo el periodismo un acto, cualquiera puede ser periodista; demuestran cómo han cambiado las definiciones y percepciones sobre quiénes comunican en la actualidad.

Por el contrario, autores como Martínez (2012) opinan que ahora es cuando más se requiere que los periodistas tengan un perfil profesional y humano que los distinga de las personas sin preparación que también están generando contenido informativo. Para Martínez, el periodista tradicional no desaparecerá, pero deberá modificar su forma de trabajar en función de la adaptabilidad del medio, la interactividad y la hipertextualidad; necesitará tener conocimientos y habilidades propias del oficio, pero también el dominio de técnicas para producir y administrar el trabajo informático y multimedia. Sandoval (2001) opina que la meta debe ser superar los alcances del periodista tradicional para encaminarse al perfil del periodista digital, que conoce y aprovecha todos los beneficios de la web para hacer un trabajo de mayor calidad. En este punto, Tejedor (2007) destaca que el periodista digital debe saber cómo utilizar la web como una fuente de información, aplicando criterios deontológicos y filtros que garanticen la veracidad de sus publicaciones.

En el caso del periodismo de viajes, los desafíos de incursionar en los medios digitales fueron los mismos que en otras ramas del periodismo, pero con el agregado de tener que volver a lidiar con una de sus características más arraigadas: la ambigüedad en el perfil de sus autores. Este rasgo tan notorio en la antigüedad, en la que cualquier viajero podía narrar sus experiencias y generar expectativa entre sus contemporáneos, pareció superarse en cierta medida con los viajes ilustrados y el surgimiento de periódicos y revistas especializados en viajes; pero, con el surgimiento del Internet, la apertura de nuevos espacios de expresión y la aparición de los prosumidores, esta particularidad de los relatos de viajes se ha elevado significativamente hasta el punto que para ser periodista de viajes, no hace falta tener experiencia ni preparación académica. El periodista de viajes estadounidense, Thomas Swick (2016) explica que en un periódico los editores y reporteros de secciones como cocina, hogar, moda o jardinería, deben ser expertos en sus respectivos temas; mientras que en las de viajes se contrata a cualquier persona que haya viajado y que pueda contar lo vivido.

Lo que no se puede negar es que la gran cantidad de recursos de la web 2.0, sus herramientas y las redes sociales, han dado vida a variadas opciones comunicativas en

la presentación de contenidos sobre viajes (Tejedor, 2008). Las posibilidades de la comunicación en línea han sido aprovechadas para la creación, explicación y documentación de experiencias viajeras, lo que se traduce en una experiencia más atractiva para el usuario (Bingley, Burgess, Sellitto, Cox & Buultjens, 2010).

Chabot (2007) también destaca la importancia que los viajeros y turistas le dan a la red a la hora de buscar un destino y organizar un viaje. Este papel que antes había sido reservado para las guías de viajes impresas o las agencias de viajes, se trasladó a Internet con la ventaja de que ahora los viajeros pueden tomar decisiones por su cuenta en menos tiempo, resolver dudas y compartir experiencias a través de redes sociales, foros o sitios especializados como *TripAdvisor*.

Atentos a las necesidades de los usuarios y a los nuevos modelos de negocio, algunos medios de comunicación comenzaron a ofrecer sus propios servicios de organización de viajes a la par de sus contenidos periodísticos. Larrondo y Tejedor (2010) creen que esta convergencia de servicios es positiva para el ciberperiodismo de viajes, ya que se han sabido aprovechar los recursos de la Web 2.0 para convertirse en una plataforma de múltiples utilidades para los consumidores.

Los autores consultados conciben el viaje actual como una práctica que mezcla lo real y lo virtual y que en muchas ocasiones tiene su punto final en el posterior relato de la experiencia del viajero en sitios personales, como las redes sociales o los blogs.

### **Blogs de viajes: ¿Periodistas o viajeros?**

El apogeo de los blogs comenzó en Estados Unidos, después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, cuando los ciudadanos utilizaron estos espacios para compartir experiencias y tratar de superar el trauma ayudándose unos a otros (Edo, 2005). Su aceptación fue tan grande que se convirtió en una moda, un fenómeno comunicativo que acaparó la atención de los investigadores, quienes empezaron a indagar en esta comunidad virtual, sus comportamientos, usos y cambios en la producción informativa (Cebrián, 2009).

Los primeros blogs de la historia surgieron en 1997 con el nombre de *weblogs*, que significa diarios web; en español fueron conocidos como diarios personales en línea, cuadernos de bitácoras o bitácoras a secas. Fueron ideados como páginas web personales para publicar entradas por orden cronológico inverso, al modo de un diario. Su principal atractivo fue la facilidad con la que cualquier persona, con mínimos conocimientos de informática, podía abrir su propio espacio en cuestión de minutos; además, con proveedores gratuitos del servicio, como los pioneros LiveJournal, WordPress, Pitas o Blogger, el costo de tener un blog solo ascendía a lo derivado de tener un ordenador y conexión a Internet (Filgueira, 2008).

En veinte años de existencia, los blogs dejaron de ser simples diarios personales para convertirse en portales sofisticados que abarcan todo tipo de temáticas, con diferentes funcionalidades y opciones de personalización y hasta comercialización. Según Gailler (2013) en el 2013 existían 152 millones de blogs en el mundo y según Statics (2015), en el 2015 se escribían 1.13 millones de entradas diarias. Aunque no se encontró información más reciente, estas cifras dan cuenta de la importancia que seguía teniendo este medio incluso después de la exitosa incursión de las redes sociales.

Los medios de comunicación abrieron sus puertas a los blogs, convirtiéndolos en espacios informativos emergentes, que a pesar de estar respaldados por los medios, no siempre ostentan un rigor periodístico. Por estar en sintonía con los tiempos y generar contenido más informal y cercano al lector, los medios han invitado a escribir a personas con cierto reconocimiento en diversas ramas, pero que con frecuencia no tienen experiencia en comunicación (Navarro, 2011). Conocidos son los casos de blogueros de viajes con éxito en la red, invitados a colaborar con periódicos tan importantes como el *New York Times*, o a escribir libros con sus crónicas; autores que probablemente no tuvieran noción de las prácticas periodísticas básicas, pero que demostraron un cambio en las publicaciones de viajes que no vacilan en proveer de información al público (Pirulli, 2015).

Así como los blogueros se han convertido en periodistas, los periodistas se han convertido en blogueros. Según Palomo (2009), la facilidad de uso de los blogs

provocó que varios sectores los utilizaran discriminadamente, pero el gremio de periodistas fue uno de los más activos y comprometidos con su actualización y la calidad de los contenidos. La autora realizó un estudio con periodistas hispanohablantes y concluyó que entre sus motivaciones para abrir un blog está hacerse una imagen, interactuar con los lectores y tener un espacio donde publicar información sin censura. “El blog amplifica la voz del periodista, superando las barreras geográficas y coercitivas” (Palomo, 2009, P. 2); por esa razón, hasta la organización Reporteros sin fronteras publicó la *Guía práctica del blogger*, donde ánima a esta práctica y da consejos para evitar represalias y conseguir credibilidad respetando los principios éticos y periodísticos fundamentales.

Según Tejedor (2008), existe una tendencia entre teóricos y profesionales de la comunicación a opinar que un blog debe ser escrito por un periodista o por un especialista en el tema tratado, para considerarse un medio informativo formal y no solo un sitio de aficionados. Creen que el periodismo ciudadano, en el que cualquier persona puede colaborar, es provechoso para enriquecer los contenidos de los medios, pero debe publicarse claramente diferenciado del periodismo profesional, lo que demuestra que todavía existe desconfianza en estos contenidos, aunque cada vez sean más promovidos por los medios digitales.

En el caso de información relativa a viajes, la separación entre periodista, experto y aficionado es mucho más difícil, porque ¿cuál es la preparación o experiencia que debe tener un viajero para considerarse profesional en los viajes? o ¿qué tipo de blog debe escribir un viajero para considerarse periodista? Como se ha señalado reiterativamente en este trabajo, este es un conflicto muy añejo, pero que se ha incrementado con la llamada democratización de la información y la aparición de nuevos espacios de expresión en la red. Así lo demuestran autores como Puhlinger y Taylor al definir el blog de viajes como una serie de

*entradas individuales relacionadas con viajes planeados, actuales o pasados. Los blogs de viajes son el equivalente del diario personal en línea, y están compuestas por una o más entradas individuales alineadas a un tema en común (por ejemplo, el itinerario de un viaje o la compra de un tiquete alrededor del mundo). Comúnmente son escritos por*

*turistas que les reportan a amigos y familiares sobre sus actividades y experiencias durante los viajes.* (Puhringer y Taylor, 2008, P. 179).

Esta definición, sin mención alguna al periodismo o a la especialización del autor, se encuadra mejor en lo que Aguirregoitia y Fernández (2008) llaman Periodismo turístico en la web 2.0, donde las herramientas de comunicación e interacción sirven principalmente para promocionar un destino de viajes, algo requerido más por los turistas que por los viajeros. Los autores explican que los internautas leen los blogs para enterarse de las experiencias del autor, pero también quieren ver fotos y videos para hacerse una idea del lugar que visitó y esperan recomendaciones sobre los servicios que utilizó, como hoteles y restaurantes.

El proceso se completa con el intercambio de opiniones, la respuesta de dudas y la interacción con otros usuarios. De esta forma, la información que se recibe de un destino y la decisión de visitarlo es influenciada por toda una comunidad que continuamente comparte información.. Ya no solo es el periodista o una guía de viajes los que hacen sugerencias unilateralmente, ahora el turista también recomienda y genera información.

Otra corriente teórica, menos estudiada que la anterior, analiza los blogs de viajes como dispositivos biopolíticos que pueden servir para proponer nuevas formas de existir dentro de una sociedad de consumo o para promover formas de turismo autosostenible y responsable con el ambiente y las culturas ajenas (Sandoval, s. f).

Afanador (2014) analiza blogs de personas que abandonaron sus trabajos, rutinas y estabilidad económica para salir a recorrer el mundo con poco dinero. Según el autor, la constancia en la generación de contenido para un blog y sus interacciones, logran que el bloguero construya una identidad con principios y valores que sus usuarios pueden compartir, admirar e imitar.

Los blogs de viajes pueden representar un discurso anticapitalista, que proponga el viaje como un reordenamiento de la vida, con nuevos hábitos de consumo y marcando distancia de la sociedad consumista actual. Para Lima, Afanador y Cezar, (2015) si

estos fundamentos tienen repercusión en los usuarios, los blogs de viajes se convierten en el formato contemporáneo de los llamamientos biopolíticos.

Como se ha visto, el blog de viajes se ha estudiado desde concepciones diferentes, de acuerdo a sus contenidos y a las intenciones de sus autores, ya sea como parte del marketing turístico o todo lo contrario, una reacción política contra el turismo feroz, el consumismo y la forma de vida capitalista.

Existe una tercera corriente que se revisará en el siguiente epígrafe, que estudia los blogs como creadores de identidades diferenciadoras entre culturas distantes, y es la que se acerca más a los objetivos de este trabajo.

## **2.2 Narraciones de viajes, creadoras de la imagen del “Otro”**

Antes de hacer referencia a las teorías que explican cómo las narraciones de viajes contribuyen a la diferenciación entre “el Yo y el Otro”, hay que aclarar que este término se refiere a lo que la antropología define como una forma de ver, percibir y definir culturas lejanas o diferentes a las propias, en un proceso de reafirmación de nuestra propia identidad (González, 1997).

Esta imagen del “Otro” surge en la historia cuando las primeras tribus comienzan a descubrirse entre sí, cuando los primeros viajeros se lanzan a lo desconocido y sus relatos empiezan a revelar los misterios de la naturaleza y la humanidad. Los viajeros superaban desafíos y peligros con tal de ver lo que nadie había visto antes y poder volver para contárselo a los demás. El viajero clásico se convirtió en un héroe creador de mitos que todavía subsisten en nuestro entendimiento del mundo (Rivas, 2006).

Según Eliade (1994), los territorios escondidos, las regiones desiertas o los mares que nadie se ha atrevido a navegar, no comparten con las poblaciones conocidas u organizadas, el privilegio de un prototipo diferenciado. Por ello, cuando una región desconocida se comienza a explorar “se realizan ritos que repiten simbólicamente el acto de la creación” (Eliade, 1994, P. 19). Esto significa que cuando los viajeros se sumergían en las profundidades de lo desconocido o los exploradores penetraban en

territorios inhóspitos, estaban inventando una forma de ver el mundo (Reverte, 1997).

Según Eliade, cuando los europeos “tomaban posesión” de un nuevo territorio e imponían sus normas y costumbres en la población, hacían un acto de creación; después, al volver a su tierra y relatar la hazaña y el viaje, repetían ese acto de creación de forma imaginaria (recreaban), con ellos y los suyos. La conquista territorial se tornaba en un mito influenciado por los valores sociales y religiosos de la época. Un mito necesario para darle orden al caos de un mundo desconocido, así como los mitos creacionistas han dado respuesta a la gran pregunta del origen de la existencia humana.

Los mitos creados por los primeros descubridores prevalecieron en las culturas de la época y se transmitieron por generaciones a la par de la historia y el legado cultural, político y social de las grandes civilizaciones. Al llegar el Renacimiento y los grandes descubrimientos del mundo occidental, los viajeros ya contaban con un bagaje informativo de sus antecesores; mitos, leyendas y hazañas de héroes que se fueron transmitiendo en gran parte gracias a la literatura de viajes. El mismo Cristóbal Colón, fascinado por las historias de Marco Polo, deseaba seguir sus pasos e ir al encuentro de lo desconocido, algo que ya creía conocer a través de los escritos del viajero veneciano (Todorov, 2007).

Según Todorov, al ir a América, Colón viajó al encuentro de sus preconcepciones, observó a través de sus creencias e interpretó en función de ellas. Por eso pudo interpretar los signos de la naturaleza, conocer los astros, adivinar la cercanía de la tierra y el oro y, a pesar de las barreras del lenguaje, asegurar que entendió a los nativos del Nuevo Mundo. En realidad, lo que Colón entendía era lo que ya había en sus fundamentos religiosos y lo que había leído en las historias de Marco Polo.

*Estas preconcepciones determinan que Colón percibiera al Otro de una manera altamente etnocéntrica: el indígena es simplemente diferente, homogéneo y carente de atributos culturales. Todo lo que el explorador destaca como característico de los nativos se reduce al color de su piel y su estatura, diferentes a las del europeo, pero semejantes*

*entre ellos; para Colón todos tienen la misma estatura, la misma desnudez, y todos andan pintados igual (...) ninguno tiene lengua, ley, ni religión* (Todorov, 2007, P. 36).

Los relatos de Colón provienen de una convicción de superioridad cultural que aniquiló toda intención de conocimiento etnográfico real, y que a la larga se volvió una de las justificaciones para el esclavismo y la asimilación de los indígenas.

En este punto, Todorov refiere algo importante, relacionado directamente a la creación de identidades a través de las narrativas de viajes. El autor explica que para Colón no hacía falta conocer a los indígenas, era suficiente con “inventarlos” desde la perspectiva de sus preconcepciones religiosas o novelísticas, como nobles salvajes y los mejores seres en el mundo o como los más crueles, hostiles y cobardes. Al igual que Colón, los conquistadores asumieron la diferencia de los Otros como signo de su ausencia e inferioridad cultural; incluso los misioneros o colonizadores que defendieron a los indígenas, lo hacían con una actitud paternalista o de superioridad moral y religiosa.

La dicotomía del indígena bueno y el indígena malo, fue alimentada por los cronistas de Indias, quienes influenciados por los mitos antiguos, las historias bíblicas y las leyendas medievales, describieron a los nativos desde esas dos perspectivas. O eran seres inocentes y buenos, con un alma cándida, que vivían en una especie de paraíso bíblico, o eran seres bárbaros e inferiores, ignorantes de Dios y solo útiles como animales de carga o botines de guerra (Hernández, 2008). Estas primeras miradas y descripciones sobre los pueblos indígenas, permiten revisar la construcción del sujeto y el mundo americano desde el eurocentrismo medieval-renacentista, destaca la autora.

