

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Programa: Comunicación Social-Periodismo



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

1803

Análisis de la calidad informativa de cuatro blogs de viajes y su relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente

Trabajo de investigación para optar al título de Comunicador Social-Periodista

Martín Alonso Duarte David

Asesora:

Mg. Beatriz Elena García Nova

Medellín, 2019

Agradecimientos

Quiero empezar con los agradecimientos en esta investigación hacia El Universo y todas las energías con las que siento conexión, lo cual me ha permitido recargarme de buenas vibras y optimismo en los momentos en los que me he sentido agobiado y en aquellos que he creído que mis sueños son imposibles.

Merecen en igual medida mi completo agradecimiento mi familia: Madre, Padre y Hermana, quienes me han acompañado y brindado su apoyo tanto emocional como económico, para poder cumplir mi sueño de convertirme en Comunicador Social- Periodista y para lograr cumplir todos los sueños que he tenido.

Así mismo, brindo mis agradecimientos a mi docente y asesora Beatriz Elena García Nova, quien me acompañó en este proceso, transmitiéndome parte de sus conocimientos, apoyándome y teniéndome paciencia en aquellos momentos en los que me atrasaba con las entregas o se me presentaban diversos inconvenientes.

Merecen igualmente mis agradecimientos todas las personas que me colaboraron en la realización de esta investigación, los periodistas de viajes con los que conversé y aquellos docentes que me brindaron ideas.

Finalmente brindo mis profundos y sinceros agradecimientos a Rodrigo, mi gran apoyo emocional para la realización de esta investigación, quien con su mágica energía y su profundo entendimiento me acompañó con ánimo y comprensión en todo momento.

Contenido

Introducción	6
1. Definición del problema	8
1.1. Planteamiento del problema.....	8
1.2. Justificación.....	12
1.3. Objetivos:	13
1.3.1. Objetivo General:	13
1.3.2. Objetivos específicos:.....	13
1.4. Hipótesis:.....	14
2. Referentes teóricos y conceptuales	15
2.1. Aproximación al periodismo de viajes.....	15
3. Otros estudios del periodismo de viajes, análisis de calidad informativa y cuidado del medio ambiente.....	23
4. Diseño metodológico de la investigación	26
4.1. Revisión Documental:	27
4.2. Búsqueda de antecedentes sobre estudios periodismo de viajes	27
4.3. Elementos de estudio y análisis de contenido VAP.....	28
4.4. Análisis de contenido:	30
4.4.1. Estilo:.....	34
4.4.2. Género:	34
4.4.3. Tipo de entrada:	34
4.4.4. Tema:	34
4.4.5. Extensión:	35
4.4.6. Tipo de información:	35
4.4.7. Contenido patrocinado:.....	35
4.4.8. Origen de la información:	36
4.4.9. Relevancia emocional:.....	36
4.4.10. Relevancia del Hecho/Tema:.....	36
4.4.11. Número de fuentes:.....	37
4.4.12. Tipo de fuentes:	37
4.4.13. Equilibrio (Equidad informativa):	37
4.4.14. Antecedentes del hecho:	38

4.4.15. Claridad de la información:	38
4.4.16. Consecuencias de la noticia:	38
4.4.17. Seguimiento periodístico:	39
4.4.18. Estructura narrativa:	39
4.4.19. Corrección ortográfica/gramatical:	39
4.4.20. Núcleo de la información:	39
4.4.21. Datos comprobables:	40
4.4.22. Autor:	40
4.4.23. Hipervínculos:	40
4.4.24. Comentarios:	41
4.4.25. Redes sociales:	41
4.4.26. Uso de fotografías:	41
4.4.27. Uso de videos:	41
4.4.28. Uso de infografías:	41
4.4.29. Fecha de publicación y/o actualización:	42
5. Hallazgos	48
5.1. Selección y recolección de la información:	49
5.1.1. Diana Traveler	50
5.1.2. Vieja que viaja	53
5.1.3. El blog de viajes de Juan Uribe	56
5.1.4. Patoneando	59
5.2. Análisis de calidad periodística	64
5.3. Resultados de encuestas:	82
6. Conclusiones	87
Elementos gráficos	92
Anexos:	94

Resumen

El tema del cuidado del medio ambiente es un compromiso que no debe desligarse de cada uno de nosotros, todos somos parte de este planeta y tenemos la responsabilidad del impacto medioambiental que este vive.

La presente investigación está diseñada metodológicamente de forma cuantitativa y cualitativa. Revisó la información hallada en cuatro blogs de viajes escritos por blogueros colombianos, con experiencia en el periodismo de viajes y buscó analizar la relación de dicha información con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Encontró que el abordaje del tema del cuidado del medio ambiente en estos blogs es débil, pues los contenidos se centran en su mayoría en narrar experiencias y recomendaciones de sitios visitados y en baja medida a abordar información relacionada con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Palabras claves: Periodismo de viajes, periodismo medioambiental, periodismo digital, análisis de contenido, calidad periodística.

Introducción

El cuidado del medio ambiente es una responsabilidad de todos como sociedad, no solo corresponde a ONG's u organizaciones ambientalistas, es una tarea en la que todos debemos poner parte, nuestras acciones ayudan o aumentan esta problemática.

Es necesario sentirnos parte de este planeta y desarrollar acciones que posibiliten disminuir el impacto medioambiental que día a día causamos y esto lo planteó la Iniciativa Carta de la Tierra (2000), cuando propuso los principios que buscan ayudar al cuidado del medio ambiente

... respetar la Tierra y la vida en toda su diversidad... cuidar la comunidad de la vida con entendimiento, compasión y amor entre los humanos... construir sociedades democráticas que sean justas, participativas, sostenibles y pacíficas... garantizar el cuidado de los frutos y la belleza de la Tierra para el disfrute y el desarrollo vital de las generaciones del presente y el futuro... (Iniciativa Carta de la Tierra, 2000).

En concordancia con esto, el presente trabajo de investigación buscó realizar un análisis de contenido de diversos blogs de viajes y su relación con el fomento de una actividad turística comprometida con el cuidado del medio ambiente.

Lo anterior partiendo de la idea de que el turismo es una de las acciones que más daño causan al medio ambiente, tal como lo demuestra un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Sidney, publicado por Nature Climate Change (Tendencias 21, 2018). El cual encontró que el “el turismo mundial se ha consolidado como una de las industrias más contaminantes”.

A raíz de ello, se buscó identificar la forma en la que cuatro blogueros de viajes colombianos abordan el tema de la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente mediante la información compartida en sus blogs.

Se hizo necesario desarrollar una metodología que permitiera el análisis de esta información y que respondió a la pregunta y objetivos de esta investigación. Así pues, se encuentra compuesta por 6 capítulos que dan cuenta de la información obtenida.

En el capítulo 1 se detalla el planteamiento del problema, la justificación, objetivos e hipótesis que rigen dicha investigación.

En el capítulo 2 se presentan los referentes teóricos y conceptuales en los que está fundamentada: periodismo de viajes, periodismo medioambiental, análisis de contenido, calidad informativa y periodismo digital.

En el capítulo 3 se presentan algunas investigaciones que han sido desarrolladas en estas áreas de estudio y que guiaron esta investigación.

En el capítulo 4 se detalla el diseño metodológico adoptado para esta investigación.

En el capítulo 5 se presentan detalladamente los hallazgos encontrados a lo largo del análisis, así como las conclusiones propuestas a raíz de este.

1. Definición del problema

En este capítulo inicial se presentan el problema de investigación y las razones que lo justifican, así mismo da cuenta de la pregunta y objetivos que la rigen. También se presentan las hipótesis planteadas.

1.1. Planteamiento del problema

El periodismo de viajes es una especialidad que vale la pena explorar aún más en el país y en las facultades donde se imparte la formación hacia periodistas, pues permite evidenciar, denunciar y buscar soluciones a las problemáticas que se viven a lo largo del territorio y no solo dedicarse a vender o promocionar lo bonito de cada lugar. Pensar el periodismo de viajes como estrategia que permita la confrontación de las problemáticas que se viven en determinada región es una buena idea a la hora de informar y promover un destino turístico.

Una de esas problemáticas es la situación medioambiental que vive el país: deforestación, calentamiento global, contaminación y otros; una realidad sobre la que se requiere mayor consciencia y sobre la que vale la pena trabajar.

En esa misma línea, tener en cuenta que el turismo es una de las acciones que más contaminan y que más daño producen al medio ambiente es clave para comprender la importancia de fortalecer y emprender acciones en pro de un turismo que lo cuide.

Un estudio publicado por *Nature Climate Change*, el 07 de mayo de 2018, realizado por investigadores de la Universidad de Sídney encontró que:

El turismo mundial se ha consolidado como una de las industrias más contaminantes: representa el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, de las que el 12% corresponden a los viajes

aéreos. El impacto del turismo crecerá hasta el 40 por ciento en 2025 si no se cambian las políticas y los hábitos (Tendencias 21, 2018).

Adicional a esta realidad, vale la pena mencionar otra: el aumento del turismo en Colombia. Según Migración Colombia, entre enero y septiembre de 2018 un total de 3,1 millones de visitantes extranjeros ingresaron al país, lo cual representó un crecimiento del 31,8% frente al mismo periodo del año anterior, lo que indica que cada día Colombia se va posicionando como un destino para muchos extranjeros.

Ahora bien, enlazando estas dos realidades vale la pena resaltar la importancia de un turismo responsable, amigable con el planeta, que propenda por el cuidado y la conservación del territorio, así mismo que busque estrategias para mitigar el impacto de las acciones que se realizan. Ello puede ser promoviendo un turismo más consciente y enfocado al cuidado del medio ambiente, a través de los medios de comunicación, pues su alcance y relación con el turismo lo posibilita.

Se hace necesario pensar el oficio del Comunicador Social-Periodista, como un elemento de apoyo para ayudar al cuidado del medio ambiente, pues parte de su formación está basada en el servicio a la sociedad. Puede generar ideas que ayuden más a la conservación, cuidado y relación amigable con el medio ambiente, y a la vez como forma de denuncia y llamado a la acción sobre el daño que día a día se causa a este.

Esto es lo que se pretende con esta investigación: analizar cómo ha sido el abordaje del tema medioambiental en algunos medios de comunicación como los blogs de viajes y encontrar herramientas que permitan fomentar un turismo más consciente, que vele por el cuidado de los

espacios que se frecuenten y a la vez que impulse su recuperación. Una indagación sobre cómo los medios de comunicación pueden generar un impacto positivo en el medio ambiente.

En la actualidad el ecoturismo ha cobrado gran fuerza en Colombia y en el resto del mundo, cada día son más las acciones que se emprenden para subsanar la crisis medioambiental y sin duda los medios de comunicación son un gran aliado que posibilita que la información llegue a más lugares y genere acciones tanto individuales como colectivas, sin embargo, las acciones en favor del medio ambiente aún son muy reducidas; es común ir a un destino turístico y encontrar desechos allí, cada día los océanos están más contaminados y con basuras, lo que ha causado la muerte de multitud de especies.

Un artículo publicado el 12 de junio de 2019, por el periódico El Tiempo pone en evidencia esta situación, el artículo titulado: *“Así es como el turismo depredador acaba con la playa blanca de Boyacá”*, denuncia la cantidad de desechos que el turismo deja en este lugar, dice que durante un fin de semana se pueden recoger hasta 1,5 toneladas de basura, en la que se encuentran envases plásticos, latas de cerveza, colillas de cigarrillos y otros desechos (Álvarez, 2019). Esta es solo una de las tantas situaciones que se presentan a causa de un turismo irresponsable, que con el paso del tiempo va generando un mayor impacto medioambiental. Por ello urge analizar qué acciones podrían promover un turismo más comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Otro aspecto que vale resaltar y que sirve como fundamento para esta indagación, es el uso que hoy día se le da al internet a la hora de organizar un viaje. Generalmente cuando alguien va a salir de viaje navega por internet para encontrar información que pueda servirle para organizar y disfrutar su salida de la mejor manera. Recurre a blogs y distintos sitios donde haya recomendaciones sobre hospedaje, alimentación y actividades por hacer, etc. Solicita y comparte

información sobre lugares y más, y es ahí, donde estos sitios se convierten en espacios de interacción y diálogo continuo donde la información circula con facilidad. Se crean comunidades.