La imagen mitificada de los pueblos nativos fue importante para los viajeros de la Ilustración, que iban a ellos en busca de descubrimientos científicos importantes; pero lo fue mucho más para los viajeros románticos, que en su afán de evasión y búsqueda de belleza, se dirigían a los lugares más exóticos y lejanos. Al igual que Colón, estos viajeros iban en busca de lo que ya creían conocer por medio de los libros o relatos de viajes que habían leído. Aunque no existen análisis específicos sobre el tema en estas

épocas, algunos estudiosos de la alteridad en la literatura de viajes, creen que cuando los viajeros llegaban a sus destinos, automáticamente ajustaban lo que veían a sus conocimientos previos para no tener que lidiar con una contradicción interna. Un proceso que en cierto modo, sigue sucediendo con los viajeros de la actualidad (González, 1997), como se detallará a continuación.

### **2.2.1 Estereotipos culturales en el periodismo de viajes**

Los periódicos y las revistas especializadas dieron espacio a nuevos géneros y narrativas de viajes, que en teoría, se diferencian de la literatura de viajes por apegarse a la realidad, ser investigativos y responder a una motivación social, entre otros principios periodísticos.

No obstante, los contenidos del periodismo de viajes no han sido objeto de demasiadas investigaciones en el área de la comunicación. La mayoría de trabajos que se han publicado, hasta el momento de la redacción de este TFM, son del campo del turismo y se concentran en analizar su relación con el periodismo en la parte comercial. Según Roig (2008), los medios de comunicación encontraron en su sección de viajes una oportunidad de hacer alianzas comerciales con una creciente y lucrativa industria turística. El papel de estos espacios es contribuir a crear imágenes positivas o atractivas de un destino, para que el usuario comience a soñar con viajar a ese lugar, y más adelante, se atreva a hacerlo realidad. Aunque la autora aclara que en la creación de una imagen turística intervienen diferentes agentes, la información de los medios es importante para los turistas, porque se le atribuye credibilidad y seriedad. Por otra parte, los blogs de viajes, foros y redes sociales, brindan información más cercana e interactiva y por ello, generan más confianza en los usuarios, especialmente en los jóvenes.

Esta relación comercial entre periodismo e industria turística ha sido reprochada por Hanush y Fürsich (2014) quienes creen que el periodista de viajes debe proveer información y entretenimiento, pero también perspectivas críticas. Para ellos, el periodismo que se dedica a vender un destino, está fuera de los principios éticos y profesionales del periodista. Tiede (2016) opina que los viajeros o turistas, tienen

derecho a hacer promoción de lo que quieran en sus espacios personales, no así los periodistas, que estarían traicionando uno de los principios más importantes de su profesión: la neutralidad. Al recibir un pago o ser invitado a un viaje para escribir sobre él, la posición del periodista está totalmente comprometida.

Según Hanush y Fürsich (2014), hacer periodismo de viajes no es escribir una sucesión de reacciones de su autor durante un recorrido, sea patrocinado o no; el periodismo de viajes debe tener un componente investigativo, o en todo caso, ofrecer una visión más amplia de la historia o del lugar. Todo buen escrito sobre viajes requiere perspectiva y entendimientos del Otro, pues durante su viaje y su narración, el periodista se volverá un representante de esas otras culturas y naciones. Si esta narración es el único contacto que alguien tendrá con cierto lugar o población, sin duda determinará lo que se sepa de ella; una descripción cargada de prejuicios o estereotipos, incrementará la separación entre el “yo y el Otro”.

Autores como Bruner (1991) y Urry (1990) indican que la exposición a las representaciones de un lugar o cultura, moldea la percepción de la gente sobre ellas y las condiciona a dirigir su mirada cuando viajan. Esto quiere decir que, de la misma forma en que Colón buscó en América lo que había leído en los libros de Marco Polo, el turista busca las representaciones que ha internalizado en casa sobre los lugares y la cultura que está visitando, regresa a sus preconcepciones y adapta lo que está viendo a ellas. En este punto, explican los autores, los blogs de viajes se han convertido en poderosos transmisores de imágenes positivas y negativas, porque cuentan con el atributo de la cercanía con sus usuarios, lo que los dota de mayor credibilidad que otras narrativas de viaje.

Al analizar la difusión de estereotipos en el periodismo de viajes, se debe entender el estereotipo como:

*“una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple, en un proceso reduccionista que suele distorsionar lo que representa porque depende de un proceso de selección, categorización y generalización,*

*donde se debe hacer énfasis en algunos atributos en detrimento de otros”*  
(Gamarnik, s.f, p. 1).

Los relatos de identidad mediáticos suelen construirse sobre estereotipos o prejuicios culturales. Afirmaciones como: los españoles son amantes de la fiesta brava y siempre duermen la siesta, los estadounidenses solo comen comida chatarra o Inglaterra es un país frío y nublado, son ejemplos de estereotipos. Ahora bien, si se afirma que todos los colombianos son narcotraficantes o que todos los musulmanes son terroristas, el estereotipo se vuelve un prejuicio. Un estereotipo puede no ser negativo, sino solo generalizador y simplista; pero por estos mismos atributos es muy fácil que se convierta en un prejuicio y que derive en una actitud hostil hacia cierta persona o cultura solo por pertenecer a un determinado grupo (González, 1997).

Si bien los estereotipos no se propagan por un solo medio, sino a través de su repetición constante por diferentes vías de comunicación, como lo explican las teorías del Imperialismo Cultural o el Análisis del Cultivo, entre otras, los relatos de viajes son de las informaciones más proclives a presentarlos porque, de acuerdo a Liverali y Canals (2007) se centran en una visión comparativa que propicia que toda evaluación se formule en relación con la cultura de partida. Otro factor que influye es la estrecha relación entre periodismo de viajes y la publicidad de un destino turístico, ya que la publicidad es una de las más grandes generadoras de estereotipos.

*La presencia de estereotipos en los reportajes de un periodista de viajes está condicionada por el hecho de que el autor se impone el propósito divulgativo de comunicar una realidad social compleja que, por añadidura, resulta desconocida para la mayoría de sus lectores. Por lo que el recurso al estereotipo entronca con la eficiencia comunicativa, atendiendo a que las personas poseen una capacidad limitada para procesar información acerca del mundo y los estereotipos son funcionales en el sentido de que reducen la complejidad de ese mundo (Liverani y Canals, 2011, P. 442).*

Esto no quiere decir que todas las narrativas de viajes sean difusoras de estereotipos o hayan mercantilizado sus publicaciones. El periodismo de viajes puede cumplir una función social dando a conocer realidades importantes que otros medios ignoran por

no ser “noticias”. Según Belenguer (2002) en la “utópica aldea global” en la que vivimos ahora, podemos ver hasta los conflictos en directo, pero seguimos desconociendo a nuestros vecinos que lo sufren. En este sentido, el periodismo de viajes tiene la capacidad de acercarse a la cotidianidad de otros pueblos y espacios, hablar de sus costumbres, hábitos sociales, historia, leyendas y ecosistemas. Como también ha demostrado la historia, el periodismo de viajes puede servir de protesta y denuncia a todo lo malo que ocurre en el mundo.

Alsina (1999) opina que para lograr un periodismo de viajes realmente intercultural debe existir interés por las culturas distintas; pero no un interés anecdótico o dirigido a confirmar valores propios, sino una disposición a aprender de ellas. A diferencia del colonialismo, donde se pretendía modificar y adaptar a los demás a las culturas dominantes, lo que el periodista de viajes debe hacer es utilizar las técnicas de su profesión para conocer mejor el lugar y a las personas que está visitando, tratar de entenderlas en su contexto social e histórico, e intentar describirlas en un tono de igualdad. Si el periodista o viajero es capaz de explicar estas realidades, en lugar de construirlas bajo ficticias y estereotipadas imágenes, habrá encontrado el verdadero sentido del periodismo de viajes, como muchos periodistas lo han hecho antes.

## 3. METODOLOGÍA

### 3.1 Definición del problema

La presente investigación busca ser una aproximación al estudio de los sitios web especializados en viajes como nuevos formadores de imágenes y discursos sobre distintas culturas.

Dada la enorme cantidad de información en Internet relacionada con el sector de los viajes y el turismo, este trabajo se ha delimitado en el estudio de la imagen de los pueblos indígenas latinoamericanos reproducida en los blogs de viajes de los periódicos con más visitas Web tanto en España como en Latinoamérica.

Como se indica en los capítulos anteriores, la creación y difusión de discursos, estereotipos e imágenes positivas o negativas de una cultura lejana y ajena (el Otro) a través de la literatura de viajes, específicamente de las crónicas y el periodismo especializado en viajes, ha sido materia de estudio a lo largo de los años, pero sin haber abarcado, hasta la fecha de esta investigación, el caso de las nuevas narrativas de viajes propuestas en Internet. A excepción de los estudios sobre las Crónicas de Indias escritas durante el descubrimiento y conquista de América, no se han encontrado estudios que indaguen en la imagen de los pueblos indígenas latinoamericanos en el periodismo de viajes español y mucho menos en el periodismo de viajes de la misma Latinoamérica.

El periodismo especializado en viajes y su mimetismo con la literatura de viajes, es de relevancia para la creación de narrativas que explican la forma de ser y de vivir de culturas diferentes a las nuestras. La evolución de estos espacios informativos y su adaptación a los nuevos modelos comunicativos de Internet, en constante cambio y expansión, suponen un reto metodológico para la búsqueda de resultados concretos y específicos que puedan convertirse en un punto de partida para otras investigaciones. La propuesta, que se detalla a continuación, examina un campo de interés académico poco analizado aún, pero de especial relevancia para comprender nuestra dinámica

del conocimiento del otro a través de los espacios de expresión que predominan en el ciberespacio.

### **3.2 Hipótesis y preguntas de investigación**

De acuerdo al planteamiento realizado en el marco teórico de este trabajo y en correspondencia con los objetivos marcados, la investigación parte de una hipótesis principal y dos hipótesis derivadas o sub-hipótesis.

#### **Hipótesis principal**

**H.1.** Los blogs de viajes de los periódicos de mayor difusión en España publican informaciones que refuerza estereotipos negativos sobre las culturas indígenas de Latinoamérica. En sus relatos predominan las imágenes superficiales, exóticas, folclóricas y caricaturizadas sobre estas poblaciones.

#### **Hipótesis derivadas**

**H.1.1.** A diferencia de los blogs de medios de comunicación españoles, los blogs de viajes de los periódicos de mayor difusión en Latinoamérica, publican informaciones más profundas, respetuosas y contextualizadas de los pueblos indígenas latinoamericanos.

**H.1.2.** Los autores de los blogs de viajes, tanto en España como en Latinoamérica, no son periodistas especializados, sino viajeros invitados a compartir sus experiencias y consejos con otros viajeros. Con el predominio de Internet en la difusión de la información y la expansión de los espacios, la mítica figura del periodista de viajes está en decadencia y con ella, también disminuye la información rigurosa y apegada a los principios periodísticos de veracidad, profundización e investigación.

Como punto de partida para desarrollar este estudio, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué blogs de viajes han publicado información sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica?
2. ¿Quiénes son los autores de estos blogs y cuál es su perfil profesional?
3. ¿Qué tipo de información gráfica y escrita se publica sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica a través los blogs?
4. ¿Se difunden estereotipos negativos o positivos sobre los pueblos indígenas a través de las publicaciones de los blogs de viajes?
5. ¿Qué tipo de respuesta tienen los blogs de viajes a sus publicaciones sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica?

### **3.3 Diseño de la investigación**

Para acometer los objetivos marcados en este trabajo, verificar o refutar la hipótesis principal e hipótesis derivadas y responder las preguntas de la investigación, se plantea utilizar los métodos de revisión bibliográfica y análisis de contenido con enfoque cuantitativo y cualitativo.

De acuerdo a Izaguirre, Rivera y Mustelier (s. f) una revisión bibliográfica es una indagación científica sistematizada que sirve para aproximar al investigador a los referentes de la cultura científica válidos para sustentar los presupuestos teóricos de la investigación a emprender. Estos se asumen con la mediación de la crítica científica y permiten establecer los nexos entre los resultados de la investigación y los conocimientos formalizados que ya existen sobre el área a investigar.

Estas características convierten a la revisión bibliográfica en un método idóneo para este trabajo, ya que no solo establecerá las bases teóricas de la investigación sobre las que se realizará el análisis de contenido, también sustentará sus resultados, tomando en cuenta que las hipótesis se basan en la información sobre literatura y periodismo de viajes y que ante la falta de antecedentes recientes, se podrá recurrir a la historia para contextualizar las conclusiones.

Por otra parte, Igartua (2006) aconseja utilizar el análisis de contenido en trabajos que necesiten aproximarse de manera científica al análisis de mensajes para

comprender su génesis o proceso de formación, que es uno de los puntos propuestos en este estudio, al abordar la descripción de las características del periodismo de viajes en la actualidad.

Al enfocar este trabajo en la información sobre viajes a la que se puede acceder por Internet, el estudio se delimita al examen de los blogs de viajes por considerarlos los sucesores de las crónicas viajeras que en los periódicos impresos firmaba un escritor o periodista en forma habitual.

A diferencia de las secciones de viajes de las versiones digitales de los periódicos, que están escritas por diferentes personas y sujetas a una agenda editorial, muchas veces determinada por los espacios comerciales y publicitarios, los blogs cuentan con un solo autor, plenamente identificado y acreditado que se responsabiliza de lo publicado y que utiliza su espacio con mayor libertad e independencia.

Considerando la enorme cantidad y variedad de blogs especializados en viajes que se pueden localizar con una pequeña inspección en un buscador de Internet, la investigación se centra en examinar los blogs de viajes con autores individuales y plenamente identificados, que se publican en los periódicos de España y Latinoamérica con mayor número de visitas.

Para seleccionar la muestra objeto del análisis, se ha inspeccionado el contenido de los periódicos digitales más leídos en Internet, según el sitio de estadísticas comScore (2016). Gracias a esta primera observación se han descartado algunos periódicos que se encontraban entre los más visitados de forma online, pero que no contaban con blogs de viajes o entradas con las características requeridas por este estudio. Después de esta primera revisión se ha decidido trabajar con los blogs de viajes de los siguientes medios de comunicación españoles:

1. *El blog de viajes* de elpais.com
2. *Ventana o pasillo* de elmundo.es
3. *Próxima estación* de abc.es
4. *Objetivo Txetxu* de elcorreo.com

5. *Cuaderno de viajes* de elperiodico.com
6. *Mr. Worldwide* de larazon.es
7. *La mochila roja* de lavozdegalicia.es
8. *El blog de Esther Díaz* de huffingtonpost.es
9. *Lista de viajes* de espanol.com

El hecho de que los blogs elegidos estén alojados en un medio de comunicación líder en número de visitas en la web, ayuda a delimitar el estudio, confiere la certeza de que su información está al alcance de un gran número de lectores, que es probable que su contenido cumpla con las características periodísticas y que pueda ser relevante en la formación de un discurso sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica.

Para elegir los blogs de viajes de los periódicos latinoamericanos, se ha realizado el mismo proceso, pero utilizando los datos del sitio de estadísticas 4imn.com (2016) y su ranking sobre las Webs de periódicos tradicionales y nativos digitales de Latinoamérica con más visitas en Internet. En este caso, además de descartar los sitios que no tuvieran blogs o entradas relacionadas a la investigación, se han suprimido los medios de comunicación no escritos en español, pues el análisis de contenido en otros idiomas podría alterar la muestra y sus consecuentes resultados.

Después de tomar en cuenta estos criterios, se eligieron los siguientes blogs de periódicos latinoamericanos:

1. *Me Río de Janeiro* de lanacion.com.ar , Argentina
2. *#Parques y Museos* de infobae.com, Argentina
3. *Cinco continentes* de elcomercio.pe, Perú
4. *Patoneando* de eltiempo.com, Colombia
5. *Manolita, historias de sabor* de eluniversal.com.mx, México
6. *Líneas viajeras* de elespectador.com, Colombia
7. *Ensayos de viaje y actualidad* de elespectador.com, Colombia
8. *El blog de Armando Urquillo* de laprensagrafica.com, El Salvador
9. *Es hora de viajar* de elcolombiano.com, Colombia

En algunos medios de comunicación había dos o más blogs de viajes, pero se seleccionó al que tuviera más entradas relacionadas con el tema o que fuera más activo o reciente en sus publicaciones. En el caso de *elespectador.com* de Colombia, se trabajaron dos blogs porque solo se pudo localizar una entrada sobre pueblos indígenas en cada uno.

Se analizó de una a dos entradas en cada blog con el objetivo de tener representatividad de varios medios y no alterar la muestra. De esta forma se obtienen resultados cuantitativos que respaldarán los hallazgos cualitativos del contenido de los blogs.

Al no contar con un ejemplo de plantilla para analizar blogs de viajes y hallar estereotipos en su contenido, se recurrió a estudios de temas relacionados para identificar el tipo de categorías que se debían incluir y poder crear una herramienta de análisis propia.

Para la parte de la plantilla que examina la forma periodística, se recurrió a la clasificación de reportajes de viajes de Belenguer (2002) incluida en el Marco Teórico de este trabajo. Aunque los blogs no publican reportajes, esta categorización sirvió de guía para saber cómo se estructura una pieza periodística especializada en viajes.

Entre los documentos revisados para la parte de imágenes y estereotipos, están: *El estereotipo italiano en los reportajes de la Revista Viajar* (Liverani y Canals, 2011); *Los estereotipos sobre la imagen de España* (Lucena, 2006) y *¿Cómo se ven? ¿Cómo nos ven? Atrapados en los estereotipos* (Atienza, et al., 2005).

A continuación, un ejemplo de la plantilla de análisis de creación propia y la correspondiente explicación sobre las categorías incluidas.

TABLA 1: Plantilla de análisis de blogs de viajes

## PLANTILLA DE ANÁLISIS DE BLOGS DE VIAJES ANÁLISIS DE ENTRADAS

I. Datos generales			
Nombre del codificador:	Fecha de la codificación:		
Nombre del blog:	Fecha de la publicación:		
Autor del blog:			
Diario que lo publica:	Hombre <input type="checkbox"/>	Mujer <input type="checkbox"/>	
	Periodista <input type="checkbox"/>	Viajero <input type="checkbox"/>	Ag. de viajes <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/>
Fecha de la última publicación del blog:			
II. Aspectos formales			
Elementos utilizados			
	Texto <input type="checkbox"/>	Fotografías <input type="checkbox"/>	Video <input type="checkbox"/>
	Gráficos <input type="checkbox"/>	Ilustración <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Espacio comercial			
Publicidad	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Patrocinado	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Presentación en la Web			
El blog tiene un enlace en la portada del medio	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
El blog tiene una portada propia	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
El blog incluye referencias sobre su autor	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Se utilizan etiquetas temáticas	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Incluye enlaces con temas relacionados	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Utiliza sistema de archivo	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Permite comentarios de los lectores	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
Permite compartir en redes sociales	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
III. Contenido			
Nombre de la entrada:			
Protagonista	Autor <input type="checkbox"/>	Destino <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
Tema principal	Gente <input type="checkbox"/>	Naturaleza <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>
	Religión <input type="checkbox"/>	Folclore <input type="checkbox"/>	Arquitectura <input type="checkbox"/>
	Problemas sociales actuales <input type="checkbox"/>	Historia <input type="checkbox"/>	Arqueología <input type="checkbox"/>
	Turismo sostenible y comunitario <input type="checkbox"/>	Gastronomía <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>
País referido:			
Lenguaje			
Número de palabras			
Persona gramatical	Primera <input type="checkbox"/>	Segunda <input type="checkbox"/>	Tercera <input type="checkbox"/>
Tipo de lenguaje	Coloquial <input type="checkbox"/>	Periodístico <input type="checkbox"/>	Literario <input type="checkbox"/>

Función del lenguaje	Expresiva	<input type="checkbox"/>	Informativa	<input type="checkbox"/>	Poética	<input type="checkbox"/>
Utiliza términos peyorativos u ofensivos			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Términos/frases que connoten superioridad			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**Imágenes negativas descritas por el autor**

Compara la cultura visitada con la propia	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Destaca las diferencias con la cultura propia	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Califica su cultura como superior	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Generaliza en las características de la población	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Describe lugar/personas como exótico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Describe lugar/personas como folclórico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Describe lugar/personas como pintoresco	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Califica la experiencia como una aventura	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Cosifica a las personas como atractivo turístico	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**Imágenes positivas descritas por el autor**

Destaca las semejanzas con la cultura propia	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>		
Brinda contexto social del lugar	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>		
Brinda contexto histórico del lugar	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>		
Identifica a las personas con sus nombres	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>		
Cita a fuentes del lugar (Voces propias)	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	No.	<input type="checkbox"/>

**Fotografías**

Número de fotografías		<input type="checkbox"/>				
Tipo de fotografías	Clásicas	<input type="checkbox"/>	Travelodge	<input type="checkbox"/>		
Ubicación de las fotos	Inicio	<input type="checkbox"/>	Final	<input type="checkbox"/>		
	En el texto	<input type="checkbox"/>	Galería	<input type="checkbox"/>		
Tema de las fotografías	Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Arqueología	<input type="checkbox"/>	Arquitectura	<input type="checkbox"/>
	Cotidianidad	<input type="checkbox"/>	Retratos	<input type="checkbox"/>	Otros:	
Son fotografías propias	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	No se aclara	<input type="checkbox"/>
Autoría ajena	Agencias o web	<input type="checkbox"/>	Cedidas	<input type="checkbox"/>	Otro:	
Son imágenes posadas			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Son imágenes espontáneas			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
El autor aparece en las fotografías			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
El autor hace poses divertidas en las fotos			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
El autor posa con las personas del lugar			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Nombres de las personas en el pie de foto			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Identifica los lugares en el pie de foto			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

**Interacción con el lector**

El autor aconseja visitar el destino	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	NE*	<input type="checkbox"/>
El autor previene no visitar el destino	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	NE	<input type="checkbox"/>
El autor solicita al viajero que respete el entorno y las culturas	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	NE	<input type="checkbox"/>
Número de comentarios recibidos						

Tipos de comentarios (mayoría)		Reafirmativos <input type="checkbox"/>		Opositores <input type="checkbox"/>	
		Complementarios <input type="checkbox"/>			
Sesgo de la información					
Titulo, ant. y subt.	Positivo <input type="checkbox"/>	Negativo <input type="checkbox"/>	Neutro <input type="checkbox"/>	SC* <input type="checkbox"/>	
Cuerpo de la info.	Positivo <input type="checkbox"/>	Negativo <input type="checkbox"/>	Neutro <input type="checkbox"/>	SC <input type="checkbox"/>	
Fotografía	Positivo <input type="checkbox"/>	Negativo <input type="checkbox"/>	Neutro <input type="checkbox"/>	SC <input type="checkbox"/>	
Pie de fotografía	Positivo <input type="checkbox"/>	Negativo <input type="checkbox"/>	Neutro <input type="checkbox"/>	SC <input type="checkbox"/>	
	No hay pie de foto <input type="checkbox"/>				

\*NE: No especifica / SC: Sin claridad

Observaciones

Comentarios sobre el análisis

Link de la entrada analizada:

Fuente: Elaboración propia

### Categorías de plantilla de análisis

1. **Datos generales:** Lugar donde se establece el nombre del blog y las características de su autor: sexo y profesión u ocupación.  
Esta parte indica el perfil de los autores de los blogs y si son periodistas, viajeros o tienen otras profesiones.
2. **Aspectos formales:** Diseño del texto; presencia de fotografías, videos, gráficos u otros elementos para complementar la información.  
Establece cómo aprovechan su potencial comercial, con publicidad o patrocinios.  
Observación de la importancia del blog dentro del contenido del medio de comunicación, analizando su ubicación en la web, enlaces y producción gráfica propia.

Análisis de la utilización del blog de herramientas web que enriquecerían el contenido del blog.

3. **Contenido:** Temas principales de las entradas y protagonistas, para saber desde qué punto de vista se cuentan las historias.
  - a. **Texto:** Número de palabras y lenguaje utilizado, dando especial importancia al hallazgo de términos peyorativos, ofensivos o que denoten superioridad del autor sobre los pueblos visitados.  
Búsqueda de las imágenes descritas, negativas o positivas, sobre las culturas indígenas que el autor denote o connote en el blog.
  - b. **Fotografía:** Número de imágenes publicadas para determinar si ocupan más espacio que el texto. Tipos de fotos que se publican, su tema principal, autores y si son clásicas, como las que toma cualquier turista o travelodge, con una composición y producción profesional periodística. Se determina cómo son retratados los pueblos indígenas y cómo se les representa a través de la cámara del blog.
  - c. **Lectores:** Análisis del tipo de interacción del autor del blog con el lector, si este aconseja visitar el destino o si pide a los potenciales visitantes que respeten las culturas del lugar.  
Número y tipo de comentarios de los lectores.
  - d. **Sesgo:** Valoración total del sesgo positivo, negativo, neutro o impreciso de la información parte por parte: Título, antetítulo, cuerpo de la información, fotografía y pie de foto.

También se buscará el tipo de publicidad de estas páginas y su forma de presentación en la web del medio y la interacción con los lectores.

### **Obtención de resultados**

Al finalizar la codificación de los blogs españoles y latinoamericanos, se realiza un cálculo estadístico de los hallazgos sobre aspectos formales y de contenido, con el objetivo de establecer las tendencias generales de estos espacios.

En una primera fase, se examinan los resultados por separado, es decir, en dos bloques: por un lado, España, y por otro, Latinoamérica, para en una segunda fase, desarrollar una comparación entre los blogs españoles y los latinoamericanos y establecer si existen diferencias en el tratamiento de la información y las imágenes que publican sobre los pueblos indígenas latinoamericanos.

Para finalizar, se suman los datos para obtener resultados que confirmen o refuten las hipótesis referidas a los objetos de estudio.

## 4. RESULTADOS

Siguiendo el proceso descrito en el capítulo de Metodología, se ha analizado el contenido de nueve blogs de viajes de periódicos españoles y nueve blogs de viajes de periódicos de América Latina, con un total de 28 publicaciones relacionadas con las poblaciones indígenas latinoamericanas.

Se muestran por separado los resultados obtenidos en los blogs españoles de los blogs latinoamericanos, con el objeto de hacer una comparación posterior en el capítulo de las Conclusiones y responder a las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

### 4.1 Blogs de viajes españoles

Se analizaron los siguientes blogs de viajes: El blog de viajes (*El País*), Cuaderno de Viajes (*El Periódico de Cataluña*), Próxima estación (*ABC*), Ventanilla o pasillo (*El Mundo*), La mochila roja (*La Voz de Galicia*), Mr. Worldwide (*La Razón*), El blog de viajes de Esther Díaz (*Huffington Post*), Lista de viajes (*El Español*) y Objetivo Txetxu (*El Correo*).

Con una revisión de las fechas de las últimas entradas de los blogs se confirma que seis de estos están activos, uno dejó de publicar en 2015 y dos, en 2016.

Se obtuvo resultados en tres grandes temas: autores, aspectos formales y contenidos de los blogs. El conjunto de estos aspectos proporcionó una imagen general de la información que los sitios han publicado sobre los pueblos indígenas.

#### **Autores: prevalecen los periodistas**

Los nueve blogs analizados son personales y están escritos por el mismo número de autores. Siete de ellos son hombres y dos son mujeres, siguiendo la tendencia histórica del predominio de autores varones en la literatura y el periodismo de viajes.

Seis se identifican como periodistas especializados en viajes, una como periodista ambiental, un fotógrafo y un historiador. Todos son periodistas o tienen profesiones afines a la comunicación.

Se deseaba conocer el perfil de los blogueros, pero de las catorce entradas analizadas, solo ocho tenían referencias muy básicas sobre el autor; el resto no aportaba ningún dato y hubo que investigar esta información en otras páginas de Internet, incluyendo webs personales.

**ILUSTRACIÓN 1:** Ejemplo de perfil del autor. Blog *Mr. Worldwide* de *La Razón*.

The image shows a screenshot of a blog profile on the website 'LA RAZON.es'. The profile is for 'Mr. Worldwide' and includes the following elements:

- LA RAZON.es** logo at the top.
- Mr. Worldwide** as the main title.
- Subtitle: 'Consejos, trucos y destinos para que tus viajes sean perfectos.'
- Article title: 'El Amazonas peruano, un destino donde desconectar de todo'.
- Author name and date: 'Jesús Buitrago | 05/04/2016 02:14'.
- A photo of Jesús Buitrago, a man with short hair wearing a light blue shirt, sitting at a desk.
- A section titled 'Sobre el autor' with a blue speech bubble icon.
- Author bio: 'Jesús Buitrago / @sueco\_finlandes. Jesús Buitrago es un periodista apasionado de los viajes, con miles de kilómetros de experiencia a sus espaldas. @sueco\_finlandes'.

**Fuente:** [www.larazon.es/opinion/blogs/mr-worlwide/el-amazonas-peruano-un-destino-donde-desconectar-de-todo-EE12341566](http://www.larazon.es/opinion/blogs/mr-worlwide/el-amazonas-peruano-un-destino-donde-desconectar-de-todo-EE12341566), **fecha de captura:** 10 de junio de 2017.

Según los datos recopilados en las fuentes mencionadas, de los seis periodistas de viajes, cuatro proceden de las secciones de viajes impresas de sus respectivos periódicos y cuentan con varios años de experiencia en el ramo. De los otros dos, no se encontró información sobre sus estudios o experiencia en medios de comunicación.

Por otra parte, la periodista ambiental, el fotógrafo y el historiador, comparten la característica de tener el blog de viajes como actividad secundaria a su profesión o proyectos principales.

## Aspectos formales sin innovaciones

En este apartado se analizaron las características formales de los blogs para establecer su forma de presentar la información, la relevancia dentro del medio de comunicación al que pertenecen y los recursos periodísticos que utilizan para sus publicaciones.

En primer lugar, se determina que de las catorce entradas analizadas, todas utilizaron texto y fotos y ninguna recurrió a videos, gráficos o recursos interactivos. Esto quiere decir que los blogs no están aprovechando los recursos de la Web 2.0 para hacer su contenido más atractivo. Sus entradas siguen siendo simples para el medio en el que se publican.

En el apartado de la publicidad, doce entradas contaban con ventanas de anuncios desplegadas a lo largo de su contenido, mientras dos carecían de ellas. La mayoría de anunciantes era de servicios que no estaban relacionados directamente al turismo.

Por otra parte, tres presentaban contenido patrocinado por empresas de la industria del turismo, mencionadas dentro del texto y con enlaces a sus páginas web. Los autores recomendaban directamente utilizar sus servicios y opinaban positivamente sobre ellos para crearles buena imagen.

**ILUSTRACIÓN 2:** Anuncios en el espacio de los blogs, sin relación directa con el turismo.

The image shows a screenshot of a Huffington Post website. At the top, there is a navigation bar with the 'HUFFPOST' logo and social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and a share icon. Below the navigation bar, there is a menu with categories: POLÍTICA, TENDENCIAS, INTERNACIONAL, VIRALES, ECONOMÍA, BLOGS, and VÍDEO. A search icon is also present. Below the menu, there is a red advertisement banner for 'Cuenta 123 Smart' by Santander, with the text 'MASALLADELDINERO.COM' and a button that says 'Infórmate >'. Below the advertisement, there is a section titled 'BLOGS' with a sub-heading 'Artesanos del veneno plateado'. Underneath the sub-heading, there is a timestamp: '© 15/10/2015 07:06 CEST | Actualizado 15/10/2016 11:12 CEST'. At the bottom of the blog post section, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, and Email.

**Fuente:** [www.huffingtonpost.es/esther-diaz/artesanos-veneno-plateado\\_b\\_8246342.html](http://www.huffingtonpost.es/esther-diaz/artesanos-veneno-plateado_b_8246342.html) **Fecha de captura:** 10 de junio de 2017.

Se determinó que los medios de comunicación no creen que los blogs de viajes sean lo suficientemente atractivos para presentarlos entre sus primeros contenidos. Del total de entradas analizadas, once no contaban con enlaces directos en las portadas de los medios y solo tres tenían presencia en este espacio. No obstante, diez tenían una portada con diseño propio y cuatro eran presentados sin portada, como cualquier otra noticia.