De esta manera, a partir de un acercamiento a la importancia de los blogs de viajes y redes sociales para la promoción del turismo, se llega al objeto de estudio de esta investigación: analizar el contenido de la información presentada en algunos de estos blogs de viajes y la relación con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

En este sentido se busca responder la pregunta que rige esta investigación:

¿Qué relación tiene el contenido de cuatro blogs de viajes colombianos con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente?

1.2. Justificación

Ser conscientes del cuidado del medio ambiente es una tarea que cada ciudadano debería realizar, su conservación requiere de una acción colectiva que empiece con hábitos que ayuden a mitigar y reducir el impacto que día a día se causa a este. Es una acción en la que academia, gobierno, medios de comunicación y ciudadanos en general deben intervenir, pues es una problemática social. Es necesario que las personas adquieran hábitos de cuidado hacia el medio ambiente y esto lo menciona la Iniciativa Carta de la Tierra, (2000) con algunos de sus principios, mencionando que es necesario

Evitar dañar como el mejor método de protección ambiental y cuando el conocimiento sea limitado, proceder con precaución...tomar medidas para evitar la posibilidad de daños ambientales graves o irreversibles, aun cuando el conocimiento científico sea incompleto o inconcluso. (Iniciativa Carta de la Tierra, 2000).

Es una tarea en la que pequeñas acciones pueden producir grandes resultados. El para qué de esta indagación se fundamenta en posibilitar el reconocimiento de las acciones que están emprendiendo algunos blogueros colombianos desde la información que comparten para ayudar al medio ambiente y permitirá comprender el periodismo de viajes como un aliado para fomentar un turismo responsable con este.

El porqué, surge a raíz de una preocupación por el impacto que causa el turismo en el medio ambiente y por las acciones que se pueden realizar para ayudarlo. De allí la idea de generar una aproximación para comprender la posible influencia que tiene el periodismo de viajes y sus diversas narrativas en la generación de conciencia y hábitos que ayuden de alguna manera a reducir el daño ambiental al momento de viajar.

1.3. Objetivos:

Los objetivos que marcan el rumbo de esta aproximación al periodismo de viajes y su relación con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente son:

1.3.1. Objetivo General:

- Realizar un análisis de contenido de blogs de viajes colombianos en relación con el fomento de una actividad turística comprometida con el cuidado del medio ambiente.

1.3.2. Objetivos específicos:

- Indagar sobre el papel que están realizando cuatro blogueros de viajes colombianos para la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.
- Analizar las diversas narrativas del periodismo de viajes en la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.
- Evaluar la calidad periodística de los contenidos publicados por estos blogueros en la información relacionada con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

1.4. Hipótesis:

En la presente aproximación hacia el estudio del periodismo de viajes y sus diversas narrativas como aliados para la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente se plantean algunas hipótesis:

- La información turística proporcionada por algunos blogueros de viajes colombianos a través de sus blogs es débil en la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.
- El periodismo de viajes o periodismo turístico y sus diversas fuentes de información puede ser un aliado para la conservación del medio ambiente.

2. Referentes teóricos y conceptuales

En este capítulo se presentan los referentes teóricos y conceptuales de esta investigación, exponiendo aquella información relacionada con las áreas de estudios que tienen afinidad con los temas abordados. Se inicia con el periodismo de viajes, periodismo ambiental y periodismo digital y posteriormente se teoriza sobre análisis y calidad periodística.

2.1. Aproximación al periodismo de viajes

El periodismo de viajes es sin duda una especialidad que ha despertado interés en muchas personas y sobre el cual vale la pena trabajar en el país. Existe gran cantidad de información respecto a este, que servirá como insumo para la presente indagación que busca dar luces sobre su influencia en la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente en el país.

Brindar una definición de lo que es el periodismo de viajes resulta un poco complejo, son diversos los autores y las perspectivas con las que se le aborda. Se le ha nombrado periodismo turístico, información turística y otros.

Sin embargo, y para fundamentar esta indagación, se tomará la definición que realiza Ledhesma (2016) en su libro: *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*, para comprender su carácter informativo y su importancia en la actualidad.

La comunicación turística puede revelar simultáneamente en el mismo artículo las cuatro funciones del periodismo (política, económica, educativa y de entretenimiento), invitando al lector a degustar el turismo no sólo como un pasatiempo, un sueño superfluo e irrealizable, sino como algo que debe ser

tratado con importancia porque puede beneficiar el desarrollo del país y aumentar la calidad de vida de los ciudadanos (lectores y consumidores) (Ledhesma, 2016, p.52 citando a Belau.A, 1966.30).

Otra aproximación útil para este trabajo la brinda Mariano Belenguer (2016), experto y escritor sobre periodismo de viajes, cuando habla sobre la malinterpretación que se le ha dado a este:

El Periodismo de Viajes con demasiada frecuencia se malinterpreta, se deforma o se trivializa, apartando el ejercicio de esta profesión de sus funciones. No es extraño encontrar, tanto en el ámbito académico como en el ámbito profesional, opiniones ignorantes que asocian el Periodismo de Viajes a una especialización superficial, vinculada exclusivamente al ocio y la industria del turismo. No negaremos que como todas las especializaciones periodísticas, la de viajes tiene también sus dependencias y sus amarillismos. Pero los prejuicios ignorantes hacia esta especialización se comienzan a desmoronar con una simple pregunta: ¿Es acaso el periodismo de la revista National Geographic un periodismo trivial? (Belenguer M., 2016).

Existe bibliografía diversa que respalda esta especialización, basta con remontarse a los escritos de la colonia, a los Cronistas de Indias con sus relatos del descubrimiento y la exploración de América, para entender que no es algo reciente y que por el contrario trae una historia profunda.

Se nombrarán algunos para comprender el carácter histórico que tiene el periodismo de viajes. El mismo Colón desde su expedición al “nuevo mundo” podría considerarse uno de los grandes cronistas; sus narraciones y escritos descriptivos, así como sus diarios de navegación y cartas enviadas a los reyes católicos son considerados como documentos de gran valor histórico y que bien aterrizado a este tiempo, podrían caber dentro del periodismo de viajes.

De igual manera, Gonzalo Fernández de Oviedo y Bartolomé de Las Casas son considerados como unos de los grandes cronistas de Indias

Ambos residentes en la ciudad de isla de Santo Domingo durante largos períodos, y ambos redactores de las dos principales "historias generales" de la conquista y colonización española... se empeñaron en recoger la mayor cantidad de detalles que fuese posible acerca de los viajes de Colón y de la historia posterior de la invasión española a las Antillas y al continente americano. (diariolibre.com, 2008).

Sus narraciones bien podrían reconocerse ahora como grandes reportajes de viajes, pues no sólo se limitaban a brindar información sobre el territorio, sino que su producción contaba con un gran carácter investigativo.

Ambos entrevistaron a tantos testigos como pudieron y se esforzaron por recoger la memoria de los primeros exploradores y colonos que llegaron con Colón, Bobadilla y Ovando. Pero a diferencia de aquél, que no estuvo nunca en las Indias pero que esperaba ansiosamente en Sevilla la llegada de las naves que regresaban de Santo Domingo, Fernández de Oviedo y Las Casas sí vivieron en esta ciudad y recorrieron la isla, y observaron directamente la realidad indiana (diariolibre.com, 2008).

Explorar, recorrer un punto, relacionarse con las comunidades, es sin duda uno de los grandes elementos que sirven para fundamentar un trabajo periodístico y eso fue lo que hicieron estos grandes narradores durante su estadía por los territorios de lo que se ha considerado el "nuevo mundo".

De igual manera y como bosquejo para complementar lo que puede ser la historia o evolución de lo que hoy es el periodismo de viajes y/o periodismo turístico, vale destacar a otros personajes que a lo largo de la historia han narrado los viajes y se han interesado en ellos para contar la realidad, para describir lugares y para contar otros aspectos de vida a lo largo del mundo. Si bien

no son propiamente reconocidos como cronistas, sus escritos sobre viajes y experiencias de aventura dan cuenta de la historia que tiene el viajar y contarlo.

Se iniciará con apartes de la biografía que realiza Memoria chilena (2018) sobre James Cook, uno de los grandes viajeros de la historia:

James Cook: fue un navegante y explorador inglés, reconocido por sus aportes al conocimiento cartográfico y científico que realizó durante sus expediciones. A partir de los servicios cartográficos prestados durante la Guerra de los Siete años, librada entre Inglaterra y Prusia, James Cook llamó la atención de la corona inglesa, quien lo contrató para la realización de expediciones con el objetivo de descubrir nuevas rutas y territorios de expansión. Antes de su muerte publicó sus notas de viajes con las que adquirió reconocimiento y fama entre otros navegantes. (Memoria chilena, 2018).

David Escribano (2017) a través del portal Skyscanner hace una recopilación de *15 grandes viajeros y exploradores que te inspirarán a viajar*, en los que se destacan algunos que serán útiles en esta indagación:

Uno de ellos fue Charles Darwin, un naturalista inglés que aportó fuertemente a la investigación científica, su obra *El Origen de las Especies* da cuenta de una seria y extensa investigación en la que los viajes siempre fueron los protagonistas

Este naturalista, geólogo, biólogo y aventurero inglés, reflejaba todos los datos recogidos durante su viaje alrededor del mundo a bordo del buque HMS Beagle. Partió de Plymouth y exploró lugares como las Cabo Verde, Salvador de Bahía, Montevideo, las Islas Malvinas, Valparaíso, Lima, las famosas Islas Galápagos, Ciudad del Cabo, Hobart y Sídney. Aunque lo más conocido de su viaje es su parte de las Galápagos, tuvo viajes duros en el desierto peruano y la despoblada Patagonia argentina (Escribano, 2017).

Otro de los exploradores que vale destacar fue Marco Polo,

El veneciano, que sirvió en la corte del gran Kublai Kan (quinto y último gran kan del Imperio Mongol y primer emperador chino de la dinastía Yuan), es uno de los iconos de todos los viajeros del mundo.

‘El libro de las Maravillas del Mundo’ fue la obra en la que se dejó constancia de los viajes de este mercader, aventurero, explorador y escritor. En el libro se describió, por primera vez a los europeos, las grandes maravillas y la enormidad de China y otros territorios de Asia, inspirando a muchos exploradores que llegarían siglos más tarde (como al mismísimo Cristóbal Colón). (Escríbano, 2017).

Los anteriores son algunos de los grandes viajeros que ha habido en la historia de la humanidad, sus escritos de aventura, de exploración y de interés geográfico y científico han marcado hito en la historia de muchas especialidades de la ciencia.

Ahora bien, lo anterior da fundamento histórico a este trabajo, que concretamente se interesa por dar a conocer la forma en la que algunos blogueros de viajes comparten su información y la relación de ésta con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Para ello vale la pena traer a colación otro término que se utilizará: *el periodismo medioambiental* y que se unirá al *periodismo de viajes* para dar cuenta de la pertinencia de esta investigación.

Sonia Fernández (2016) Citando a Joaquín Fernández (1995), sostiene que se habla de **periodismo ambiental** «para designar a esta especialidad periodística, cargada de futuro, que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente y en especial de aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación». (Fernández Parratt, 2016).