Los blogs presentan pocas facilidades para hallar su contenido, pues solo la mitad de la muestra utilizaba etiquetas temáticas para ordenar sus entradas y la otra mitad carecía de ellas. El sistema de archivo era usado por seis entradas, mientras las ocho restantes no lo tenían.

En cuanto a la utilización de enlaces a temas relacionados con la entrada (hipervínculos) dentro de la web, encontramos que solamente cuatro proporcionan estas opciones. Las demás no aprovechan este recurso para darle la oportunidad al lector de ahondar más en el tema.

Finalmente, se analizaron las formas de comunicación con los lectores a través de los comentarios y enlaces a redes sociales. Del total de las entradas, trece tenían espacio para los comentarios de los lectores y solo una carecía de esta oportunidad; mientras once permitían compartir el contenido en redes sociales y tres no tenían esa opción.

### ILUSTRACIÓN 3:

Vista general del blog Próxima Estación, con sus enlaces a redes sociales.

Fuente:

[abcblogs.abc.es/proxima-estacion/public/post/viajar-amazonas-leticia-colombia-17680.asp/](http://abcblogs.abc.es/proxima-estacion/public/post/viajar-amazonas-leticia-colombia-17680.asp/)

Fecha de captura:

10 de junio de 2017.



## Contenido dedicado a describir los viajes

En cuanto al contenido de los blogs, se dividió su estudio en los temas principales de las publicaciones de la muestra y las imágenes positivas o negativas sobre poblaciones indígenas difundidas a través del texto o las fotografías.

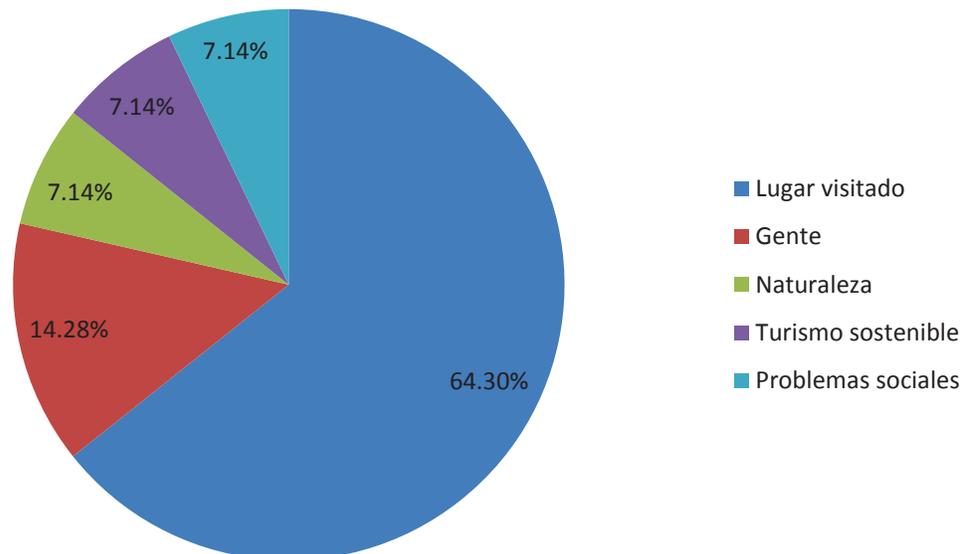
Primero se determinó quién era el protagonista de la información. Del total de entradas, once tenían el destino del viaje como principal sujeto de la información y tres tenían al autor.

Los temas principales de las entradas fueron: Nueve entradas describiendo el viaje y los lugares visitados, incluyendo poblaciones y áreas naturales. Dos entradas se centraron en hablar sobre las características de las personas y aspectos de su cultura. Una entrada estuvo completamente dedicada a la naturaleza de los pueblos indígenas. Una entrada se refirió al turismo sostenible como nueva forma de viajar. Una entrada habló sobre los problemas sociales de los pueblos indígenas.

A continuación se presenta un gráfico con las temáticas representadas porcentualmente en el total de la información:

### GRÁFICO 1:

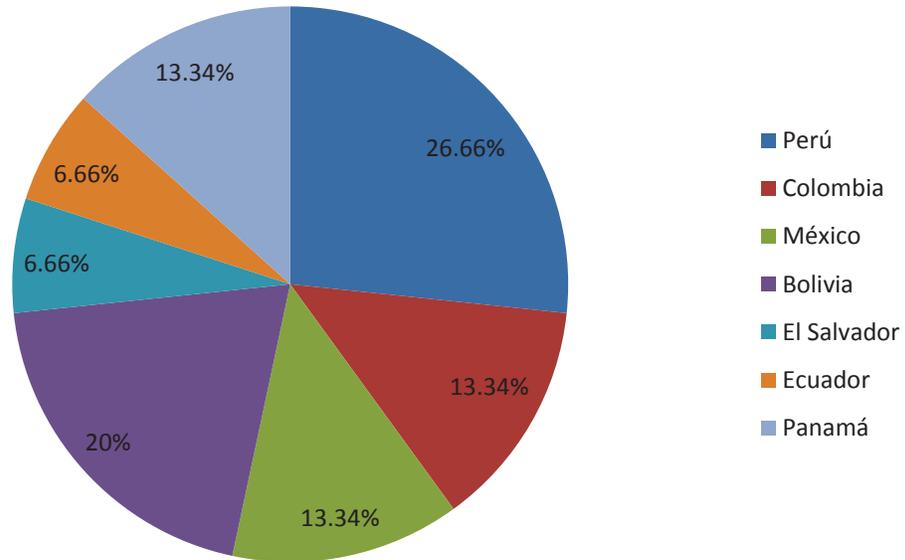
Principales temas de las entradas representados porcentualmente en el total del contenido estudiado.



Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICO 2:**

Países mencionados en las entradas, representados porcentualmente en el total del contenido estudiado.



**Fuente:** Elaboración propia.

**Predominio del lenguaje periodístico**

Son muchas las diferencias entre la cantidad de palabras utilizadas en los textos. La entrada de mayor extensión contaba con 1429 palabras, mientras la que utilizaba menos, apenas alcanzaba las 196. El promedio de los textos fue de 630 palabras.

Once entradas fueron escritas en primera persona y solo tres en tercera persona, lo que es comprensible ya que la mayoría de textos eran relatos personales de las experiencias viajeras. Siete entradas utilizaron un lenguaje periodístico formal y siete optaron por un lenguaje coloquial, más cercano a los lectores. Once usaron el lenguaje con una intención puramente informativa y solo tres de forma expresiva, es decir, para compartir lo que sintieron en el viaje.

**Imágenes negativas encontradas**

Como se explicó en el capítulo de Metodología, se buscaron expresiones e imágenes negativas que reforzaran estereotipos sobre los pueblos indígenas.

De las catorce entradas, dos utilizaban términos peyorativos para referirse a las poblaciones o culturas indígenas y siete tenían términos que connotaban o denotaban un sentimiento de superioridad del autor sobre los pueblos visitados. En las siguientes imágenes se ejemplifican estas expresiones.

**ILUSTRACIÓN 4:** Ejemplo de expresión peyorativa hallada en el blog *Cuaderno de Viajes, El Periódico*.

El *sayla*, el jefe de la comunidad, no recibió con una sonrisa, tal como manda el protocolo, y nos contó algunas curiosidades de la tradición kuna. Me gustó que llevara corbata y chanclas, y que no se disfrazara de indio para recibirnos.



Como ceremonia de bienvenida, los niños bailaron danzas tradicionales y las mujeres lucieron sus vestidos de colores y sus tradicionales adornos de oro.

**Fuente:** <http://blogs.elperiodico.com/viajes/panama-5-rio-arriba-2/> **Captura:** 12 de junio de 2017

**ILUSTRACIÓN 5:** Ejemplo de expresión peyorativa y que denota superioridad en el *Blog de viajes de El País*. El autor se refiere a la ciudad colonial (de arquitectura española) como bella y al pueblo originario como "horroroso".

**EL PAÍS** EL BLOG DE VIAJES

Palenque es pueblo feo tirando a horroroso, con sus calles de tierra y polvo y su arquitectura de chapa y bareque a medio terminar. ¿Qué sentido tiene entonces la visita, estando en una de las más bellas ciudades de arquitectura colonial de América?

El valor de Palenque está en sus gentes y en su cultura. Pura antropología en directo. Palenque es el pueblo de la costa colombiana que mejor y más genuinamente ha conservado la herencia de aquellos cimarrones que se rebelaron contra la esclavitud de la época colonial.

**TE PUEDE INTERESAR**

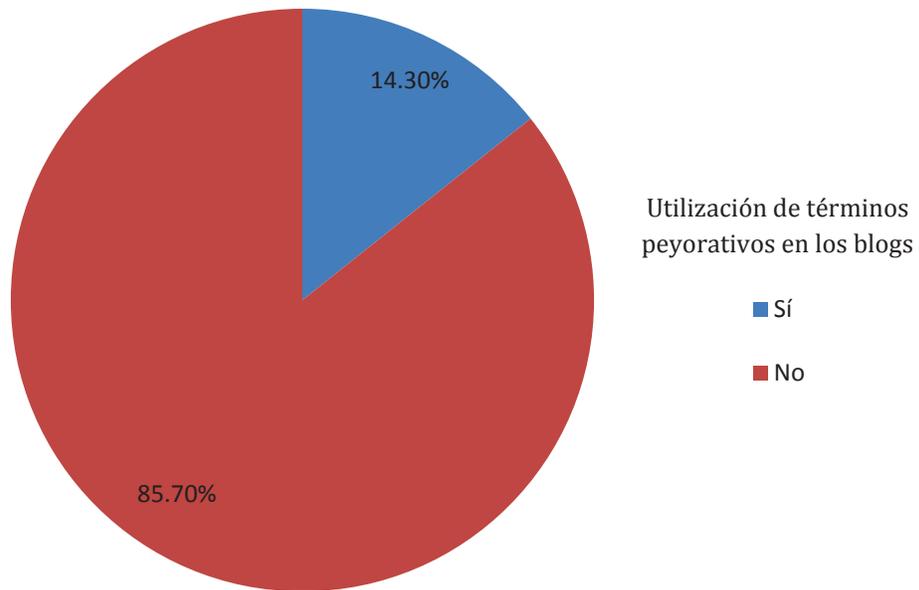
- El gesto de Joaquín Sabina con Ignacio Echeverría, el 'héroe' de Londres
- Columna | La Ley de Mortadelo
- En busca de los diseñadores del futuro
- Medellín destruirá el cuartel general de Pablo Escobar

**Fuente:** [http://elpais.com/elpais/2015/01/26/paco\\_nadal/1422252110\\_142225.html](http://elpais.com/elpais/2015/01/26/paco_nadal/1422252110_142225.html)

**Fecha de captura:** 12 de junio de 2017

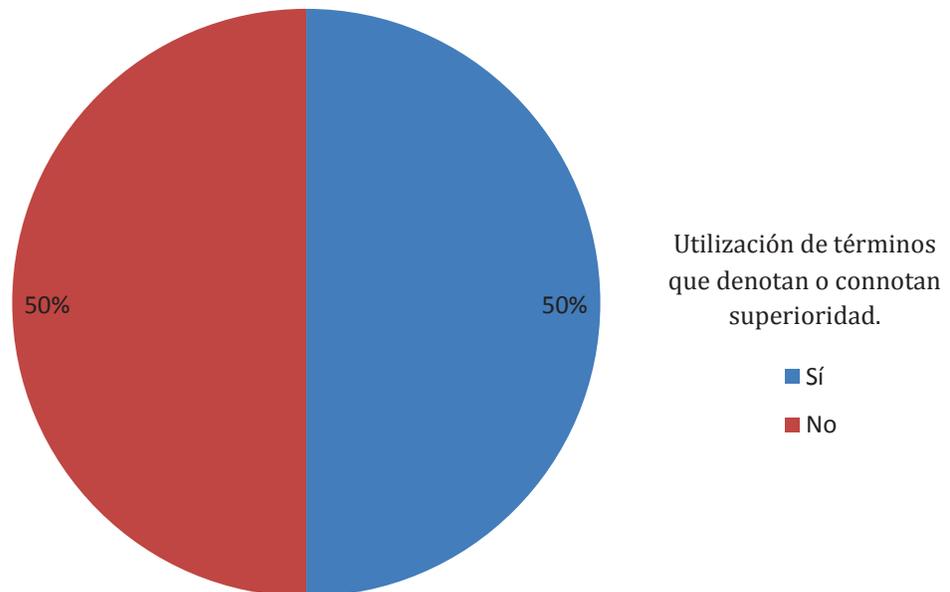
A continuación, se presentan los hallazgos de expresiones peyorativas y que denotan superioridad, articuladas en porcentajes dentro del total del contenido estudiado.

**GRÁFICO 3:** Representación de entradas analizadas y cuántas contenían términos peyorativos.



**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICO 4:** Representación de entradas analizadas y cuántas contenían términos que denotaban o connotaban superioridad de los autores sobre los pueblos visitados.

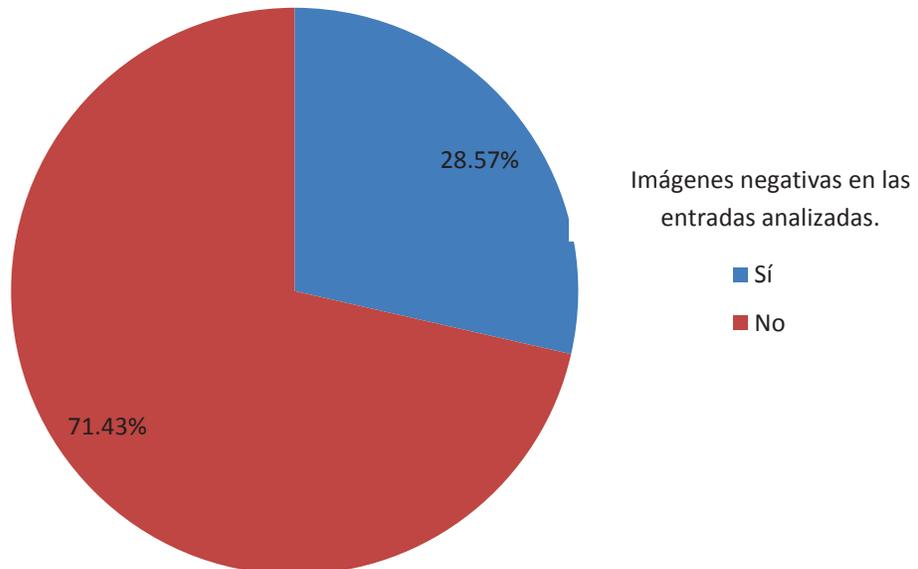


**Fuente:** Elaboración propia.

A continuación, se listan otras imágenes negativas halladas en la muestra de los blogs de viajes españoles:

- Tres entradas comparaban la cultura propia con la visitada en términos negativos.
- Una entrada calificaba su cultura como superior por ser civilizada.
- Cinco entradas generalizaban en las características de la población, homogenizando actitudes y costumbres.
- Nueve describían los lugares como exóticos y a los indígenas como parte inherente de la selva.
- Una entrada describía a las poblaciones como folclóricas.
- Cinco entradas describían los lugares y personas como pintorescos.
- Seis entradas calificaban la visita a pueblos indígenas como una aventura.
- Cuatro entradas cosificaban a los indígenas como atractivos turísticos.

**GRÁFICO 5:** Representación de entradas analizadas y cuántas contenían imágenes negativas sobre los lugares y culturas visitadas.



**Fuente:** Elaboración propia.

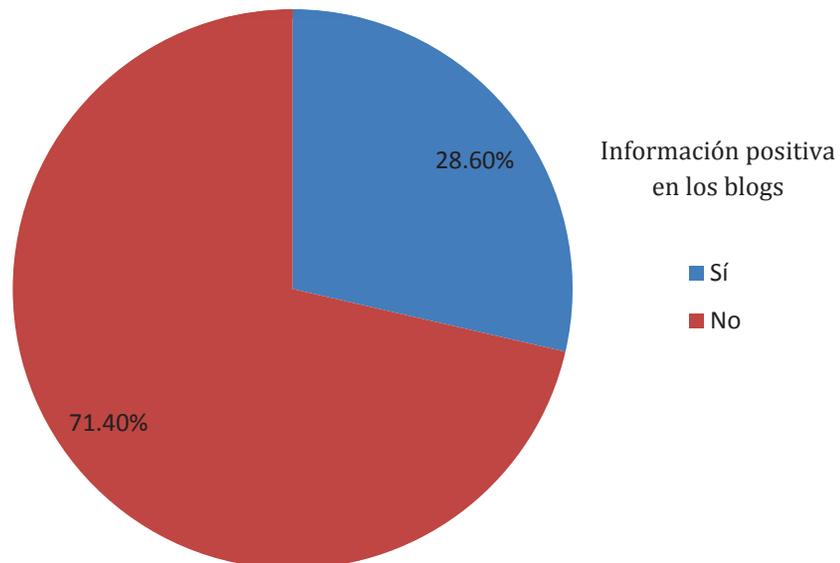
### Poca información positiva por falta de profundización

Como parte del estudio también interesaba saber si los blogs analizados presentaban imágenes positivas sobre los pueblos indígenas latinoamericanos o información más contextualizada e investigativa en sus entradas. No obstante, se determinó que casi la totalidad de blogs hace publicaciones muy superficiales que se limitan a describir los viajes sin agregar datos históricos o sociales que den un panorama más claro de lo narrado en la entrada.

Entre lo positivo se destacan los siguientes hallazgos:

- Una entrada hacía énfasis en las semejanzas de la cultura visitada con la propia, haciendo ver que las personas pueden tener mucho en común aunque sus culturas tengan diferencias.
- Cuatro entradas explicaron el contexto social de los pueblos indígenas.
- Cinco entradas explicaron el contexto histórico de los lugares visitados.
- Siete entradas identificaron a las personas con sus nombres propios, haciendo que el lector los percibiera como individuos.
- Tres entradas citaron fuentes locales. dándole voz propia a las personas del lugar.

**GRÁFICO 6:** Porcentajes de la información positiva hallada en las entradas del estudio.



**Fuente:** Elaboración propia.

## **Predominio de fotografías clásicas**

Este trabajo se concentra en la información escrita, tomando en cuenta que la fotográfica daría para muchos estudios más. No obstante, se realizó un breve análisis de las imágenes estudiadas en los blogs para determinar cómo se están utilizando y qué tipo de fotografías predominan en las narraciones de viajes.

Encontramos que los blogs utilizan diferentes cantidades de fotografías en sus entradas, dependiendo del perfil de su autor. Así como hubo una entrada con una sola imagen, se encontraron dos entradas con diecinueve fotografías cada una, firmadas por un fotógrafo profesional que daba prioridad a lo visual.

El promedio fue de siete fotografías por entrada, la mayoría de ellas clásicas, es decir, imágenes espontáneas que pudieron haber sido tomadas por cualquier viajero; solo en el caso del fotógrafo profesional, se hallaron fotografías del tipo travelodge, más producidas y de ensayo.

La ubicación de las imágenes fue tradicional, exponiéndolas a lo largo del texto como ilustración de lo escrito, solo una entrada optó por una galería de imágenes.

Los autores de siete entradas optaron por imágenes de la naturaleza del lugar, cuatro prefirieron retratos y tres, escenas cotidianas de las poblaciones.

La mitad de entradas publicaron fotografías tomadas por el autor del blog, una contenía una fotografía de agencia y otra de un fotógrafo que acompañaba al autor del blog. En cinco entradas no se aclaraba la autoría de las imágenes.

Cinco entradas de las catorce utilizaban imágenes posadas y nueve prefirieron momentos espontáneos. El autor apareció en los fotos en dos ocasiones, una de ellas haciendo poses divertidas, como las que muchos turistas comparten en redes sociales.

Es importante señalar que las personas de las fotografías solo fueron identificadas en dos entradas y los lugares fueron nombrados en tres ocasiones.

**ILUSTRACIONES 6 y 7:** Ejemplos de fotografías clásicas (izq.) destacando maravillas naturales en contraste con una pieza de ensayo fotográfico sobre la cotidianidad de las poblaciones indígenas. La primera es una imagen genérica, muchas veces vista, mientras la segunda tiene un discurso propio.



Para **aventureros**, amantes de la **naturaleza**, apasionados de la **arqueología** y curiosos de otras culturas, os recomendamos **10 lugares increíbles** que os enamorarán de este país de **América del Sur**.

**1 Machu Picchu**



**Fuentes:** <https://viajes.lavozdegalicia.es/diez-lugares-increibles-que-conocer-en-peru/> y <http://blogs.elcorreo.com/objetivo-txetxu/2014/12/09/oromomo/>

**Fecha de capturas:** 5 de julio de 2017.

### Poca interacción con los lectores

En esta parte se analiza la comunicación directa de los autores con los usuarios y viceversa, por medio de consejos de los blogueros y comentarios de los lectores.

En primer lugar se encontró que en nueve de catorce entradas, el autor aconsejaba visitar el destino a sus lectores, pero ninguno enfatizaba en el respeto que el turista debe tener al entorno y a las culturas del lugar. El resto no advertía sobre no visitar el lugar, únicamente no mencionaba el tema.

El hallazgo más sobresaliente fue que los blogs tienen muy poca participación de sus lectores. De la muestra, solo cinco entradas fueron comentadas, tres con un comentario, una con un comentario y otra con dieciocho. Es importante mencionar el *El blog de viajes* de Paco Nadal en *El País*, es el que cuenta con más participación de los usuarios.

De los comentarios escritos, 60% fueron reafirmativos para la información publicada; 20% fueron complementarios, aportando datos a la entrada y 20% fueron opositores a lo expresado por el autor.

**ILUSTRACIÓN 8:** Ejemplo de comentario opositor en el blog *Mr. Worldwide* de *La Razón*.



**Armen** · hace un año

La persona que escribio esta experiencia en el amazonas de Peru, dice claramente que salio a cazar caimanes.

No creo que esa es una buena actitud hacia la fauna del amazonas.

Muy distinto es salir a pescar por alimento.

Que cazar caimanes.

Lamentable...

^ | v · Responder · Compartir

**Fuente:** <http://www.larazon.es/opinion/blogs/mr-worlwide/el-amazonas-peruano-un-destino-donde-desconectar-de-todo-EE12341566> **Fecha de captura:** 7 de julio de 2017.

**ILUSTRACIÓN 9:** Comentarios reafirmativos y complementario en *El blog de viajes* de *El País*.



≡ EL PAÍS ¡! EL BLOG DE VIAJES

f t

Obviamente es un lugar para los amantes de la naturaleza, que les gusta la conocer nuevas etnias y que disfrutan viviendo experiencias primitivas. Un buen articulo y esta claro que llegaron muy lejos, si los llegamos a comparar con Steve Jobs es porque son muy grandes , quien sabe hasta que punto llegaron , seguro que muy alto.

12/08/2012 04:32:10 PM

Es una visión escasa de la cultura otavaleña. Actualmente, han alcanzado cotas de poder con puestos en el Congreso, y otros cargos públicos. Tuvimos una ministra otavaleña (muy criticada por la muy racista sociedad local). Pero lo importante, es la fuerza de su organización social para demandar mejoras al Gobierno. Tienen una radio y un canal de televisión bilingües, para no perder el quechua. Aunque muchos padres otavaleños prefieren que sus hijos aprendan inglés, a perpetuar su idioma.

12/26/2012 02:00:09 AM

**Fuente:** [https://elpais.com/elpais/2012/11/26/paco\\_nadal/1353934340\\_135393.html](https://elpais.com/elpais/2012/11/26/paco_nadal/1353934340_135393.html) **Fecha de captura:** 7 de julio de 2017.

## **Sesgo de la información**

En esta parte se analiza la apreciación del autor sobre los pueblos indígenas, de acuerdo a cada componente de los textos e imágenes de su publicación. Algunos aspectos fueron calificados como neutros, debido a la escasa información que proporcionaban o a su falta de valoración positiva o negativa sobre el destino visitado. Otras fueron etiquetadas como sin claridad, porque tenían tanto aspectos negativos como positivos, lo que creaba ambigüedad en el resultado.

**Títulos:** Se encontraron cuatro títulos positivos que destacaban cualidades de los pueblos indígenas y de sus lugares de residencia; por el contrario, dos títulos fueron negativos por hacer observaciones negativas sobre las culturas visitadas; siete títulos fueron calificados como neutros porque eran generales y no emitían opinión, y un título era ambiguo en su posición.

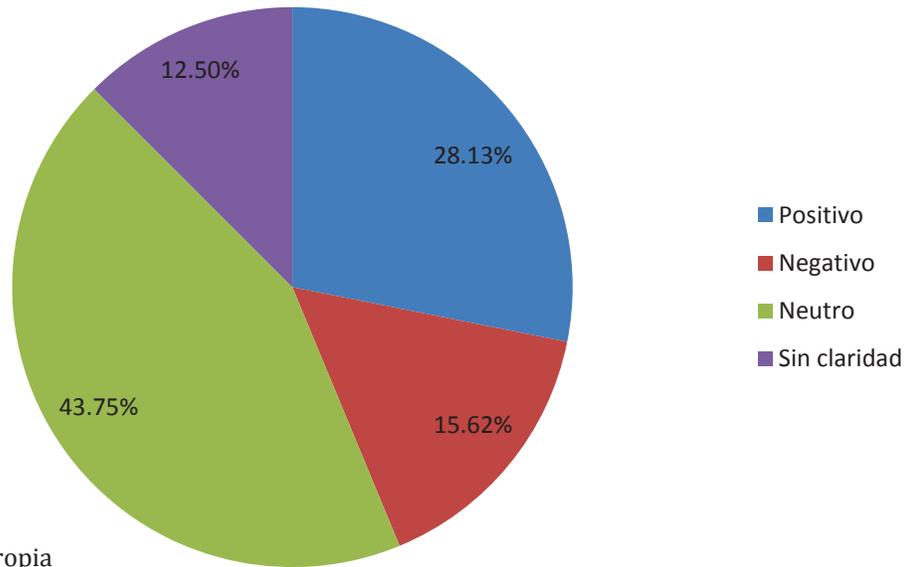
**Cuerpo de la información:** Predominaron los contenidos neutrales, puramente descriptivos, con cinco entradas; hubo tres entradas cuyo balance informativo fue positivo para los pueblos indígenas y tres entradas con predominio de contenido negativo. Tres entradas fueron calificadas de ambiguas.

**Fotografías:** También destacó la neutralidad con seis entradas donde las fotografías se limitaban a mostrar cosas, lugares o personas con un fin puramente ilustrativo; cuatro entradas usaron fotografías con connotación positiva y las fotos de las cuatro entradas restantes no tuvieron claridad.

**Pies de foto:** La mayoría de blogs analizados no utilizan pies de fotos, por lo que solo se pudieron calificar dos como positivas y dos como neutras.

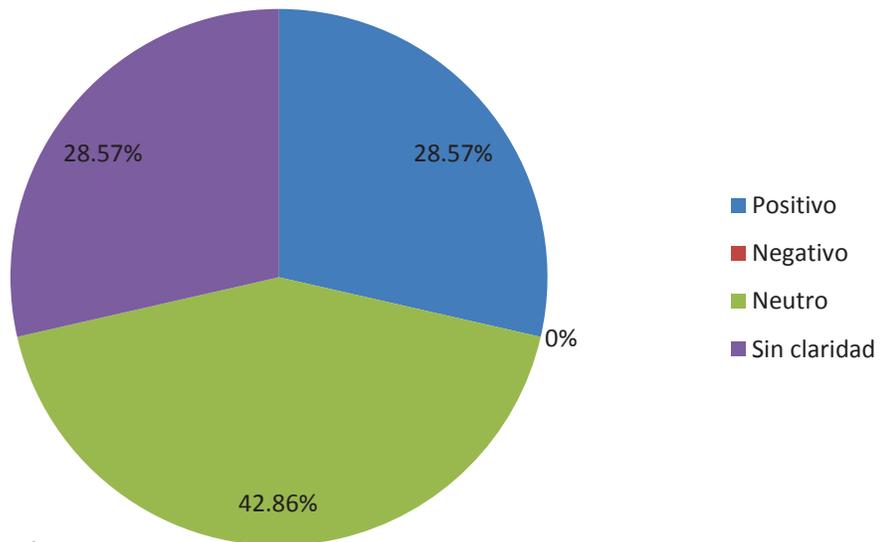
A continuación, se presentará en forma de gráficas los porcentajes de contenido positivo y negativo, tanto en texto como en fotografías, del total de entradas analizadas.

**GRÁFICO 7:** Sesgo de la información en el texto analizado.



**Fuente:** Elaboración propia

**GRÁFICO 8:** Sesgo de la información en las fotografías analizadas.



**Fuente:** Elaboración propia

## 4.2 Blogs de viajes latinoamericanos

Se analizaron los siguientes blogs de viajes: *Me Río de Janeiro* (*La Nación*/Argentina), *Cinco continentes* (*El Comercio*/Perú), *Patoneando* (*El Tiempo*/Colombia), *Manolita historias de sabor* (*El Universal*/México), *Líneas viajeras* (*El Espectador*/Colombia), *Ensayos de viaje y actualidad* (*El Espectador*/Colombia), *El blog de Armando Urquillo* (*La Prensa Gráfica*/El Salvador), *Es hora de viajar* (*El colombiano*/Colombia) y *#ParquesYMuseos* (*Infobae*, Argentina). Como se detalló en el capítulo de Metodología, se eligieron dos blogs del periódico *El Espectador*, con autoras diferentes y se analizó una entrada por cada una.

Se utilizó la misma plantilla de análisis que con los blogs españoles, por lo que se obtuvieron resultados en los mismos rubros: autores, aspectos formales y contenidos de los blogs, los mismos que se detallarán a continuación.

### Diversidad en la autoría

Los nueve blogs son personales y están a cargo de una sola persona. Del total de autores, predominan las mujeres con seis autoras frente a tres autores. Cinco se identifican como viajeros, dos como periodistas de viajes, una como socióloga y una como diseñadora gráfica, lo que demuestra la variedad de ocupaciones y puntos de vista de los autores, tema que se detallará más adelante.

Al corroborar las fechas de las últimas publicaciones se confirmó que cinco blogs están en activo, uno ha dejado de publicar desde 2012, uno en 2015 y dos en 2016, una situación similar a la de los blogs españoles.

Otra característica similar entre los blogs españoles y los americanos es la escasa información biográfica sobre sus autores. De las catorce entradas analizadas, diez tenían referencias sobre el bloguero y cuatro carecían de ellas, por lo que se tuvo que buscar información en otros sitios web, incluyendo páginas personales.

Se halló que los periodistas especializados en viajes han colaborado con secciones impresas del mismo tema; mientras quienes se identifican como viajeros no cuentan

con experiencia en periodismo y solo han sido invitados por los medios para contar sus experiencias. La socióloga y la diseñadora gráfica viajan por placer y escribir en el blog es una de sus aficiones.

La totalidad de autores provienen de metrópolis importantes de Latinoamérica: Río de Janeiro, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Bogotá y San Salvador, esta última, aunque no sea una de las ciudades más grandes, cuenta como área urbana.

**ILUSTRACIÓN 10:** Ejemplo de referencia biográfica en el blog *Cinco continentes* de *El Comercio*. El autor brinda un enlace a un sitio web personal.

**El Comercio**

kilómetro de longitud. El segundo es un hermoso y apacible río (y el Parque Nacional establecido en sus inmediaciones) que recorre 43 kilómetros de selva y desfiladeros antes de desembocar en el Mar Caribe. Consideremos que el primero es un mal necesario para llegar al segundo. Relajarse un par de días en Río Dulce resultaba una buena apuesta después de pasar tres días de viaje intenso cruzando dos fronteras internacionales y escuchando largas y pesadas, aunque a veces cómicas, prédicas de pastores evangélicos itinerantes.

**DANIEL BARRETO**

Nací en Lima en 1974 pero el destino me ha llevado a vivir a Canadá, Estados Unidos, España y Francia. Tengo dos pasiones: los viajes y la fotografía. Me ha picado el bicho de los viajes, el cual me ha empujado a visitar unos 60 países. Ni bien aterrizo de un viaje ya estoy pensando a dónde iré en el siguiente. Creo que viajar es una de las experiencias más enriquecedoras de la vida y espero que compartir mis crónicas inspire a otras personas a viajar y descubrir nuevos horizontes. Pueden ver mi sitio web <a href="http://danielbarreto.net/#/content/zbiographie">aquí</a>. Siganme en <a href="https://facebook.com/pages/Daniel-Barreto-Photographer">Facebook</a>.