Sostiene además que “se trata de una especialización periodística que se ocupa de la información de actualidad generada por la interacción del ser humano con los seres vivos y con su entorno, tanto el natural como el creado por el propio hombre”. (Fernández Parratt, 2016).

Lo anterior para exaltar la importancia que desde el periodismo debe tener la naturaleza, su cuidado y su preservación.

Teniendo estos conceptos claros, conviene entonces recapitular la idea de esta indagación: Analizar los contenidos de cuatro blogs de viajes y su relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Para ello, se definirán algunos términos que serán de utilidad en adelante y que permitirán un acercamiento a las concepciones que se le están dando al turismo.

Turismo sostenible: atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Organización Mundial de Turismo (OMT), 1993).

Otro término que se abordará es el de ecoturismo, para ello se emplea la definición realizada por Héctor Lascuaráin Ceballos (1992) y que ha sido reconocida como la primera definición al respecto:

Ecoturismo: Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la

conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.(Lascuráin , 1992).

De igual manera y en concordancia con los objetivos de esta investigación vale la pena tener en cuenta otro concepto que se aborda. Se trata del **periodismo digital** y aunque ha sido complejo establecer una definición precisa del término se adopta para esta investigación aquella propuesta por (Salaverría, 2005) en la que lo define como:

Periodismo digital: “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”. (p.21). Es decir, aquel periodismo que se practica en las redes digitales y esto es precisamente lo que se pretende analizar en esta investigación, determinar la relación de la información presentada en cuatro blogs de viajes con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente y la calidad periodística de estos.

Así pues, es importante también tener en cuenta el concepto de **calidad informativa**, puesto que esto permitirá una identificación de los contenidos que se evaluarán en esta investigación.

Mar de Fontcuberta (1999) establece que:

El concepto de calidad periodística es relativo y transversal: hay diarios populares de calidad y prensa de referencia dominante que no la tiene. Sus parámetros se vertebran en torno a tres ejes: el respeto a un código deontológico, la búsqueda de una identidad propia y la coherencia de sus contenidos. (de Fontcuberta, 1999, pág. 61).

Teniendo en cuenta esta apreciación sobre calidad informativa, se procedió a indagar sobre elementos que pudieran ayudar a su valoración, para esto se tuvieron en cuenta algunas

investigaciones que han llevado a cabo análisis de contenido y calidad periodística y que se explicarán en detalle en capítulo 3: diseño metodológico de la investigación.

Ahora bien, con un breve acercamiento a estos conceptos para facilitar el alcance de los objetivos propuestos se procedió a la revisión de antecedentes en el tema de calidad periodística en blogs de viajes o medios turísticos digitales y la relación de estos con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

3. Otros estudios del periodismo de viajes, análisis de calidad informativa y cuidado del medio ambiente

En este capítulo se presentan algunos estudios que han sido desarrollados en áreas relacionadas con periodismo de viajes, análisis de contenido y calidad periodística, así como presencia en medios del tema medio ambiental.

Se inicia así con la investigación de Josefa García Marín (2018) titulada: *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red*, la cual realiza un abordaje completo sobre la importancia del periodismo de viajes y su influencia en el turismo y la economía española y que según la misma es un estudio “para comprender qué está ocurriendo en el sector de la prensa turística en el entorno digital –sus luces y sus sombras– para, a partir de ahí, abogar por la formación y la profesionalidad como las únicas fórmulas del éxito”. (García Marín, 2018, pág. 21).

Esta tesis sirve como fundamento para esta investigación, pues da bases para analizar a profundidad la calidad periodística con que se abordan la información turística y más en los medios digitales como blogs y redes sociales, es útil además porque brinda cuestionamientos que se pueden ir desarrollando a lo largo de próximas investigaciones y establece metodologías investigativas que se adoptan para esta investigación.

Otro referente que se toma en cuenta para esta investigación es el libro: *Periodismo de viajes: Análisis de una especialización periodística*, de Mariano Belenguer Jané, allí se encuentran diversas concepciones y valoraciones sobre el periodismo de viajes

El viaje y su vinculación histórica con el periodismo; la riqueza temática de la disciplina; su trascendencia en la conformación de horizontes culturales más amplios para la sociedad y el individuo;

la estructura de la industria periodística especializada en viajes y las posibilidades que, en suma, ofrece el periodismo especializado en viajes, son algunos de los temas que se tratan en este libro. Esta obra cumple con una doble finalidad: por un lado, abre y sugiere líneas de investigación sobre la materia y, por otro, proporciona unos conocimientos útiles para los profesionales y estudiantes de periodismo que tengan la inquietud y la pretensión de ejercer esta especialización (Belenguer M., 2002).

También se tuvo en cuenta la información presentada en el libro: *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*, de Miguel Ledhesma, que definen algunos principios sobre esta especialidad y que él mismo plantea:

¿Qué es el turismo? ¿Qué es el periodismo? y ¿Qué es el periodismo turístico? son las tres preguntas a las que se intentará dar respuesta, pero por sobre todas las cosas, lo que se pretende es motivar la reflexión y propiciar la generación de nuevas preguntas. Periodismo y turismo nacen con el hombre moderno (Ledhesma, 2016).

Para el ámbito relacionado con el periodismo medioambiental se recurre a trabajos como el de Karen Natalia Arias Pineda y Carlos Fernando Galván Becerra (2014) titulado *Tratamiento informativo del tema medioambiental en los periódicos: El colombiano, El Espectador y El Tiempo, mediante análisis de contenido* en el que se realiza un análisis sobre la cobertura del tema medioambiental en los diferentes periódicos. Será útil pues brindará información sobre el proceso a desarrollar para analizar el periodismo de viajes y su relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

También se revisó el artículo *Aporte de los blogs en el turismo responsable. Experiencia del blog “viajero responsable”*, de Susana Inés Sandoval (2015). Allí se realiza un análisis del sitio

y se hace énfasis en la importancia de estos blogs o demás medios digitales para la promoción de un turismo responsable (Sandoval, 2015).

Además, se revisaron una serie de blogs de viajes con temática medioambiental donde no solo se promueve información turística de distintos lugares sino información útil y de gran contenido ambiental al momento de viajar.

Esta búsqueda sirvió para identificar propuestas de información y conocer aquellos trabajos que se han realizado en torno al tema, ya que posibilitó el reconocimiento de metodologías y formas de análisis que ayudaron al desarrollo de esta investigación.

4. Diseño metodológico de la investigación

En este capítulo se expone la metodología empleada en la realización de esta investigación, así como las distintas técnicas que se utilizaron para lograr el objetivo general de la misma, el cual era realizar un análisis de contenido de diversos blogs de viajes y su relación con el fomento de una actividad turística comprometida con el cuidado del medio ambiente. Para ello se adoptó principalmente el enfoque cuantitativo, que se consideró pertinente puesto que se buscaba obtener datos numéricos sobre el tipo de contenido que se comparte en dichos blogs y la relación de estos contenidos con el fomento de un turismo que promueva el cuidado del medio ambiente. Así mismo, se tuvo en cuenta el enfoque cualitativo pues a partir de un análisis narrativo se buscaba dar un balance del tipo de contenido.

El enfoque cuantitativo fue fundamental porque tal como lo afirma de Pelekaiz (2000, citando a Kemmis y McTaggart, 1988: 9) “es una excelente herramienta, que proporciona información objetiva estadísticamente confiable, que para la mayoría puede ser relativamente fácil entender, como por ejemplo: un gráfico de pastel o un histograma” (p.350).

Aunque no es muy común mezclar estos dos enfoques se consideró pertinente puesto que la parte del análisis de contenido requería una observación detallada y una sistematización de los datos obtenidos que darían respuesta a la pregunta problematizadora y a los objetivos que rigen esta investigación y a su vez el enfoque cualitativo posibilitaría interpretar dichos datos.

Esto teniendo en cuenta las afirmaciones de Hernández Sampieri, (2014) al respecto

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (p.532).

Este estudio se desarrolló iniciando con una revisión documental sobre periodismo de viajes, periodismo medioambiental, periodismo digital y sobre calidad periodística. Seguidamente se realizó una búsqueda documental de antecedentes sobre el tema de periodismo de viajes y su relación con el fomento de un turismo comprometido con el cuidado del medioambiente desde un ámbito global hasta el local. Se hizo una revisión de cada una de las entradas publicadas en los blogs de viajes y a aquellas que tenían relación con el cuidado, preservación o conservación del medio ambiente se le aplicó una ficha sobre el Método de Análisis VAP (para análisis de contenido y calidad periodística), que fue adaptada de una investigación previa en materia de periodismo de viajes (García Marín, 2018) y que se explicará en detalle más adelante. Así mismo, se realizó una encuesta a uno de los editores de los blogs para contrastar la información obtenida.

A continuación, se detallan las etapas de dicho proceso.

4.1. Revisión Documental:

Esta parte inicial constó de una revisión bibliográfica sobre el tema del periodismo de viajes, su historia y otros aspectos relevantes; para ello se acudió a tesis, libros y otros documentos revisados, alojados en bases de datos e información recolectada en internet. Así mismo se revisó información bibliográfica sobre el periodismo medioambiental, periodismo digital y calidad periodística, información que se convierte en una base sólida para fundamentar la investigación.

4.2. Búsqueda de antecedentes sobre estudios periodismo de viajes

En esta segunda parte se acudió a una revisión sobre antecedentes investigativos en materia de periodismo de viajes y su relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado

del medio ambiente, se revisaron trabajos sobre periodismo de viajes en bases de datos, tratamiento informativo del tema medioambiental en prensa colombiana y artículos informativos, que a su vez sirvieron como complemento para dar mayor rigor a esta investigación.

4.3. Elementos de estudio y análisis de contenido VAP

En esta parte de la investigación se procedió a realizar una revisión sobre blogs de viajes de autores colombianos y a partir de una observación inicial se establecieron algunos criterios que deberían tener aquellos blogs que serían objeto de análisis, los criterios para la selección de estos fueron:

- Que fueran blogs de autores colombianos.
- Que fueran blogs propios, es decir, que no fueran blogs con diversos autores o colaboradores.
- Que no fueran blogs de organizaciones y medios de comunicación o agencias turísticas.
- Que sus autores tuvieran formación académica o experiencia relacionada con el periodismo.
- Que tuvieran más de 1500 seguidores en sus redes sociales.

Finalmente, después de una observación y filtro se seleccionaron los siguientes blogueros:

Nombre del blog	Autor	Enlace del blog	Formación Académica	Redes sociales
Diana Traveler	Diana Melo Espejo	https://www.dianatraveler.com/	Periodista, Máster en periodismo de viajes	Instagram: https://www.instagram.com/diana_traveler/

				Facebook: https://www.facebook.com/DianaTravelerOficial/
Vieja que viaja	Paula Carrillo	https://viejaqueviaja.com/	Periodista	Instagram: https://www.instagram.com/viejaqueviaja/ Facebook: https://www.facebook.com/viejaqueviaja
El blog de viajes de Juan Uribe	Juan Uribe	http://juanuribeviajes.com/	Administrador de empresas. Con trayectoria de 14 años en el periodismo de viajes.	Instagram: https://www.instagram.com/juanuribeviajes/?hl=es-la Facebook: https://www.facebook.com/meroenchilado
Patoneando	Lina Maestre	https://www.patoneando.com/	Administradora Hotelera y Turística	Instagram: https://www.instagram.com/patoneando/?hl=es-la Facebook: https://www.facebook.com/patoneando/

Tabla 1: Blogs seleccionados para el análisis de contenido y calidad periodística.

Tras haber seleccionado los blogs que serían objeto de estudio se procedió a realizar una revisión de cada una de las entradas publicadas en estos. Aquellas que tenían relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente fueron analizadas bajo el método VAP (Valor Agregado periodístico).