↑ SUBIR

**Fuente:** <http://elcomercio.pe/blog/cincocontinentes/2015/07/un-viaje-por-el-rio-dulce>  
**Fecha de captura:** 13 de junio de 2017

### Aspectos formales

Siguiendo con la línea de los blogs españoles, los blogs latinoamericanos también se limitaron a utilizar texto y fotografías en todas las entradas analizadas, solo una incluyó un video y ninguna usó algún gráfico o recurso interactivo.

En cuanto a la publicidad, se encontraron cinco entradas con anuncios desplegados en los márgenes de la información, sin que se notara una tendencia a promocionar servicios turísticos, más bien se trataban de los mismos anunciantes del resto de

secciones. Nueve entradas carecían de anuncios y ninguna tenía contenido patrocinado.

Tampoco se encontraron enlaces a los blogs en las portadas de ninguno de los medios; pero se halló que once de las entradas analizadas tenían un sitio con diseño propio y solo tres eran presentadas sin formato especial, lo que demuestra el interés y la inversión por presentar un blog atractivo para los lectores.

Es importante señalar que ninguna de las entradas utilizaba hipervínculos para enlazar con temas que enriquecieran la información. Pero la totalidad admitía comentarios de los lectores y que el contenido se compartiera en redes sociales.

La mayoría de blogs no utilizaba etiquetas temáticas ni sistema de archivo para ordenar su información, lo que significa que su contenido es inaccesible o poco amable para los lectores que estén buscando un tema o simplemente navegando por el sitio.

**ILUSTRACIÓN 11:** Vista general del formato del blog *Patoneando* de *El Tiempo*, donde se aprecia la falta de etiquetas temáticas y sistema de archivo, pero se observan los enlaces a redes sociales y comentarios.



Fuente: <http://blogs.eltiempo.com/patoneando/2017/03/01/ciudad-perdida-y-nuestros-antepasados/> Fecha de captura: 5 de julio de 2017.

## Contenidos variados

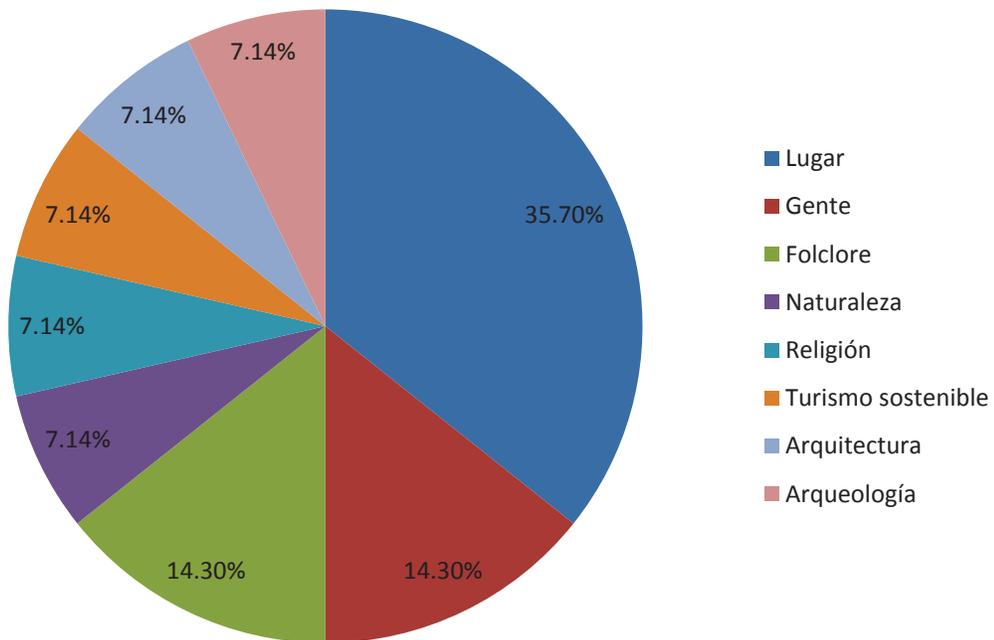
Los autores fueron los grandes protagonistas del contenido, ya que en nueve entradas las narraciones eran sobre ellos y sus experiencias. Solo dos entradas se enfocaron en el destino y tres entradas fueron sobre ambos.

En cuando a los temas tratados, se puede deducir que el perfil variado de sus autores influyó en que los temas de las entradas también fueran diversos.

Si bien la descripción de los lugares y los viajes sigue prevaleciendo con cinco entradas y el retrato de las personas y su cultura, con dos entradas; también se publicó información sobre folclore, maravillas naturales, religión, turismo sostenible y arquitectura, con una entrada por cada tema.

### GRÁFICO 9:

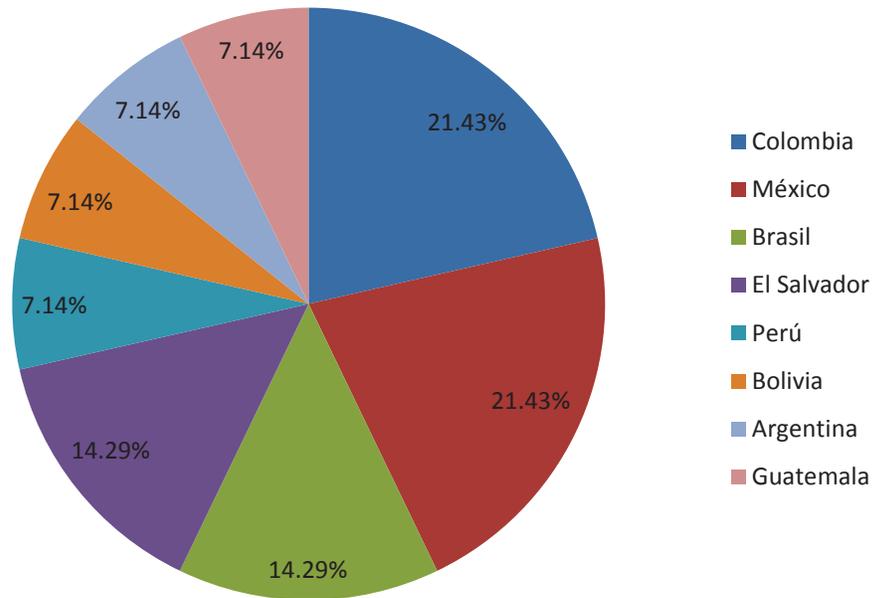
Principales temas de las entradas, representados porcentualmente en el total del contenido estudiado.



Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICO 10:**

Países mencionados en el contenido analizado.



**Fuente:** Elaboración propia.

**Mayor uso del lenguaje coloquial**

En la mayoría de las entradas los textos predominaron sobre las imágenes. La entrada con menos texto fue de 122 palabras, mientras la que más tuvo, fue de 1338 palabras, promediando 726 palabras por entrada.

Como se mencionó anteriormente, los protagonistas absolutos de los textos fueron los autores, por lo que es lógico el resultado de once textos escritos en primera persona y solo tres, en tercera persona.

Una entrada destacó por su lenguaje literario, donde el autor utilizó figuras de la narrativa poética para describir sus sentimientos con respecto al viaje. No obstante, fue el lenguaje coloquial el que predominó en los textos con diez entradas y le siguió el lenguaje periodístico en tres entradas. A continuación, un ejemplo del tipo de narraciones encontradas.

**ILUSTRACIÓN 12:** Ejemplo del lenguaje coloquial utilizado en el blog *Manolita, historias de sabor* de *El Universal*. Este sitio destaca porque su autora ha inventado un personaje, Manolita, al parecer su alterego, que viaja por México probando comida regional. Por algunos detalles confusos, no se puede determinar que sus viajes sean reales o totalmente verídicos.

	<a href="#">FOTOS</a> <a href="#">EL UNIVERSAL TV</a> <a href="#">GRÁFICOS</a>	<a href="#">MINUTO X MINUTO</a>
<p><b>Lourdes Piña Soria del Valle</b></p> <p>Apasionada de México y su cultura, estudió Sociología en la UNAM, se ha dedicado por más de 15 años a difundir y promover los atractivos turísticos, culturales e históricos de nuestro país a través...</p> <p> FACEBOOK   56</p>	<p>A Manolita le parecía eterna aquella explicación, estaba ansiosa de llegar al funeral. Sin embargo, el guía continuó su camino hasta el reloj de sol para mostrar a los visitantes la hora solar y la picota, donde se sostenía amarrados a los indígenas para latigarlos.</p> <p>A pesar del esmero por continuar con el itinerario, Diego se vio rebasado por la insistencia de la mujer.</p> <p>-No se preocupe Manolita, dijo, los dolientes no han caminado mucho, mire ahí van llegando a la casa del difuntito.</p> <p>Como si se tratara de una fiesta las mujeres de la casa invitaban a todo el que veían pasar; bien venidos a su humilde casa, un mezcal los espera.</p> <p>De fondo la música y algunas risas, en un cuarto el féretro y unas mujeres hincadas rezando.</p>	

**Fuente:** <http://www.eluniversal.com.mx/blogs/lourdes-pina-soria-del-valle/2016/02/16/fiesta-funebre>. **Fecha captura:** 5 de julio de 2017.

### Imágenes negativas en el contenido

Siguiendo los mismos pasos que en los blogs anteriores, se detectaron expresiones y calificativos sobre los pueblos indígenas en los blogs latinoamericanos, que pueden contribuir a la difusión o perpetuación de estereotipos.

Se halló que del total de entradas, cinco utilizaron términos peyorativos para referirse a estas culturas y seis incluían términos que connotaban o denotaban un sentimiento de superioridad del autor sobre las personas visitadas.

A continuación, se incluyen algunos ejemplos:

**ILUSTRACIÓN 13:** Expresión peyorativa en el blog *Ensayos de viaje y actualidad de El Espectador*. La autora trata a la población de analfabeta y al presidente de Bolivia como “Evo”.

Todo el mundo dice haber conocido al Che antes de morir, el tema que cuando uno hace cálculos matemáticos los números no cierran: los que nacieron en los 70 dicen haberlo conocido. No se que almanaque usan o será que los Planes de alfabetización de Evo aún no llegaron en la zona?

A lo largo del camino varios carteles van indicando la ruta a seguir, hacia la derecha es la Ruta del Che y hacia la izquierda es “Salsipuedes chico”, por ahí mejor no voy.



**Fuente:** <http://blogs.elespectador.com/actualidad/ensayos-de-viajes-y-actualidad/la-ruta-del-che-o-el-che-en-la-ruta>. **Fecha de captura:** 13 de junio de 2017.

**ILUSTRACIÓN 14:** Expresión que denota superioridad en el blog *Me Río de Janeiro de La Nación*. La autora asume que su mirada (extranjera) validará la belleza de las personas a las que retrata.



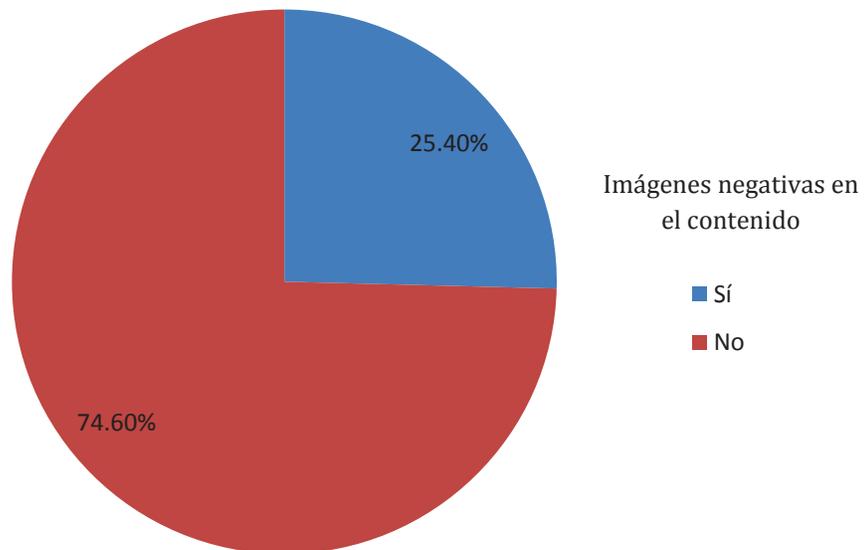
Como cronista de viajes voy a los lugares, saco fotos y después las publico en diarios y revistas. Esas personas que fotografío jamás se ven, ni se imaginan que sus rostros andan dando vuelta por los medios de comunicación. Fue justamente en este lugar, Cova da Onça, donde dos años atrás sentí esas ganas de dar fotos, además de sacar. Necesitaba que esa gente se enterara lo bella que es, que se vieran a través de una mirada extranjera, que tuvieran su identidad registrada antes de que sus propias miradas se contaminaran. Porque esta gente de la que hablo tiene, por ahora, la pureza de las comunidades antiguas, cuidadas y respetadas.

**Fuente:** <http://blogs.lanacion.com.ar/rio-de-janeiro/arte-y-semblantes/identidad-registrada/#more-2839> **Fecha de captura:** 13 de junio de 2017.

A continuación, se compilan otras imágenes negativas halladas en la muestra y se presenta una gráfica representando el porcentaje que ocuparon en el contenido:

- En cuatro entradas el autor comparaba la cultura visitada con la propia en términos negativos.
- Tres entradas hacían énfasis en las diferencias culturales del autor con los pobladores indígenas.
- En una entrada, el bloguero dio a entender que su cultura era superior.
- En seis ocasiones se generalizó las características de la población visitada.
- Dos entradas describían a las personas y a los lugares como exóticos.
- En tres entradas se les describía como folclóricos.
- En tres ocasiones, se les consideró pintorescos.
- Cinco entradas calificaron la experiencia de visitar una población indígena como una aventura.
- Dos entradas cosificaron a las personas como atractivo turístico.

**GRÁFICO 11:** Representación de entradas analizadas y cuántas contenían imágenes negativas sobre los lugares y culturas visitadas.



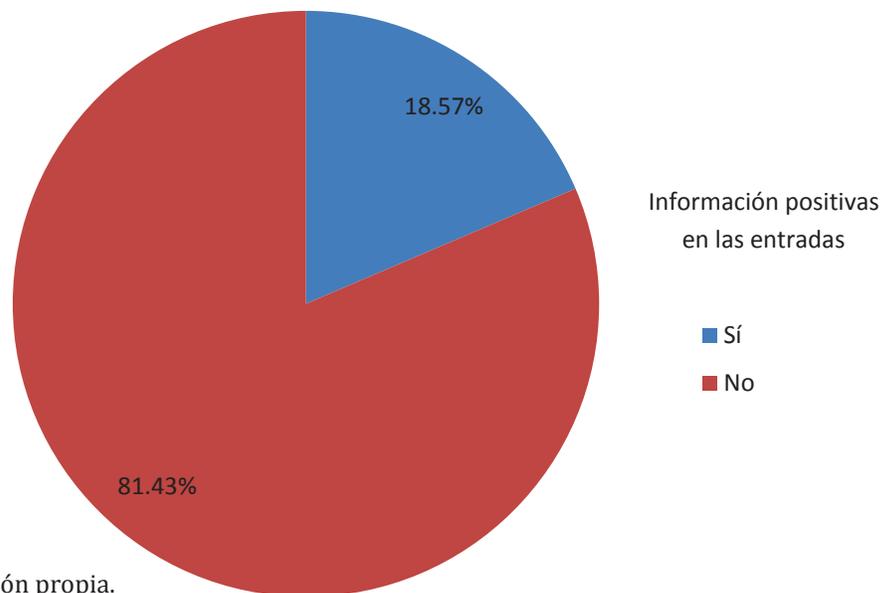
**Fuente:** Elaboración propia.

## Escasa contextualización

Al buscar información que profundizara en la vida y cultura de los pueblos indígenas, se encontró que esta es muy escasa pues los blogs analizados se centran en describir lo que el autor ve de forma trivial.

- Solo una entrada incluyó el contexto social del lugar visitado.
- Cuatro entradas hablaron sobre la historia de la población.
- Cinco entradas identificaron a las personas con sus nombres.
- Tres blogueros citaron fuentes locales, dándole voz propia a los miembros de la comunidad.