4.4. Análisis de contenido:

Se consideró idónea la estrategia del análisis de contenido para revisar la información de las entradas publicadas y su relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Esta estrategia propicia un análisis sistemático de la información compartida en diversos documentos.

Corresponden al campo del análisis de contenido las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto) o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración. (López Noguero, 2002, pág. 175) citando a (Bardin, 1986:32).

Así pues, para el desarrollo de esta estrategia, se procedió a utilizar la técnica conocida como Método VAP (Valor Agregado Periodístico), para recopilar la información de las entradas cuyo contenido guardaba alguna relación con el cuidado del medio ambiente.

El Método VAP (Valor Agregado Periodístico) es un método desarrollado por la Escuela de Periodismo UC (Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile) que busca sistematizar los diversos contenidos de un medio o artículo informativo. Ha sido utilizado en una gran cantidad de investigaciones sobre análisis de contenido en medios escritos, audiovisuales y digitales.

El valor Agregado Periodístico busca analizar y describir los medios a través de la medición cuantitativa de la presencia (o ausencia) en el producto informativo de estándares transversalmente reconocidos por las agrupaciones profesionales, el público y la academia. Esta metodología se convierte en un apoyo a la toma de decisiones de periodistas, editores, academia, público, directores y administradores de medios (Pontificia Universidad Católica de Chile, s.f.).

Es un método que sirve para recopilar información sobre un determinado medio, sistematizarla y evaluar la calidad de la información. Se utilizó en esta investigación porque ha sido ejecutado en investigaciones anteriores sobre periodismo de viajes y se ha comprobado su efectividad y porque cumple con los criterios de análisis que se persiguen en esta investigación.

Este método establece variables que giran en torno al proceso de selección como al de creación de la información, contiene así unas categorías que son objeto de análisis tales como el tipo de contenido, el equilibrio informativo, la extensión, los antecedentes, la estructura narrativa, nivel profesional del autor y otros que se explicarán detalladamente más adelante.

Los formatos para el establecimiento de variables y la ficha para el análisis de contenido fueron adaptados teniendo en cuenta también la investigación titulada: *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red*, desarrollada en 2018 por Josefa García Marín. En esta investigación se analiza la calidad informativa en 20 medios digitales de España que abordan la temática del periodismo de viajes.

Para la investigación que se desarrolló, se hizo necesario adaptar algunos criterios e incluir otros relacionados con la temática medioambiental que es la que se busca analizar.

A continuación, se muestra la ficha adaptada con los aspectos que se analizaron:

PROCESOS	INDICADORES	VARIABLES	OPCIONES
SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Su función es Descriptiva	Estilo	-Informativo -Interpretativo -Opinativo
		Género	-Noticia -Reportaje -Galería gráfica -Crónica -Entrevista -Editorial • Galerías, etc.
		Independencia de la información Tema Extensión	-Contenido promocionado -H2O -Basura -Contaminación -Ecosistema -Fenom. climáticos -Normat. ambiental -Desastre originado por la cultura -Actividades conservación, preservación investigación -Otro
SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Peso informativo Interés Relevancia	Tipo de información	-Atemporal -Actual
		Independencia de la información	-Contenido promocionado -Reproducción/ reelaboración
		Origen de la información	-Origen desconocido -Iniciativa del medio
		Relevancia	-Emocional -Consecuencias

		Uso y mención de fuentes	-Cantidad de fuentes -Autoridad de las fuentes
SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Pluralismo Equidad Representatividad	Equilibrio informativo	-Protagonistas y antagonistas
CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Contenido	Antecedentes (contextualización)	
		Claridad de la información	
		Consecuencias (contextualización)	
		Seguimiento periodístico	
		Estructura narrativa	
CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Estilo	Claridad informativa	
		Corrección ortográfica (precisión)	
		Núcleo de la información	-fáctico -Especulativo
CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Énfasis	Datos comprobables	
		Autor	-Firma -Autoridad
CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Adaptación e integración al entorno digital	Enlaces	
CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Adaptación e integración al entorno digital	Interactividad	
		Integración de redes sociales	
		Elementos multimedia	-Fotografías
		Elementos multimedia	-Videos -Infografías
		Actualización	

Tabla 2: Adaptación de la ficha Indicadores de calidad basados en el Método VAP/ Josefa García Marín.

Las siguientes son las variables y los procesos que se utilizaron para analizar cada una de las entradas compartidas:

4.4.1. Estilo:

Se ubican en esta variable las opciones: informativo, interpretativo y opinativo, las cuales corresponden al estilo de cada artículo, es decir, la forma en la que cada autor desarrolló su texto. En la ficha se seleccionó a cuál pertenecía cada artículo analizado y se dictaminó entre: informativo (aquel que está basado solamente en hechos), interpretativo (el que parte de una interpretación o valoración por parte del autor, pero basado en hechos) y el opinativo, (el que está basado en juicios personales). La evaluación de este fue hecha evidenciando a cuál pertenecía cada uno.

4.4.2. Género:

Esta variable buscaba identificar a qué género pertenecía cada entrada compartida, entre las opciones de elección se encontraban: la noticia, el reportaje, la galería gráfica, la crónica, la entrevista y otros. La evaluación se realizó seleccionando qué género predominaba en cada entrada.

4.4.3. Tipo de entrada:

Esta variable buscaba identificar qué tipo de entrada era común en cada escrito, las opciones que se tenían eran: recomendaciones de viajes medioambientales, experiencias de viajes, tips de viajes u otra forma que estuviera relacionada con el cuidado del medio ambiente. En esta variable no se establecía puntuación, su evaluación se hizo estableciendo a qué tipo de entrada correspondía cada artículo.

4.4.4. Tema:

Se buscaba con esta variable determinar cuál era el tema que se abordaba en cada entrada. Entre las opciones se encontraban: H2O, basura, contaminación, ecosistema, fenómenos climáticos, normatividad ambiental, desastres, actividades de conservación y otros que fueron

adaptados de la investigación de (Arias Pineda y Galván Becerra, 2014) Al igual que las anteriores variables se evaluó determinando qué tema estaba presente en cada entrada.

4.4.5. Extensión:

Con esta variable se pretendía determinar el tamaño de la entrada, definiendo que una entrada con una extensión de menos de 200 palabras puede carecer de calidad al no desarrollarse en esta un análisis más profundo. Para su evaluación se corroboró la cantidad de palabras en cada entrada.

4.4.6. Tipo de información:

Esta variable contenía las opciones de selección sobre si la información era “actual” o “atemporal” lo que permitiría definir también el tipo de información de cada entrada. Su evaluación se realizó seleccionando el tipo de información presente en cada una.

4.4.7. Contenido patrocinado:

con esta variable se buscaba determinar el contenido publicitario de cada entrada, y validar con esto la calidad periodística de la misma, para ello se establecieron 3 opciones de selección: contenido patrocinado, dudoso y no publicitario y su evaluación se estableció numéricamente en un rango de 1 a 3 donde 1 correspondía a contenido publicitario, 2 a contenido en el que no se podía evidenciar muy bien si era publicitario o no y 3 a contenido no publicitario, asumiendo así que el de mayor puntaje contiene mayor calidad periodística, esto teniendo en cuenta lo que establece la Intective Advertising Boreau, una institución española que representa el sector de la publicidad en medios digitales

El contenido publicitario debe avisarse de forma expresa al espectador o bien resultar evidente por el cambio de formato, etc. De este modo, tanto en medios online como offline deberá prestarse mucha atención a que realmente se produzca esta identificación, o existe el riesgo de que se considere publicidad encubierta (IAB, 2016).

Lo anterior como insumo para comprender que al no ser muy evidente el contenido publicitario en las distintas entradas o presentar contenido aparentemente publicitario su calidad informativa es menor y se estaría insertando en la línea de un “publirreportaje”.

4.4.8. Origen de la información:

En esta variable se buscaba identificar el origen de la información publicada en cada entrada, para ello se establecieron también 3 opciones de selección: reproducción o reelaboración, origen indefinido e iniciativa del medio, al igual que la anterior variable la forma de evaluación se estableció de 1 a 3, correspondiendo el 1 a aquella información que era una reproducción, 2, a aquella que tenía un origen indefinido y 3 para aquella que era iniciativa del medio, con esto se definió que a la de mayor puntaje correspondía un mayor rigor periodístico.

4.4.9. Relevancia emocional:

Esta variable buscaba medir la relevancia emocional de cada entrada, analizando la forma en la que esta permita una identificación y empatía del lector, un interés o motivación a leerla y un deseo de ahondar más en esta información. Para ello se establecieron 3 opciones de selección: relevancia emocional baja, media y alta y se evaluó en una escala de 1 a 3 donde estos corresponden a la relevancia emocional, así: relevancia emocional baja:1, relevancia emocional media:2 y relevancia emocional alta:3.

4.4.10. Relevancia del Hecho/Tema:

Esta variable buscaba medir la relevancia del tema o hecho abordado, partiendo de un análisis de cuán importante podrían ser estos para los lectores. Al igual que la anterior variable se estableció una escala evaluativa de 1 a 3, donde la relevancia del hecho es baja:1, donde es media:2 y donde es alta:3.

4.4.11. Número de fuentes:

Con esta variable se buscaba medir el pluralismo (entendiéndolo como aquella variedad de fuentes u opiniones) presente en cada entrada publicada. Para ello se estableció una escala evaluativa entre 0 y 3, donde la más baja correspondía a la no existencia de fuentes y la más alta a 3 o más fuentes. Lo anterior teniendo en cuenta que dentro del periodismo entre más fuentes haya que tengan diversas opiniones y que puedan ser contrastadas aumenta el rigor periodístico de una información. La escala fue la siguiente: 0: Para aquellos que no cuentan con fuente o no están identificadas, 1: cuenta con una fuente, 2: cuenta con 2 fuentes, 3: cuenta con 3 fuentes o más.

4.4.12. Tipo de fuentes:

Al igual que la variable anterior, esta variable buscaba medir el pluralismo de la información. En esta se establecieron 4 opciones de selección donde su escala evaluativa era entre 0 y 3 y se detalló de la siguiente manera: 0: para aquellos que no contaban con fuentes, 1: para aquellas en que la fuente era no identificada y partía de la percepción del redactor, 2: para aquellas entradas que contenían fuentes testimoniales u oficiales y 3: para las que tenían como fuente un experto. Lo anterior como forma de medir la calidad de las fuentes presentes en cada entrada.

4.4.13. Equilibrio (Equidad informativa):

Esta variable indica el nivel de equidad presente en cada entrada, es decir, ese contraste entre un antagonista y un protagonista. Debido al tipo y género de cada entrada se dificultaba identificar estos protagonistas, sin embargo, se estableció una escala evaluativa entre 0 y 3, en la que se detallaba la presencia de estos y se presentó así: 0: para aquellas entradas sin presencia de alguno, 1: para la presencia de uno de estos, 2: si contaba con la presencia de ambos y 3: si había presencia de un tercero.

Lo anterior tomando en cuenta lo que dice (Marín Mejía, 2007) sobre el equilibrio informativo y que define como:

La representación de la realidad a través de la construcción de noticias, desde la pluralidad de sus fuentes y el rigor en su tratamiento. Una noticia equilibrada es aquella que, apegada a la equidad y veracidad, permite al usuario construir su propia realidad sobre un hecho informativo determinado.
(p.35)

4.4.14. Antecedentes del hecho:

Con esta variable se pretendían analizar los antecedentes informativos de la entrada, entendidos para esta investigación como aquella información anteriormente compartida en el blog sobre el tema o lugar del que se habla. Para esto se adoptó también una escala evaluativa entre 0 y 3, considerándolo de la siguiente manera: 0: aquellas entradas que no mencionan antecedentes, 1: sí se menciona, pero no son claros, 2: para aquellos que mencionan el contexto histórico/geográfico/científico y 3: para aquellos que mencionan los 3 (contexto histórico, geográfico y científico).

4.4.15. Claridad de la información:

En esta variable se buscaba estudiar la claridad de la información, qué tan comprensible y clara podría ser, para ello se utilizó una escala evaluativa entre 0 y 3 donde el puntaje mínimo, 0: correspondía a que no era claro y 3: se comprendía perfectamente.

4.4.16. Consecuencias de la noticia:

En esta variable se analizaron las posibles consecuencias de los escritos en cada entrada y está relacionada con la anterior, solo que esta buscaba indagar si se presentaban en las entradas las implicaciones a futuro de dicho hecho o no. Para evaluarlo se estableció una escala entre 0 y 1, donde 0 correspondía a aquellas que no las mencionaban y 1, a las que sí.

4.4.17. Seguimiento periodístico:

Similar a la anterior, esta variable buscaba indagar si existía un seguimiento o continuidad informativa en el blog sobre dicho tema o caso específico. Para ello también se adoptó una escala evaluativa entre 0 y 1, donde 0 correspondía a aquellas entradas que no tenían un seguimiento específico o eran elaborados de forma esporádica y 1, para las que tenían continuidad.

4.4.18. Estructura narrativa:

En esta variable se buscaba identificar y evaluar la estructura narrativa de cada una de las entradas, para ello se estableció una escala evaluativa entre 0 y 1, donde el 0 correspondía a aquellas que no tenían una estructura clara, y 1 a las que su estructura estaba fundamentada en la pirámide invertida, cronológica, mixta u otra.

4.4.19. Corrección ortográfica/gramatical:

Esta variable pretendía analizar los errores ortográficos o fallas gramaticales presentes en cada entrada, se definió una escala evaluativa entre 1 y 3 y se distribuyó de la siguiente manera: 1, para una corrección gramatical baja (Contenía más de 3 errores), 2 para una corrección gramatical media (entre 2 y 3 errores) y 3, para una corrección gramatical alta (entre 0 y 1 error).

4.4.20. Núcleo de la información:

Esta variable buscaba analizar el núcleo de la información, es decir, la perspectiva de los autores para escribir sobre determinado tema o lugar. Para ello se establecieron 3 opciones de solución que se evaluaron en una escala de 1 a 3, de la siguiente manera: 1 Especulativo (basado en opiniones) aquellas entradas que contenían opiniones acerca de determinado tema, 2: fáctico (basado en experiencias) aquellos que eran producto de una situación vivida y 3: fáctico (basado en hechos) se consideró esta con más puntuación al ser producto de hechos o situaciones que implicaban datos comprobables.

4.4.21. Datos comprobables:

En congruencia con la anterior variable, esta buscaba indagar sobre la calidad de los hechos ocurridos y su facilidad para comprobarse. Para ello, se establecieron opciones de solución que se evaluaron igualmente en una escala entre 0 y 3, de esta manera: Se colocaba 0 a las entradas que contenían datos que no se podían comprobar, 1, para aquellas que pocos datos se podían comprobar, 2, en las que su mayoría de datos se podían comprobar y 3, para las que todos los datos eran comprobables. De esta manera se podía obtener un rigor periodístico.

4.4.22. Autor:

En esta variable se evaluaba la formación académica del autor, estableciendo que entre más formación académica poseía o si tenía formación periodística tendría un puntaje mayor. Los elementos por evaluar y su puntuación se distribuyó en una escala entre 1 y 3, así: 1 para los que el autor no era identificado, 2, para aquel autor identificado, pero con formación académica diferente al periodismo y 3, para aquellos autores con formación académica en el área del periodismo o para algún experto en el tema abordado.

Otras variables que se tuvieron en cuenta para la evaluación de la calidad periodística corresponden a los elementos utilizados en la adaptación digital: Hipervínculos, fotografías, redes sociales y otros...

4.4.23. Hipervínculos:

Con esta variable se buscaba indagar sobre la capacidad de introducir en el texto información complementaria a través de los hipervínculos. Se estableció una escala evaluativa entre 1 y 3 y se delimitó de la siguiente manera: la puntuación de 1 correspondía a aquellas entradas que contaban con hipervínculos no identificados, la 2, para aquellas que poseían hipervínculos internos o externos y la 3 para aquellos en los que el uso de hipervínculos era correcto y contenía hipervínculos tanto internos como externos.

4.4.24. Comentarios:

En esta variable se buscaba medir la interacción de los lectores de los contenidos a través de los comentarios, para ello se estableció una escala evaluativa entre 0 y 1, donde 0 correspondía a las entradas que no permitían comentarios y 1 para las que sí. De igual manera se tuvo en cuenta el número de comentarios en cada entrada.

4.4.25. Redes sociales:

Esta variable, al igual que la anterior buscaba medir la interacción de los lectores con los contenidos publicados en cada blog, para ello se estableció una escala evaluativa entre 0 y 1, donde se medía si se podía compartir en redes sociales o no. El 0 corresponde a aquellas entradas que no permitían compartirse en redes sociales, y el 1, para las que sí.

4.4.26. Uso de fotografías:

En esta variable se buscó analizar el uso adecuado de las fotografías como complemento visual en cada una de las entradas. se evaluó su calidad y cantidad. Se estableció una escala evaluativa entre 0 y 1, donde el 0 correspondía a aquellas entradas que contaban con fotografías insuficientes o de una baja calidad y el 1 correspondía a las que sí tenían fotografías con una buena calidad y cantidad.

4.4.27. Uso de videos:

Al igual que la variable de uso fotográfico, esta buscaba medir la presencia de videos en las entradas, se estableció una escala evaluativa entre 0 y 2, donde el 0 correspondía a entradas que no tenían videos, el 1, a aquellas que tenían videos, pero de baja calidad o cantidad y el 2, a aquellas que tenían videos de buena calidad y en buena cantidad. Se plasmaron también el número de videos presentes en cada entrada.

4.4.28. Uso de infografías:

En esta variable se pretendía evaluar el uso de infografías en las entradas publicadas al tenerse en cuenta estas como complemento informativo. Se estableció una escala de evaluación

entre 0 y 1, donde el 0 correspondía a aquellas entradas que no contenían infografías y 1 a las que sí.

4.4.29. Fecha de publicación y/o actualización:

En esta variable se buscaba evaluar la presencia de la fecha tanto de publicación y/o actualización de las entradas, se estableció una escala evaluativa entre 0 y 1, donde 0 correspondía a aquellas en las que no se evidenciaba la fecha de publicación y/o actualización y 1 en las que sí era evidente esta información.

Teniendo en cuenta cada una de las anteriores variables y su objeto de evaluación se procedió a la adaptación de la ficha en la que se condensaban cada una de las variables mencionadas y donde se establecía la puntuación, lo que permitió la obtención de un puntaje total que indicaba el nivel de calidad periodística presente en cada entrada del blog. Esto se analizará en detalle en el capítulo de hallazgos.

FECHA:	MEDIO:	
Nombre de la nota:		
Link:		
VARIABLES DEL ESTUDIO		PUNTUACIÓN
1.ESTILO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Informativo		
Interpretativo		
Opinativo		
2.GÉNERO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Noticia		
Reportaje		
Galería gráfica		
Crónica		
Editorial		
Entrevista		
Otro		

3. TIPO DE ENTRADA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Recomendaciones de viajes medioambientales		
Experiencia de viajes		
Tips de viajes		
Relacionado con el tema ambiental		
4.TEMA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
H2O		
Basura		
Contaminación		
Ecosistema		
Fenom. Climáticos		
Normat. Ambiental		
Desastre originado por la cultura		
Actividades conservación, preservación investigación		
Otro		
5. EXTENSIÓN		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Menos de 200 palabras		
Entre 200-500 palabras		
Entre 500-800 palabras		
800 o más palabras		
6.TIPO DE INFORMACIÓN		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Atemporal		
Actual		
7.CONTENIDO PATROCINADO		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Sí		
Dudosos		
No publicitario		
8. ORIGEN DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Reproducción/ Reelaboración		
Origen indefinido		
Iniciativa del medio		

9. RELEVANCIA EMOCIONAL		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja		
Media		
Alta		
10. RELEVANCIA DEL HECHO/ TEMA		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja		
Media		
Alta		
11. NÚMERO DE FUENTES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No menciona		
1 fuente		
2 fuentes		
3 o más fuentes		
12. TIPO DE FUENTES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No cuenta con fuentes		
Fuentes no identificadas		
Testimoniales u oficiales		
Nivel experto		
13. EQUILIBRIO (EQUIDAD INFORMATIVA)		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
Sin presencia de protagonista, antagonista		
Solo uno de ellos		
Presencia de ambos (Protagonista, antagonista)		
Presencia de un tercero		
14. ANTECEDENTES DEL HECHO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No se mencionan		
Sí se mencionan		
Se menciona contexto histórico/geográfico/científico		
Se menciona contexto histórico, geográfico y científico		
15. CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No se comprende		
Se comprende parcialmente		
Se comprende en su mayoría		

Se comprende perfectamente		
16. CONSECUENCIAS DE LA NOTICIA		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No se mencionan		
Sí se mencionan		
17. SEGUIMIENTO PERIODÍSTICO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
Esporádica		
Tiene continuidad		
18. ESTRUCTURA NARRATIVA		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No hay una estructura clara		
Pirámide invertida, cronológica o mixta		
19. CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA/ GRAMATICAL		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja (+3 errores)		
Media (2-3 errores)		
Alta (0-1 error)		
20. NÚCLEO DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Especulativo (basado en opiniones)		
Fáctico (basado en experiencias)		
Fáctico (basado en hechos)		
21. DATOS COMPROBABLES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
Ninguno		
Pocos		
La mayoría		
Todos		
22. AUTOR		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
No identificado		
Redactor		
Periodista/Especializado/experto		
23. HIPERVÍNCULOS		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja (no identificados)		
Medio (solo internos)		
Correctos (internos y externos)		

24. ADMITE COMENTARIOS		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		
Número de comentarios		
25. SE PUEDE COMPARTIR EN REDES SOCIALES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		
26. FOTOGRAFÍAS ADECUADO AL TEMA EN CANTIDAD Y CALIDAD		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
Insuficientes		
Suficientes		
Número de fotografías		
27. VIDEOS EN EL ARTÍCULO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 2
No tiene		
Tiene, pero de escasa calidad		
Tiene y de buena calidad		
28. INFOGRAFÍAS		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 2
No tiene		
Tiene, pero de escasa calidad		
Tiene de buena calidad		
29. INDICA FECHA DE PUBLICACIÓN Y ACTUALIZACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		
COMENTARIOS:		

Tabla 3: Adaptación de la ficha VAP, con componentes medioambientales.

La anterior tabla contiene los criterios evaluados en 20 entradas de los cuatro blogs, que tras una revisión inicial fueron las que contenían relación con el cuidado del medio ambiente. La información detallada se presenta en el capítulo de hallazgos.

En la fase metodológica final de esta investigación y con el objetivo de contrastar la información obtenida en la ficha con la percepción de los autores, se acudió a la realización de una encuesta.

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (López Roldán & Eachelli, 2015, pág. 8)

Dicha encuesta contenía 13 preguntas que giraban en torno a su experiencia como bloggers de viajes, la percepción sobre la calidad de su medio y el abordaje en estos del tema medioambiental; El formulario fue elaborado y compartido a través de Google Formularios:

<https://forms.gle/75VFhvvCjuiAMkdc6>

Con la información recolectada tanto con el análisis de cada uno de los blogs como con las encuestas realizadas se buscaba dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Vale mencionar también, que dentro de los cuatro blogs analizados se revisaron un total de 391 entradas, de las cuales fueron seleccionadas 20 que eran las que tenían relación con el cuidado del medio ambiente. En el siguiente capítulo se analiza a profundidad la información obtenida.