**GRÁFICO 12:** Representación de entradas analizadas y cuántas contenían información positiva que contextualizara la situación social o histórica de la cultura visitada.



**Fuente:** Elaboración propia.

## Imágenes variadas

Respondiendo a las necesidades temáticas, las fotografías publicadas por los blogs fueron muy variadas. Las más recurrentes fueron de naturaleza, cotidianidad y retratos de los pobladores. En menor número se encontraron imágenes de danza, arquitectura y escultura.

Varias entradas solo contaban con una fotografía, mientras otras tenían dieciséis o diecisiete imágenes. El promedio fue de seis fotografías por entrada, todas ubicadas al inicio o a lo largo del texto, ilustrando el tema.

En ocho entradas las fotografías fueron tomadas por los autores del texto y en las seis restantes, no se aclaraba la autoría de las imágenes. La totalidad de fotos se clasificaron como clásicas como las tomadas por cualquier turista, no se encontró ninguna tipo travelodge, más producida o artística.

La tendencia fue utilizar imágenes espontáneas, solo en dos publicaciones se encontraron fotos posadas. El autor apareció en las fotografías en siete entradas, en dos ocasiones posando con las personas del lugar. No obstante, ninguna persona está identificada en los pies de foto.

**ILUSTRACIÓN 15 y 16:** Los autores salen frecuentemente en las fotografías de sus blogs. En estos ejemplos, los blogueros de *Es hora de viajar* de *El Colombiano* (izq.) y *Líneas viajeras* de *El Espectador*.



**Fuentes:** <http://www.elcolombiano.com/blogs/eshoradeviajar/puerto-narino-el-otro-municipio-del-amazonas/258#more-258> y <http://blogs.elespectador.com/viajes/lineas-viajeras/viaje-a-un-corazon-wayuu>. **Fecha de captura:** 7 de julio de 2017.

### Interacción con los lectores

Nuevamente, la participación de los lectores fue escasa, pero fue un poco más consistente que con los blogs españoles. Ocho de catorce entradas recibieron

comentarios, el total de ellos fue reafirmativo, no hubo ninguno opositor o complementario.

Con respecto a los consejos del autor a sus lectores, solo en dos entradas se recomendaba visitar el destino, pero en ninguno se refirieron al respeto al entorno y a las culturas originarias.

**ILUSTRACIÓN 17:** Ejemplo de comentario reafirmativo en el *Blog de Armando Urquillo de La Prensa Gráfica*.

**Etiquetas:** adventure, ahuachapán, aventura, backpacker, beard, church, cielo, el salvador, explorar, gopro, guaymango, hike, historia, iglesia, mochilero, pobreza, ruinas, sky, tourist, travel, trip, turismo rural, viaje, vida

**COMENTARIOS (5)**



**NELSON**

Agosto 31, 2016 a 12:07 am | #

Excelente trabajo Armando por recuperar nuestra memoria histórica.

↩ Reply



**URQUILLOSV**

Agosto 31, 2016 a 3:19 am | #

Muchas gracias a usted por leer.

↩ Reply



**Fuente:** <http://armandourquillo.com/2016/08/29/tiempo-en-guaymango/>

**Fecha de captura:** 13 de junio de 2017.

## Sesgo de la información

En esta parte se analiza la apreciación del autor sobre los pueblos indígenas, de acuerdo a cada parte de las entradas estudiadas. Los resultados obtenidos son los siguientes:

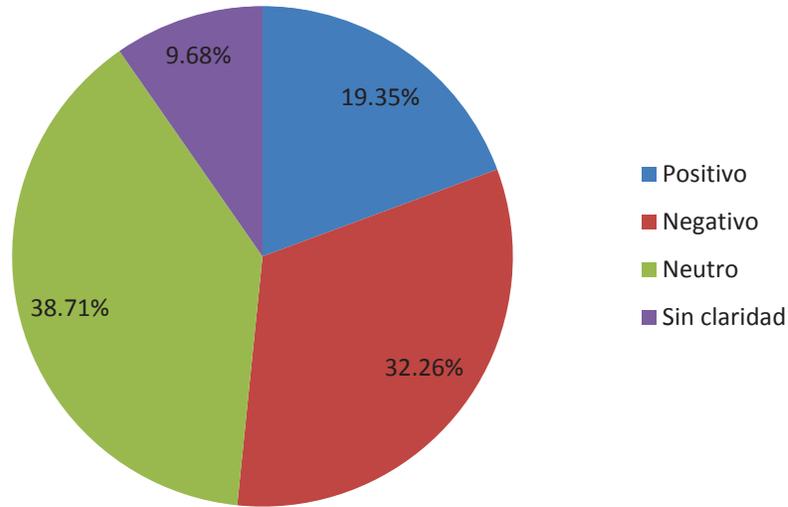
**Títulos:** La mitad de las entradas tuvieron títulos neutros, puramente descriptivos. Cinco fueron negativos, por contener alguna imagen despectiva o estereotipada. Solo dos títulos se contaron como positivos.

**Cuerpo de la información:** Hubo más textos negativos, con cinco entradas en total; cuatro fueron positivos, tres no tenían una posición clara y dos fueron neutros.

**Fotografías:** Ocho entradas incluyeron fotografías con aspectos positivos de las comunidades visitadas; cuatro fueron neutras, una no tenía claridad y solo una fue totalmente negativa.

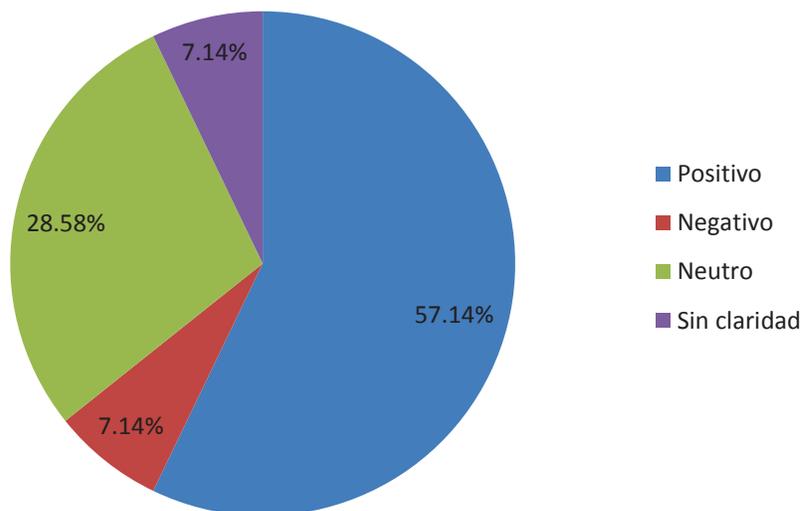
**Pies de foto:** Solo tres entradas utilizaron pies de fotos. Su calificación fue neutral.

**GRÁFICO 13:** Sesgo de la información en el total del texto analizado.



**Fuente:** Elaboración propia.

**GRÁFICO 14:** Sesgo de la información en el total de las imágenes analizadas.



**Fuente:** Elaboración propia.

## 5. CONCLUSIONES

Después de presentar los Resultados se procede a explicar las Conclusiones en concordancia con los Objetivos y las Preguntas de la Investigación, para finalmente, confirmar o refutar las Hipótesis principales y secundarias.

El objetivo principal del trabajo era hacer una revisión de los blogs de viajes de los periódicos más importantes de España y Latinoamérica, con la intención de analizar sus publicaciones sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica y establecer su difusión de estereotipos sobre estas culturas.

### **Los blogs**

La primera parte de este objetivo corresponde a la primera pregunta de la investigación: ¿Qué blogs de viajes han publicado información sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica? Para responderla, se ha realizado un trabajo de campo exploratorio guiado por estadísticas sobre la difusión y número de lectores de los periódicos más importantes de España y Latinoamérica en su versión digital. La localización de la muestra ha resultado particularmente compleja, ya que no todos los periódicos tienen blogs de viajes y en algunos casos, aquellos que sí que tienen han dejado de actualizar estos espacios.

Menos de la mitad de los blogs examinados tienen un sistema de archivo y aún es menor el número de blogs que utilizan etiquetas temáticas para ordenar sus entradas, por lo que se ha tenido que examinar publicación por publicación para hallar las piezas que podían conformar para la muestra.

En los periódicos, los blogs de viajes personales han dado paso a las secciones de viajes que cuentan con varios autores, diversos géneros informativos y/o son patrocinados por agencias de viajes y otras empresas del sector turístico. Las voces narradoras de los cronistas de viajes (heredadas a los blogueros) están siendo sustituidas por contenido más genérico y comercial.

En este sentido, cabe afirmar que los blogs de viajes españoles han aprovechado mejor su potencial comercial ya que la mayoría de la muestra cuenta con ventanas de publicidad y cuatro entradas están patrocinadas por empresas del sector turístico; en cambio, en los blogs latinoamericanos, solo se han localizado anuncios en cinco entradas de las catorce estudiadas y ninguna era patrocinada. Cabe mencionar que los blogs españoles con más publicidad y patrocinio son los más actualizados y con presentaciones más atractivas para el lector. El caso más representativo es el *Blog de Viajes* de Paco Nadal de *El País*, quien en otro espacio del mismo periódico ofrece sus servicios como guía turístico al Perú, un claro ejemplo de la ambigüedad en la especialización y los roles de los autores de blogs de viajes.

### **Los autores**

El punto anterior remite a otra pregunta de la investigación: ¿Quiénes son los autores de los blogs estudiados y cuál es su perfil profesional? El resultado es un panorama idéntico al que se planteaban los teóricos del periodismo del siglo pasado y que se ha referenciado en el Marco Teórico de esta investigación. Se encontraron las mismas dificultades al diferenciar el perfil de un periodista especializado en viajes del de un viajero sin experiencia periodística, un literato, un fotógrafo, entre otras ocupaciones.

El primer obstáculo fue obtener la información biográfica de los autores de los blogs. Pese a que la mayoría contaba con referencias en la portada del sitio, estas eran muy escuetas y había que buscar en fuentes externas la información requerida.

En el caso de los blogs españoles, sus autores son mayoritariamente hombres y periodistas de viajes, algunos con experiencia comprobada y otros autodenominados así, no se sabe si por su trabajo en otros medios o solo por contar con ese espacio en un medio de comunicación. Se concluye que los periódicos españoles hicieron migrar a algunos de sus periodistas de viajes del formato papel al formato digital y dejaron poco espacio a nuevas voces.

Caso contrario es el de los blogueros latinoamericanos, la mayoría son mujeres, identificadas únicamente como “viajeros”, invitadas a narrar sus experiencias en el

blog. Solo se encontraron dos autores como periodistas especializados en viajes y el resto con otras profesiones, pero “apasionados” por los viajes.

### **El contenido**

La tercera pregunta de la investigación era: ¿Qué tipo de información gráfica y escrita se propaga sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica a través de los blogs? En este punto se concluye que, tanto los blogs españoles como los latinoamericanos, tienen una estructura común que utiliza el texto como principal recurso para la narración del viaje y las fotos como elementos ilustrativos al estilo clásico, es decir, solo para tener un respaldo en imágenes. Las únicas excepciones fueron los blogs de fotógrafos que presentan ensayos fotográficos como narrativa principal y el texto como complemento. Solo un blog utilizó un video y ninguno presenta gráficas, recursos interactivos u otras herramientas de la Web 2.0, lo que podría deberse al carácter personal de estos espacios y la falta de experiencia de los autores en este campo.

Se concluye que los blogs españoles utilizan un lenguaje más periodístico, formal y con una intención informativa; aunque están escritos en primera persona, el protagonismo casi siempre es para el destino. Por el contrario, en los blogs latinoamericanos predomina el lenguaje coloquial y con intención expresiva; en correspondencia, los autores fueron los protagonistas de la mayoría de contenidos. Pese a que el texto era el principal recurso narrativo de los blogs, el promedio de palabras utilizadas no fue muy alto. Para los blogs españoles fue de 630 palabras y 726 palabras para los blogs latinoamericanos.

En cuanto a los temas principales de las entradas, en los blogs españoles se limitaron a las descripciones de los lugares visitados, los habitantes de esos lugares y la naturaleza. Los blogs latinoamericanos mostraron más riqueza de temas, pues además de los ya mencionados, incluían entradas sobre folclore, religión, arquitectura y arqueología. Es necesario mencionar que solo se encontraron dos entradas sobre turismo sostenible, una en un blog español y otra en un blog latinoamericano. La

primera con un marcado tono de escepticismo y la segunda de forma más explicativa, utilizando la historia real de una promotora de este tipo de proyectos.

Se establece que casi la totalidad de entradas carecen de un trabajo de investigación sobre el contexto social o histórico del lugar y las culturas visitadas, una cuestión que se esperaba encontrar, especialmente en el trabajo de los periodistas. Tampoco utilizan el recurso de enlaces a otros sitios web (hipervínculos) para que el lector pueda acceder a mayor información sobre los temas tratados.

En el caso de las fotografías, se utilizan un promedio de siete imágenes en los blogs españoles y seis en los blogs latinoamericanos. Como se ha mencionado anteriormente, a excepción de dos blogs de fotógrafos profesionales, las fotografías se utilizan únicamente como ilustración de los textos escritos, por esta razón, sus temas son igual de variados. Con respecto a la autoría de las fotos, la mitad corresponden a los dueños de los blogs, mientras las restantes carecen de fuente. Algunas imágenes parecen copiadas de Internet y están acompañadas de textos muy escuetos e impersonales, lo que concede cierta duda sobre la visita del autor del blog al lugar que describe. Es importante mencionar que los blogs españoles presentan fotografías más planeadas y posadas, mientras los latinoamericanos ofrecen imágenes más espontáneas. En los primeros, los autores aparecen en las fotografías en solo dos entradas, mientras en los segundos, los autores aparecen en siete ocasiones.

Se concluye que las características de los blogs cumplen con las intenciones, intereses y perfiles de sus autores, pues mientras en los blogs españoles los periodistas de viajes siguen haciendo un trabajo similar al que realizaban en los medios impresos, asemejándose sus entradas a géneros como la noticia, la fotonoticia o la crónica (más no al reportaje que requería más fuentes); los blogs latinoamericanos son más diversos, personales e informales y podrían ser un mejor reflejo de los blogs de viajes independientes o las redes sociales, donde predominan los autores como protagonistas, incluso en las fotografías, con selfies o poses humorísticas.

## **Estereotipos e imágenes**

La segunda parte del objetivo principal era detectar las imágenes y estereotipos sobre los pueblos indígenas latinoamericanos en los contenidos de los blogs. Se ha concluido que por sus textos indefinidos, puramente descriptivos y carentes de calificativos, el 43.75% del contenido de los blogs españoles y el 38.71% del contenido de los blogs latinoamericanos pueden ser considerados como neutros, exentos de sesgos positivos o negativos.

En cuanto a la información negativa para la imagen de los pueblos indígenas alcanza el 15.62% del contenido de los blogs españoles, una cifra significativa, pero mucho más baja que la de los blogs latinoamericanos, que suma un 32.26% del contenido. Tanto en el contenido negativo como en el que se clasifica como ambiguo, 12.50% en los blogs españoles y 9.68% en los blogs latinoamericanos, se localizan imágenes negativas y estereotipadas sobre las poblaciones indígenas de Latinoamérica.

En el caso de los blogs españoles, prevalecen las descripciones de los pueblos indígenas como exóticos y destinos turísticos ideales para irse de “aventura” o “desconectarse del mundo”. Les siguen en cantidad las expresiones que denotan una superioridad de los autores sobre el pueblo visitado, destacando sobre ellos su “falta de civilización”, la “fealdad” de sus comunidades y su falta de educación. Estas descripciones fueron hechas desde una visión eurocentrista, alejada y ajena a los lugares visitados y sus respectivas circunstancias.

Por otra parte, en los blogs latinoamericanos también predominan las expresiones de superioridad de los autores, pero con un marcado tono de paternalismo y condescendencia. Los blogueros procedentes de grandes capitales, viajaban a “sus” pueblos a conocer las tradiciones y el folclore. No obstante, al llegar describían poblaciones que estaban “perdiendo la autenticidad” por culpa de la “civilización” y el turismo. Otros directamente criticaban la falta de educación, la “superstición”, los ritos religiosos de los pobladores y la “fealdad” y el “desorden” de sus comunidades, mientras alababan su entorno natural.