5. Hallazgos

En este capítulo se busca responder la pregunta problematizadora de esta investigación, la cual giraba en torno a la forma en la que abordan el contenido medioambiental algunos blogs de viajes en Colombia, para ello se hizo necesario diseñar una metodología que pudiese brindar una aproximación a las posibles respuestas y cumplimiento de los objetivos planteados.

Como se especifica en el capítulo anterior: Diseño metodológico de la investigación, se recurrió al enfoque metodológico cuantitativo para realizar el análisis de contenido de los distintos blogs de viajes, lo cual permitió una sistematización de los datos obtenidos mediante distintas técnicas como el Método VAP y una encuesta.

El análisis de contenido ayudó a conocer la forma en la que se presentan los contenidos en un blog de viajes y porque tal como afirma Holsti, (1961) es: "cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto". Así pues, esto se desarrolló a través de la aplicación de una ficha con variables adaptadas para el análisis de calidad periodística.

La ficha fue adaptada de la investigación de Josefa García Marín (2018) titulada *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red*, en la que hace un abordaje sobre la calidad del periodismo de viajes en 20 webs españolas, y la cual tiene como objeto el análisis de contenido. La ficha fue adaptada a las necesidades de esta investigación y fue estructurada bajo el Método VAP (Valor Agregado Periodístico) explicado ampliamente en el capítulo anterior.

5.1. Selección y recolección de la información:

Esta investigación se inició con una revisión documental sobre periodismo de viajes, periodismo medioambiental y estudios al respecto, así como investigaciones relacionadas con análisis de calidad periodística en medios digitales. A partir de esta información como sustento, se procedió a realizar una búsqueda de blogueros colombianos, ello permitió la identificación de 12 y el conocimiento de su trabajo.

Tras esta búsqueda inicial se establecieron algunos criterios para la selección, lo cual permitió que fueran seleccionados cuatro blogueros para analizar el contenido compartido en sus blogs e identificar a partir de un análisis inicial qué tipo de contenido compartían y cuál era la relación de estos con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Los cuatro blogs de viajes seleccionados fueron: www.dianatraveler.com, www.viejaqueviaja.com, www.juanuribeviajes.com y www.patoneando.com a continuación se presentará cada uno de ellos.

5.1.1. Diana Traveler

Este blog pertenece a Diana Melo Espejo, quien es periodista y Máster en periodismo de viajes.

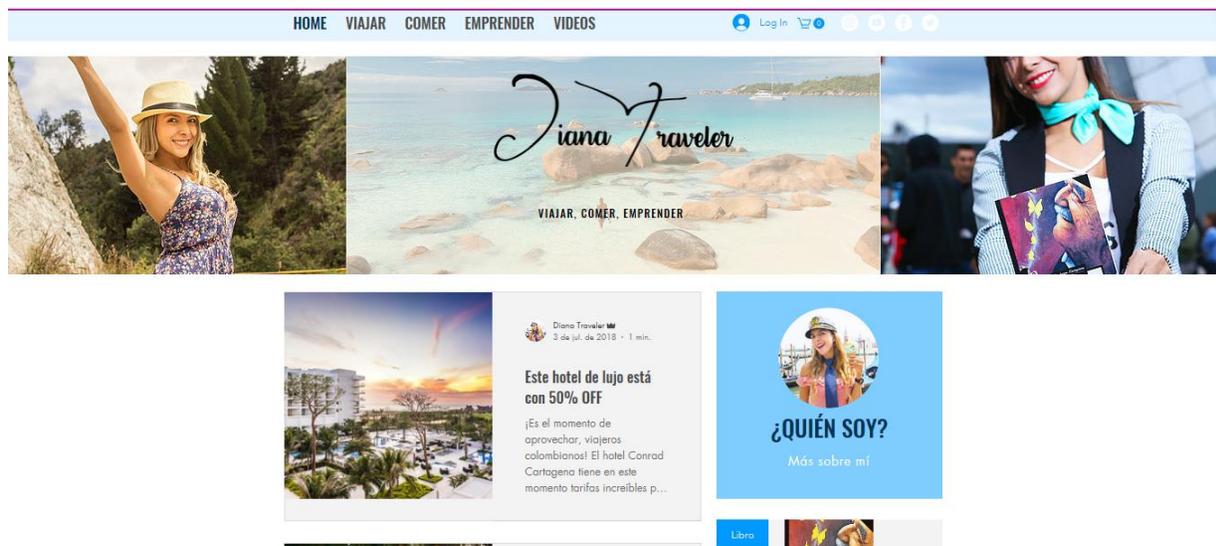


Ilustración 1: Apariencia del Blog DianaTraveler.

El blog está dividido en varias secciones entre las que se encuentran:

Viajar: 35 entradas

Comer: 5 entradas

Emprender: 5 entradas

Videos: están recopilados acá los videos que se encuentran en las entradas anteriores.

Se realizó una revisión de cada una de las notas presentes para conocer en primera instancia el tipo de contenido que comparte. Se revisaron un total de 45 entradas que fueron plasmadas en una tabla como esta:

Nombre de la entrada	Fecha	Contenido ambiental	Comentarios
1. 50 consejos para viajar a MÉXICO DF	01/01/2018	NO	El artículo brinda consejos prácticos para quienes viajan a la Capital mexicana... no aborda el contenido ambiental

2. Transporte barato hacia Europa	08/01/2018	NO	Se brindan en este artículo tips o recomendaciones para quienes deseen viajar a Europa, recomendaciones sobre cómo movilizarse entre algunas ciudades.
-----------------------------------	------------	----	--

Tabla 4: Formato para identificar cada una de las entradas presentes en cada blog.

En un formato como el anterior, en el que se plasman el nombre de la entrada, la fecha de su publicación, si tiene contenido o no relacionado con el medio ambiente y una breve descripción de la entrada fueron condensadas las 45 entradas de este blog, de las cuales solo 2 tenían relación con el cuidado del medio ambiente, las demás corresponden a experiencias, recomendaciones de viajes, consejos y otra información sobre los lugares visitados.

A las entradas que después de una revisión inicial contenían información relacionada con el medio ambiente se les aplicó la ficha diseñada bajo el Método VAP (Tabla 3) en la que se evaluaron cada una de las variables delimitadas para el análisis de contenido, tal y como se estableció en el apartado sobre el diseño metodológico.

La ficha se diseñó en Excel y se estableció una puntuación de acuerdo a cada variable y su escala evaluativa.

1	FECHA: 22/04/2018	MEDIO: Blog de viajes	
2	Nombre de la nota: ¿Cuánto		
3	Link:		
4	VARIABLES DEL ESTUDIO		PUNTUACIÓN
5	1. ESTILO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
6	Informativo		
7	Interpretativo		X
8	Opinativo		
9	2. GÉNERO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
10	Noticia		
11	Reportaje		
12	Galería gráfica		
13	Crónica		
14	Editorial		
15	Entrevista		
16	Otro		X Consejos de viajes
17	3. TIPO DE ENTRADA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
18	Recomendaciones de viajes medioambientales		
19	Experiencia de viajes		
20	Tips de viajes		
21	Relacionado con el tema ambiental		X
22	4. TEMA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
23	H2O		
24	Basura		
25	Contaminación		X
26	Ecosistema		
27	Fenom. climáticos		
28	Normat. ambiental		
29	Desastre originado		
30	por la cultura		

Ilustración 2: Formato en Excel de la ficha VAP, para el análisis de contenido.

Tras la aplicación de la ficha se encontró que la mayoría del contenido de las entradas compartidas no abordan la temática del medio ambiente, están relacionadas con su experiencia visitando determinado lugar y son narradas a partir de su vivencia allí, tal y como se evidencia en el siguiente gráfico, donde solo el 4% de las entradas habla de la temática medio ambiental, el 96% restante corresponde a temas diversos entre ellos experiencias visitando lugares tanto en Colombia como alrededor del mundo.

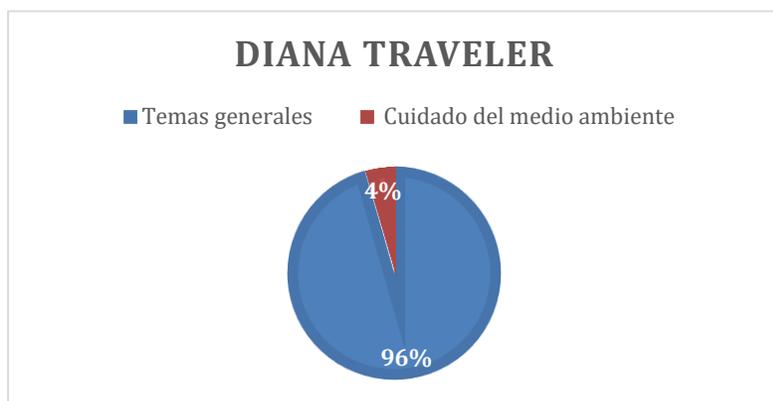


Gráfico 1: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Diana Traveler.

En cuanto a la calidad de la información se especifica más adelante en modos generales.

5.1.2. Vieja que viaja

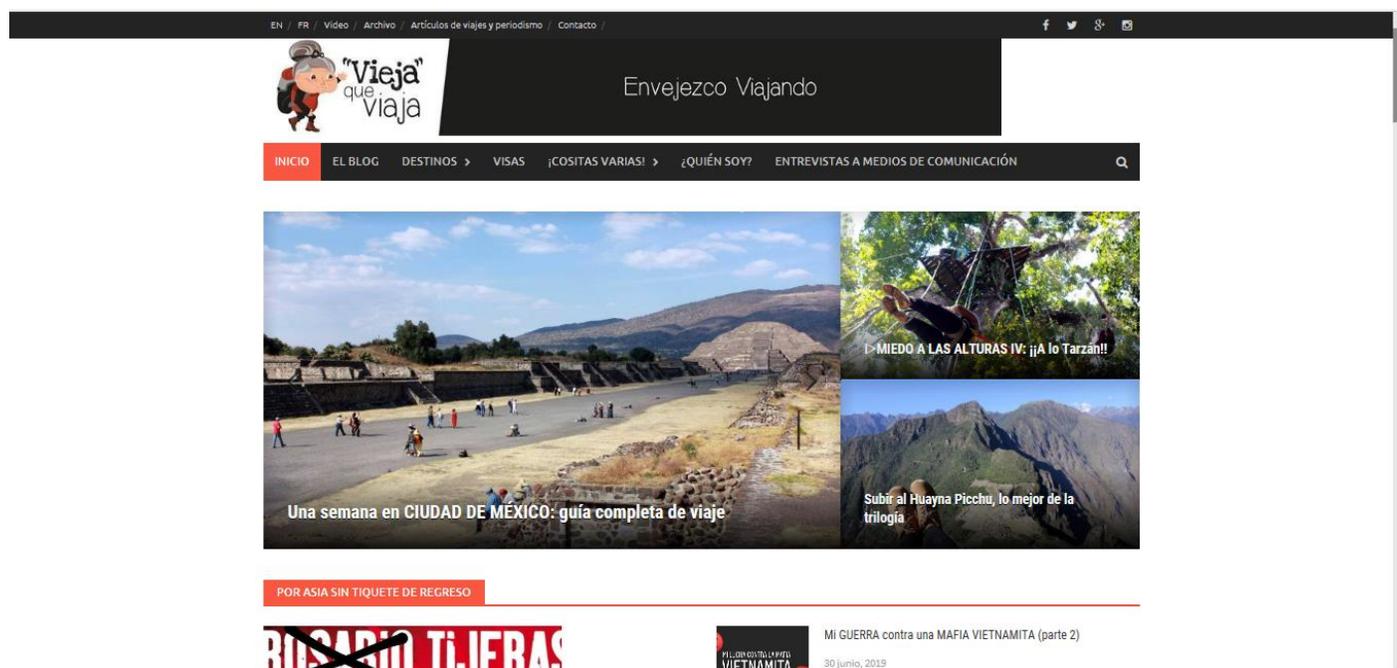


Ilustración 3: Apariencia del blog Vieja que viaja.

Este blog pertenece a Paula Carrillo Peña, quien es Comunicadora Social-Periodista, Magíster en Relaciones Internacionales y Políticas de Seguridad de la Universidad de Toulouse y ha

trabajado en diferentes medios de comunicación colombianos y extranjeros como EL TIEMPO, NTN24, FRANCE 24 y otros.

El blog nace en 2013 como una forma para compartir con su familia y conocidos las experiencias de viaje dentro y fuera del país, y se encuentra organizado de la siguiente manera:

En la cabecera o parte posterior contiene un espacio para visitar el blog en inglés y francés, una sección de videos, el archivo de todas las entradas, artículos de viajes y periodismo, y datos de contacto. También está dividido en varias secciones:

El blog: En este espacio describe cómo ha sido el proceso del blog hasta hoy, y en la parte técnica, cómo se encuentra conformado.

Destinos: acá se encuentra dividido por continentes.

ASIA: Camboya, China, Myanmar, Singapur, Tailandia, Vietnam

AMÉRICA: Estados Unidos, Brasil, Colombia, Cuba, México, Perú

EUROPA: Alemania, Francia, República Checa, Rusia

Visas y trámites: información sobre proceso de visado para algunos países y otros trámites.

¡Cositas Varias!: entradas con consejos e información variada.

¿Quién soy?: una presentación personal con información sobre el nombre del sitio.

Entrevistas a medios de comunicación: en esta parte se encuentran las entrevistas en distintos medios en las que habla de su vida como viajera.

En la parte lateral se encuentra información sobre seguros de viajes, una miniatura de su último video y enlaces para descuentos en cursos y páginas para hospedarse, así mismo se

encuentran los enlaces de sus últimas entradas y una miniatura de sus últimas publicaciones en Instagram y página de Facebook.

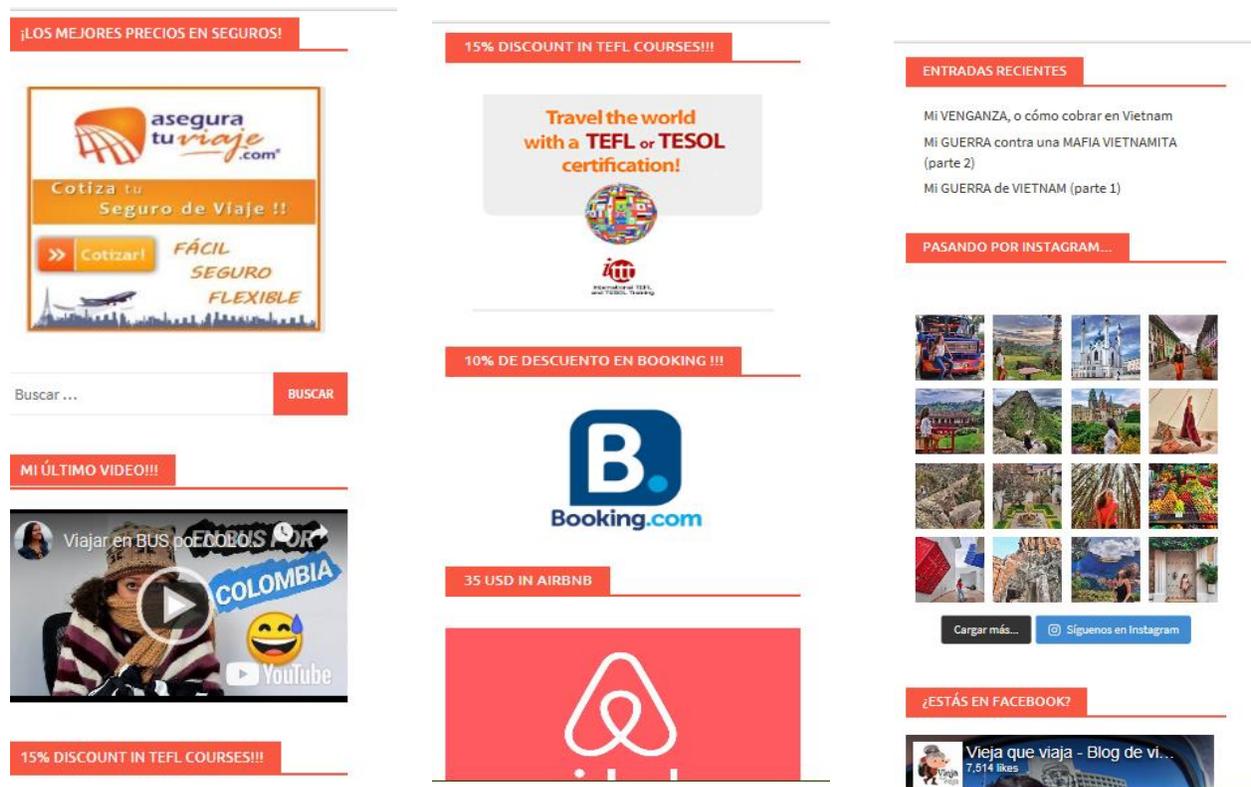


Ilustración 4: Apariencia de la parte lateral del blog Vieja que viaja.

En el pie de página se ubican las comunidades de viajeros de las que hace parte y una previsualización de su perfil de Twitter.

Así pues, con el objetivo de identificar la forma en la que en este blog se aborda la temática sobre un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, se revisaron un total de 103 entradas que van desde la fecha de su primera publicación en septiembre de 2013 hasta mayo de 2019. Para esto se aplicó el formato inicial (Tabla 4) en el que se recopiló el nombre de la entrada, la fecha, si estaba relacionada o no con el tema del cuidado medioambiental y un comentario al respecto, de allí se encontraron 2 entradas que abordan la temática medioambiental

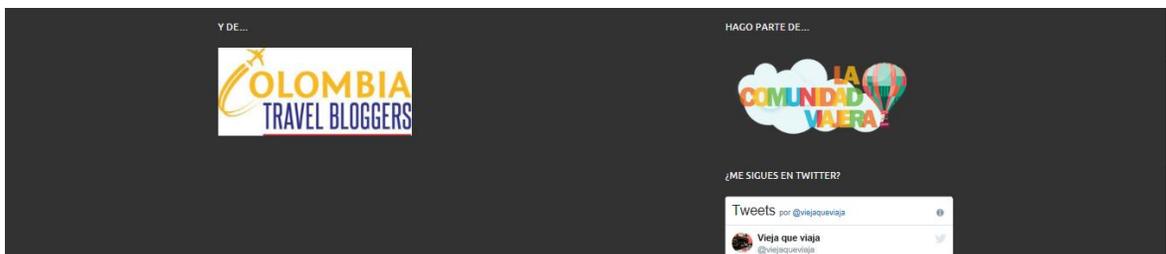


Ilustración 5: Pie de página del blog Vieja que viaja.

y estas se analizaron de acuerdo a la ficha con el Método VAP, para analizar la calidad periodística de acuerdo a las variables establecidas y su respectiva evaluación.

Se encontró que de las 103 entradas revisadas solo 2 contienen relación con el tema del cuidado medioambiental, esto es: el 98% de las entradas del blog hablan sobre su experiencia e historias de viaje en Colombia y alrededor del mundo y solo un 2% de las entradas contienen información relacionada con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

El análisis de la calidad periodística de estas entradas se presentará más adelante.



Gráfico 2: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Vieja que viaja.

5.1.3. El blog de viajes de Juan Uribe

Este blog pertenece a Juan Uribe, administrador de Empresas de profesión, pero dedicado al periodismo de viajes desde 2005, ha trabajado en El TIEMPO y colaborado con distintos medios de comunicación nacionales y extranjeros.

El blog se encuentra estructurado de la siguiente manera:

En la cabecera se encuentran 3 ventanas: Acerca de Juan Uribe: la cual cuenta con una descripción personal del autor, Historias de hoteles: Con entradas en las que habla de algunos hoteles y la experiencia estando en ellos y Artículos que he escrito en varios medios: en la cual se encuentran aquellos artículos en los que ha trabajado para distintos medios de comunicación.

En la columna principal o cuerpo del blog se encuentran las últimas entradas publicadas y en la parte lateral están ubicadas algunas categorías en las que divide el blog:

En Colombia: entradas con información sobre experiencias de viaje en Colombia.

Historias de hoteles: información relacionada con algunos hoteles en los que se ha alojado y su experiencia en ellos.

Personajes: entradas con perfiles de personajes de distintos lugares.

Por el mundo: entradas con información de países distintos a Colombia.

Todas: recopila las entradas publicadas

Viajando sin afán: Consejos y/o recomendaciones para viajar sin afán.

En el pie de página se encuentra alguna información sobre el sitio en el que fue creado y algunos links de acceso a entradas.



Ilustración 7: Apariencia de El blog de viajes de Juan Uribe.

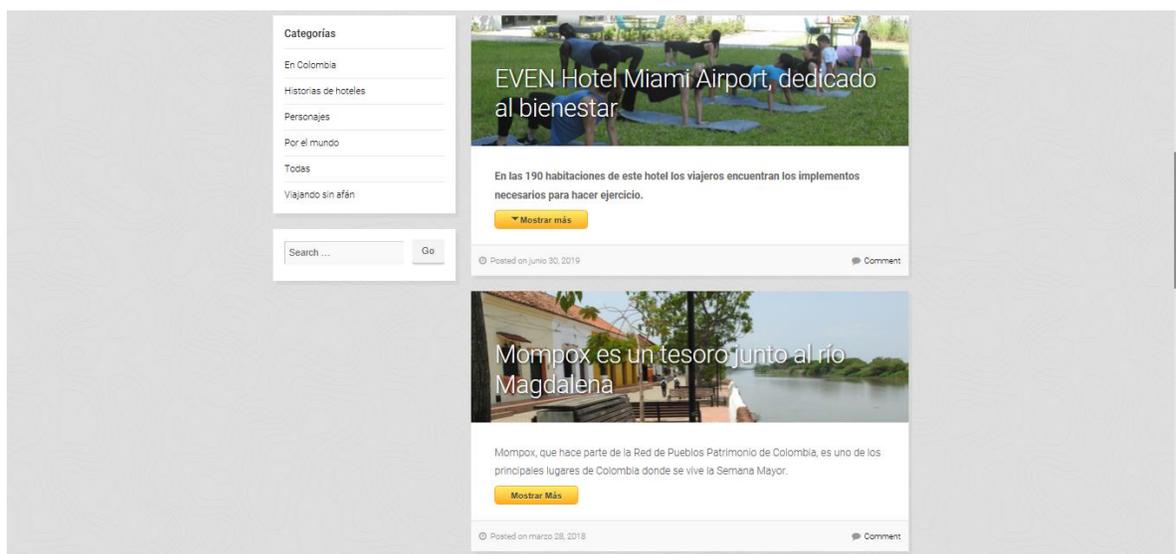


Ilustración 6: Apariencia de El blog de viajes de Juan Uribe 2.