Tanto en los blogs españoles como en los latinoamericanos, hubo menciones a que los pueblos habitados por indígenas eran un “mal necesario” para acceder a la bella naturaleza que les rodea o a otros pueblos “hermosos” con arquitectura colonial española.

El contenido positivo asciende al 28.13% del material de los blogs españoles y el 19.35% de los latinoamericanos, está formado por entradas que hablan principalmente de las bellezas naturales, la tranquilidad y la paz que rodean a los pueblos indígenas, en concordancia con la idea de promocionar destinos turísticos. Solo se localizan tres entradas en toda la muestra, donde los autores ahondan en las historias y circunstancias de las personas que viven en estos lugares, dándoles voz y nombre propio; además de explicar su contexto social, cultural e histórico.

Si bien, estas imágenes no son nuevas en los medios de comunicación o en la literatura, como se explicó en el Marco Teórico de esta investigación, sí que refuerzan los estereotipos y la dicotomía histórica del indígena malo, indígena bueno; el primero, retratado como incivilizado, casi salvaje, y el segundo, en el otro extremo, un ser noble y puro que forma parte inherente de la selva exótica. En referencia a los teóricos consultados, se puede concluir que estas imágenes sobre los pueblos indígenas latinoamericanos son consecuencia de las preconcepciones, creencias y mitos que difunde el sistema comunicacional dominante y que se han alimentado así mismos durante siglos.

Para concluir se responde la última pregunta de la investigación: ¿Qué tipo de respuesta tienen los blogs de viajes a sus publicaciones sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica? En este apartado se encuentran muy pocos comentarios de los lectores, de los cuales la mayoría se limita a felicitar, agradecer o ratificar las ideas del autor. Las entradas fueron más compartidas en redes sociales que comentadas, por lo que no se puede llegar a una conclusión representativa sobre la respuesta de los lectores en los blogs estudiados.

## 5.1 Confirmación o refutación de hipótesis y sub-hipótesis

A continuación, se procede a corroborar o refutar las hipótesis planteadas al principio de esta investigación.

**Hipótesis principal:** Los blogs de viajes de los periódicos de mayor difusión en España publican informaciones que refuerzan estereotipos negativos sobre las culturas indígenas de Latinoamérica. Como ya se ha indicado, se han localizado imágenes superficiales, exóticas, folclóricas y caricaturizadas sobre estas poblaciones.

Esta hipótesis ha sido confirmada, pues si bien no se detectan imágenes negativas en la totalidad del contenido estudiado, sí se hallan en un porcentaje significativo. Los hallazgos confirman la difusión de estereotipos negativos de los pueblos indígenas.

**Hipótesis secundaria 1:** A diferencia de los blogs de medios de comunicación españoles, los blogs de viajes de los periódicos digitales de mayor difusión en Latinoamérica, publican informaciones más profundas, respetuosas y contextualizadas de los pueblos indígenas latinoamericanos.

Esta hipótesis queda refutada, pues por el contrario, se detecta que los blogs latinoamericanos difunden todavía más imágenes negativas sobre los pueblos indígenas que los blogs españoles, pero a diferencia del alejamiento de los primeros, lo hacen en una posición de cercanía y superioridad.

Esto podría explicarse con la procedencia urbana y la diferencia cultural y social de los autores con las poblaciones que visitaron. La cercanía geográfica no garantiza que haya mejor entendimiento y mayor respeto a los pueblos indígenas. Ningún indígena fue autor de alguna de las entradas analizadas.

**Hipótesis secundaria 2:** Los autores de los blogs de viajes, tanto en España como en Latinoamérica, no son periodistas especializados, sino viajeros invitados a compartir sus experiencias y consejos con otros viajeros. Con el predominio de Internet en la difusión de la información y la expansión de los espacios, la mítica figura del periodista de viajes está en decadencia y con ella, también disminuye la información

rigurosa y apegada a los principios periodísticos de veracidad, profundización e investigación.

La primera parte de esta hipótesis queda refutada en cuanto a los blogs españoles, donde la mayoría de autores siguen siendo periodistas de viajes; pero se confirma en los blogs latinoamericanos, donde la mayoría de autores son viajeros sin experiencia en periodismo.

El segundo fragmento de la hipótesis queda en parte refutado porque no se encontraron indicios de que los periodistas de viajes hayan ofrecido un material más profundo y contextualizado que el de los viajeros. De hecho, las únicas entradas que cumplían con estas características eran de una periodista ambiental, una viajera y una diseñadora gráfica. La diferencia positiva de los periodistas de viajes se muestra en el formato y la forma de sus entradas, más que en el fondo de las mismas.

Se concluye que, en general, la información de los blogs estudiados es básica, anecdótica y poco sustancial. Las entradas obedecen a intereses personales de sus autores o a la promoción de un destino turístico; no se encuentran diferencias fundamentales basadas en la profesión o la procedencia del autor del blog.

Además, es importante señalar que la figura del periodista de viajes de antaño, se ha diluido con la del bloguero de viajes, que tiene un perfil y unas motivaciones muy acordes a su espacio de expresión, a sus lectores y a los tiempos que vive la comunicación a través de Internet.

## **5.2 Perspectivas futuras**

Este Trabajo de Fin de Máster está determinado por las limitaciones y los retos que suponen estudiar dos campos muy amplios, ambiguos y en constante cambio y evolución como el periodismo de viajes y los espacios de expresión en Internet.

Por lo tanto, estas conclusiones lejos de ser definitivas, aspiran a ser el inicio de otras líneas de estudio que, en la fecha de elaboración de esta investigación, no se habían incluido en el campo de la comunicación.

En el área de estudio del periodismo sería importante profundizar en la transición del periodismo de viajes tradicional al periodismo de viajes digital y las características que los diferencian. Para ello, podrían analizarse la forma y los contenidos de las secciones de viajes que cada periódico presenta en su sección digital y establecer el tipo de respuestas de sus lectores.

Otra línea de investigación podría dedicarse al análisis de los *influencers* o líderes de opinión de las redes y espacios de expresión en Internet dedicados a los viajes, incluyendo blogs independientes, YouTube, TripAdvisor, entre otras redes sociales.

Finalmente, los estudios sobre difusión de estereotipos en el periodismo de viajes podrían ampliarse hacia otros grupos y culturas, incluyendo investigaciones regionales internas o haciendo énfasis en la capacidad de alteridad que puede desarrollar la comunidad global en sus integrantes, o por el contrario, sus efectos de anulación de la imagen y la identidad del “Otro”.

## Bibliografía

- Acosta, J. (1973) *Periodismo y literatura*. Madrid.
- Aguirregoitia, A. & Fernández, M. D. (2011), Periodismo turístico en la Web 2.0. Larrondo, U. & Meso, K. (Eds.). *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. (pp. 155-164). Bilbao.
- Altabella, J. (1945) *Corresponsales de guerra, su historia y su actuación*. Editorial Febo, Madrid.
- Alsina, R. (1999) *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona.
- Álvaro, S. (2000) Ser humano, ser aventurero. *Historia y vida*, 97 XXII, Barcelona.
- Atienza, J. L. (Coord.). (2005) *¿Cómo se ven? ¿Cómo nos ven? Atrapados en los estereotipos. Una investigación sobre las representaciones culturales de estudiantes extranjeros de la Universidad de Oviedo*. Universidad de Oviedo.
- Austin, R. (2006) *Imperialismo cultural en América Latina: Historiografía y Praxis*. Ediciones CECATP, Santiago de Chile.
- Bardavío, J. M. (1977) *La novela de aventuras*. Sociedad General de Librería, Madrid.
- Beaujeau, J. (1982), *La Antigüedad*. Historia Universal de las Exploraciones. Madrid.
- Belenguer, M. (2002), *Periodismo de viajes, análisis de una especialización periodística*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones. Sevilla.
- Bernal, M. (1987), *Tipologías literarias en la Andalucía Romántica. La imagen de Andalucía en los viajeros románticos*. Diputación de Málaga.
- Bingley, S., Burgess, S., Sellitto, C., Cox, C. & Buultjens, J. (2010) A classification scheme for analyzing web 2.0 tourism websites. *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(4). Recuperado de: <http://www.questia.com/read/1P3-2212115411/a-classification-scheme-for-analysing-web-2-0-tourism>.

Carrizo, S. M. (1997), *Poética del relato de viajes*. Reinchenberger, Kassel Edition, Érfurt.

Casasús, J. P. (1993) *Periodística catalana comparada*. Portic, Barcelona.

Castillo-Puche, J. L. (1967) Periodismo y viajes. *Revista Española de la Opinión pública*, 7, pp. 195-208. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40180890>

Cebrián, M. (2009) Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar*, 33 (XVII), pp. 10-13.

Cerezo, J. M. (2006) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom, Madrid.

Chaliand, G. & Rageau, J. P. (1986) *Atlas del descubrimiento del mundo*. Alianza Editorial, Madrid.

Charliat, P. J. (1982) *Historia Universal de las exploraciones: el tiempo de los grandes veleros*. Tomo III, Espalsa-Calpe, Madrid.

Chillón, A. (1999), *Literatura y Periodismo*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Filgueira, J. M. (2008) Los blogs dentro del turismo 2.0, *Revista de Ocio y Turismo*, 1, pp, 135-152.

Forneas, M. C. (2004) ¿Periodismo o literatura de viajes? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 10, pp. 221-240.

Gaille, B. (2013) How many blogs are on the Internet. *WP Virtuoso*. Recuperado de: <https://www.wpvirtuoso.com/how-many-blogs-are-on-the-internet/>

Gamarnik, C. (s.f) *Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso*. Universidad de Buenos Aires.

Gómez de la Serna, R. (1974), *Los viajeros de la Ilustración*. Alianza Editorial, Madrid.

González, A. (2016), *Definiciones y aproximaciones teóricas al género de la literatura de viajes*. La palabra, 29. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

González, C. (1997) Identidad, alteridad y comunicación: definiciones y relaciones. *Signo y pensamiento*, 30 (XVI), pp. 77-84.

Hanush, F. & Fürsich, E. (2014) *Travel Journalism: Exploring production, impact and culture*. Palgrave, Macmillan, UK.

Hernández, O. (2008) Tiempo de indias: crónicas e imágenes del nuevo mundo y la expresión literaria latinoamericana. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, 9(1), pp. 214-235.

Hugon, A. (1998) *La gran aventura Africana, exploradores y colonizadores*. Ediciones B, Barcelona.

Izaguirre, R., Rivera, R. & Mustelier, S. (s. f), *La revisión bibliográfica como paso lógico y método de la investigación científica*. Universidad Nacional de Guinea Ecuatorial.

Jarvis, J. (2004) *Imagining new futures for news*. Recuperado de: <http://buzzmachine.com/2014/11/06/geeks-bearing-gifts-imagining-new-futures-news/>

Keegan, J. (1991) *La máscara del mando*. Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica, Madrid. p. 91.

Laitener, D. (1989), *The historical Method in Herodotus*. Universidad de Toronto.

Larrondo, A. & Tejedor, S. (2010) Cuadernos de viaje 2.0: análisis de las oportunidades del weblog para el relato de viajes. *Tercer Milenio*, 19,. Recuperado de <http://test.tercermilenio.ucn.cl/index.php/2010/06/cuadernos-de-viaje-2-0-analisis-de-las-oportunidades-del-weblog-para-relato-de-viajes/>

Lima, A., Afanador, D. & Cezar, T. (2015) *Blogs de viajes: La creatividad como dispositivo biopolítico en la promoción de un consumo alternativo*. Discursos y estéticas de la información, XIV Congreso Internacional Ibercom, Sao Paulo, Brasil.

Litvak, L. (1987) *Viaje al interior de Persia. El itinerario de Rivadeneyra. 1874-75.* Ediciones del Serbal, Barcelona.

Liverani, E. & Canals, J. (2007) *El discurso del turismo. Aspectos lingüísticos y variedades textuales.* Tangram Edizioni scientifiche, Trento.

Lucena, M. (2006) Los estereotipos sobre la imagen de España. *Norba. Revista de Historia*, 19, pp. 219-229.

Marín, R. (2010), Al-Rihla, el viaje científico en el Islam y sus implicaciones culturales. *Reflexiones*, 89, pp. 125-145.

Martínez, O. R. (2012), Periodismo en la era digital. *Revista Mexicana de Comunicación*, 27. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/09/27/periodismo-en-la-era-digital/>

Meneses, M. D. (2007), *En torno al periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales.* Universidad de la Laguna, Tenerife.

Miége, J. L. (1980) *Expansión europea y descolonización de 1870 a nuestros días.* Editorial Labor, Barcelona.

Mollat, M. (1983), *La edad media. Historia de los grandes descubrimientos de Parias.* Espasa-Calpe. Madrid.

Navarro, L. (2011), Consolidación y construcción del periodismo digital. *XV Encuentro Nacional, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación "La comunicación que necesitamos, el país que queremos".* (pp. 46-61). Ciudad de México: CONEICC.

Ortega y Gasset, J. (1998) *Sobre la muerte de Roma.* El Espectador IV, obras completas, tomo II, Alianza Editorial, Madrid. p. 542.

Padilla, A. (1979) *Atlas de Literatura Universal.* Editorial Jover, Barcelona. P. 10.

Palomo, B. (2009) Periodistas iberoamericanos con voz en la blogosfera. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS*, pp. 1-21.

Parias, L. H. (1982) *Historia Universal de las Exploraciones*. Espasa-Calpe, Madrid.

Paz de Andrade, V. (1984) *La rosa y la huella del viaje gallego en Sánchez Dragó*. Finisterre, sobre viajes, travesías, navegaciones y naufragios. Planeta, Barcelona.

Pirolli, B. (2015), Travel Journalism 2.0 Tourists' motivations, expectations and practices online. *Sur le journalisme*, 4(2), pp. 102-115.

Pratt, M. L. (1997). *Ojos imperiales: literatura de viajes y transculturización*. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

Pühringer, S. & Taylor, A. (2008) A practitioner's Report on Blog as Potential Sources for Destination Marketing Intelligence. *Journal of Vacation Marketing*, pp. 177-187.

Reverte, J. (1997) El viaje como creación. *Revista de Occidente*, 193.

Rivas, P. E. (2006) *Historia y naturaleza del periodismo de viajes. Desde el antiguo Egipto hasta la actualidad*. Miraguano Ediciones, Madrid.

Roig, E. M. (2010) Los "travel blogs" como objetos de estudio de la imagen percibida de un destino. *VIII Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la información y las comunicaciones*. (pp. 61-76). Málaga: Universidad de Málaga.

Rost, A. (2006) *La interactividad en el periódico digital*. Universitat Autònoma, Barcelona.

Sáez, F. (s. f) La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en Internet. *Tribunas de la comunicación*, 64, pp. 14-17.

Sánchez, P., Campos, E. & Berrocal, S. (2015) Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 187-208.

Sandoval, M. T. (2001). La formación a distancia de periodistas digitales: Una propuesta para el uso de la videoconferencia. *Revista Latina de Comunicación Social* 4(37), p. 6.

Sandoval, S. (s. f) *Aporte de los blogs en el turismo responsable. Experiencia del blog "Viajero responsable"*. Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

Swick, T. (2016) *The joys of travel: And stories that illuminate them*, Skyhorse Publishing, New York.

Tejedor, S. (2007) La enseñanza del ciberperiodismo: enseñad y aprended periodismo on-line. *Estudios de Periodística XIII. La periodística como disciplina universitaria: balance y perspectivas*. Gómez, S. & Hernández, S. (Eds.). pp. 405-411.

Tejedor, S. (2008) *La Web 2.0 en los cibermedios americanos*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Terrou, F. (1970) *La información*. Ed. Oikos-Tau, Barcelona.

Tiede, R. M. (2016) *The importance of travel journalism*. Texas Christian University, Fort Worth, Texas.

Todorov, T. (2007) *La conquista de América. El problema del otro*. Siglo XXI, México.

Vásquez, M. (1980) *Historia y comunicación social*. Bruquera, Barcelona.

Zamora, F. & Casado, M. (1952) *Publicaciones periódicas existentes en la Biblioteca Nacional*, Ministerio de Educación Nacional, Madrid.