Así pues, se inició una revisión de cada uno de los contenidos para encontrar aquellos que tuvieran relación con el cuidado del medio ambiente y aplicarles la ficha estructurada de acuerdo al Método VAP (Valor Agregado Periodístico). Se revisaron los contenidos por categoría y se plasmaron de igual manera que en los otros blogs en el formato inicial (Tabla 4), donde se presentaba el nombre de la nota, la fecha de publicación, si tenían relación con el cuidado del

medio ambiente y un comentario sobre esta. Se revisaron un total de 120 entradas publicadas desde el inicio de la creación del blog en 2013 hasta mayo de 2019, encontrando que la última publicación hecha fue en marzo de 2018. De estas 120 entradas, 14 contenían alguna información relacionada con el cuidado del medio ambiente, los 106 restantes brindaban información sobre otros destinos y experiencias, esto es: el 88% de las entradas compartidas no aborda la temática relacionada con el cuidado del medio ambiente y solo un 12% contiene información relacionada con este.

La calidad periodística de estos contenidos será analizada más adelante.

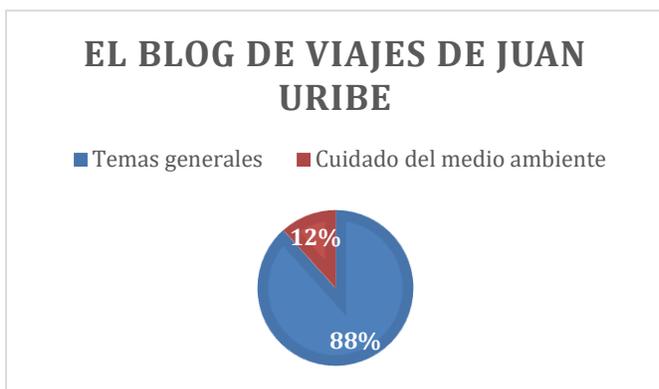


Gráfico 3: Presencia de contenidos generales y medioambientales en El blog de viajes de Juan Uribe.

5.1.4. Patoneando

Este blog corresponde a Lina Maestre, quien es Administradora Turística y Hotelera, aunque no tiene formación académica relacionada con el periodismo, ha colaborado con algunos medios de comunicación.

Su blog se encuentra estructurado de la siguiente manera:



Ilustración 8: Apariencia del blog Patoneando.

En la cabecera se encuentran algunas categorías como:

Inicio: aquí se encuentra una galería de sus más recientes entradas, un mapa con los países visitados, entradas sobre viajes por Sudamérica y ayuda para los viajeros (información útil para quienes deseen realizar un viaje).

Sobre mí: contiene dos subcategorías, “Quién soy” con una presentación personal, y “prensa y artículos para otros medios” con trabajos periodísticos realizados.

Pensamientos en el camino: contiene entradas sobre situaciones vividas en sus viajes.

Blog: contiene las entradas publicadas desde la creación de este.

Contacto: datos y formato para solicitudes, colaboraciones y más.

Se encuentran además, íconos que funcionan como enlaces a sus redes sociales.

La parte inferior de la cabecera contiene otras categorías:

Consultoría de Viajes: servicios para organizar viajes, información que puede ayudar a los viajeros, por los cuales cobra.

Relatos: se encuentra dividida en varias categorías, por continentes y países.

Ellas por el mundo: información sobre un proyecto personal que busca inspirar y motivar a las mujeres a viajar.

Ayuda para viajeros: está dividida también en 3 categorías: consejos para futuros viajeros, información útil y guías de destino y mujeres viajeras. Información útil para viajar de una mejor manera.

En la columna principal o cuerpo del blog se encuentran las últimas entradas publicadas. En la parte lateral se encuentra una descripción de ella, la opción para suscribirse a una lista de correo, previsualización de sus redes sociales, información sobre seguros de viajes, el título de las entradas más recientes y más leídas, un buscador de archivos y las comunidades de viajeros de las que hace parte.

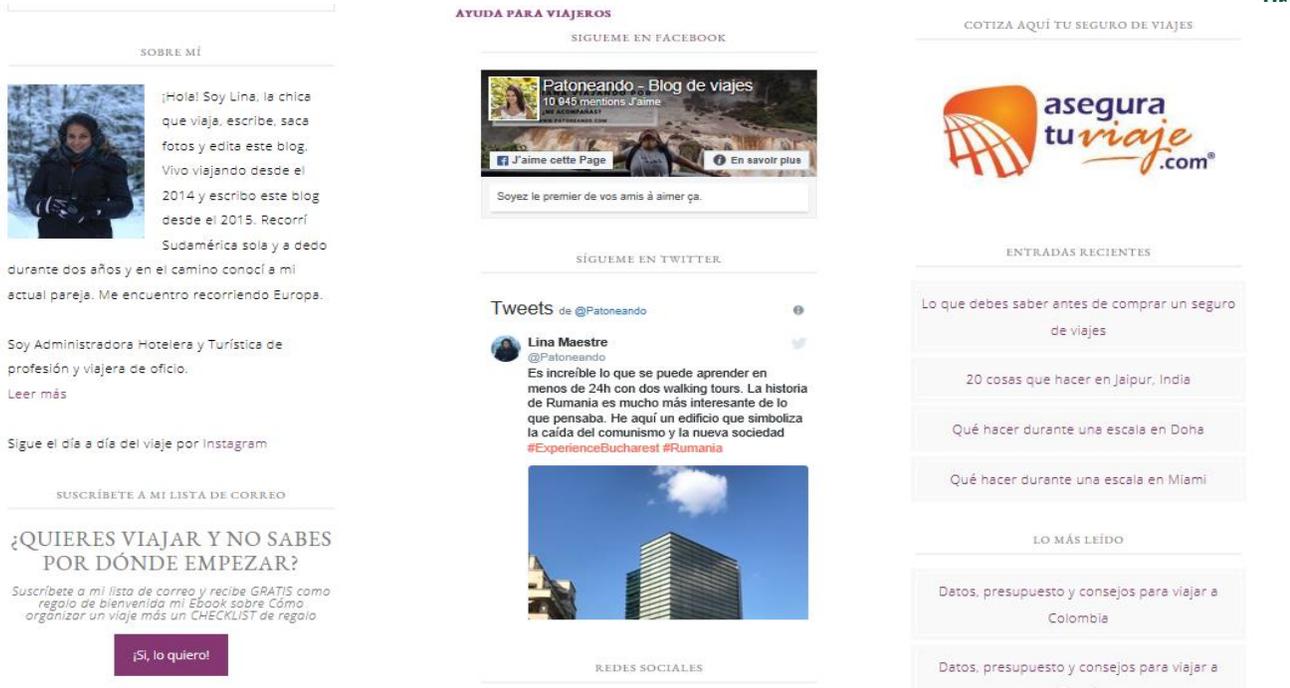


Ilustración 9: Apariencia de la parte lateral del blog Patoneando.

En el pie de página se encuentra una miniatura de sus últimas publicaciones en Instagram y enlaces a sus otras redes sociales.



Ilustración 10: Pie de página del blog Patoneando.

En cuanto al análisis de contenido, se realizó una revisión inicial de los contenidos compartidos en el blog, que van desde 2015 hasta junio de 2019, ello con el fin de determinar las entradas que tienen relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente. Las entradas fueron revisadas y se plasmó su información en el formato inicialmente establecido (Tabla 4), donde se definía el nombre de la entrada, la fecha de publicación, si tenía o no relación con el cuidado del medio ambiente y un comentario sobre dicha nota. En este proceso se revisaron un total de 123 entradas, de las cuales 121 abordaban información sobre experiencias visitando lugares, consejos de viaje, datos sobre dichos lugares y otra información no relacionada con el cuidado del medio ambiente, las 2 restantes sí contenían información relacionada con su cuidado, es decir, el 98% de las entradas del blog no abordan la temática relacionada con el cuidado del medio ambiente y solo un 2% lo hace.

Se encontró además que las entradas compartidas no contienen la fecha de publicación, sólo están agrupadas por mes.

La parte del análisis de calidad periodística de estas entradas será presentada más adelante.



Gráfico 4: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Patoneando.

5.2. Análisis de calidad periodística

Como se mencionó anteriormente, se realizó una revisión de 391 entradas o artículos compartidos en los cuatro blogs de viajes analizados, allí se encontró que, de estas, sólo 20 entradas contienen información relacionada con el cuidado del medio ambiente, las restantes se enfocan en narrar a modo experiencial sus vivencias en distintos lugares visitados. Lo que evidencia que hablar de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente no es la prioridad en ellos, esto se refleja en las bajas cifras de contenido relacionado con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

En cuanto al análisis de calidad periodística de estos, se adaptó la ficha con el Método VAP (Valor Agregado Periodístico) en donde se evaluaron 29 variables de acuerdo con un puntaje establecido, los resultados de esta evaluación se presentan a continuación:

Estilo: Con esta variable se buscaba determinar cuál era el tipo de estilo predominante en las entradas que hablaban sobre turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, determinando entre: informativo (aquel que está basado solamente en hechos), interpretativo (el que parte de una interpretación o valoración por parte del autor, pero basado en hechos) y el opinativo, (el que está basado en juicios personales). Se encontró que en las entradas analizadas el estilo predominante es el interpretativo, en el cual se basan 13 de estas entradas, seguido por el informativo con 6 y al opinativo solo 1. Esto permite comprender que, aunque en su mayoría estas entradas provengan de información relacionada con su experiencia en los viajes, se tienen en cuenta los hechos ocurridos e información relevante para contar la historia, imponiéndose su carácter personal.

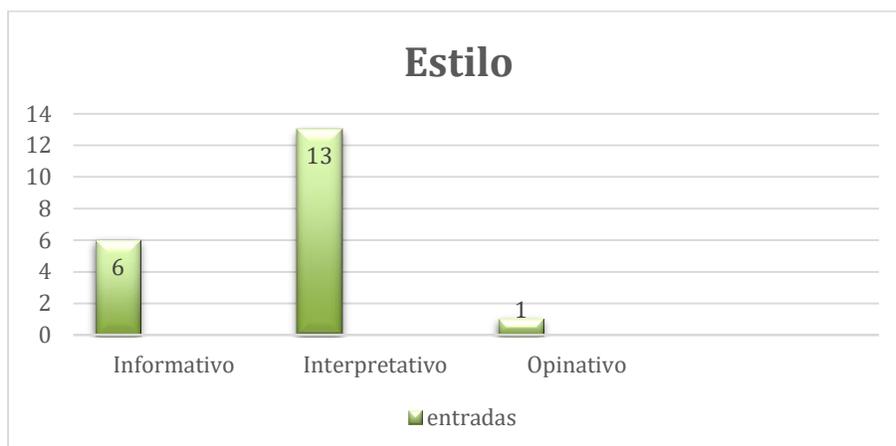


Gráfico 5: Resultados de la variable estilo.

Género: esta variable buscaba identificar cuáles eran los géneros que más presencia tenían en las entradas analizadas. De las 20 entradas evaluadas que tenían relación con el cuidado del medio ambiente, se encontró que el género predominante era la crónica, de la cual había 8, pues se convertían en una forma idónea para contar las experiencias de viajes de una manera creativa y llamativa, seguidamente se encontró el reportaje con 5 entradas, con información más profunda sobre algunos destinos, otro (géneros no especificados en la ficha de análisis) contó con 4 entradas, en las cuales había artículos como guías, consejos, recomendaciones y otra información relacionada con el cuidado del medio ambiente, 2 entradas correspondían al género propuesto como galería fotográfica y sólo 1 entrada se encontraba dentro del género noticia, la cual fue un acontecimiento importante en el momento sobre turismo y paz en Colombia, y en el género editorial y entrevista no se encontró ninguna entrada.

Lo anterior indica que las formas más adoptadas por estos blogueros para compartir su contenido son a través de crónicas en las que detallan sus experiencias y reportajes donde incluyen además datos e información relevante sobre estos lugares o situaciones.

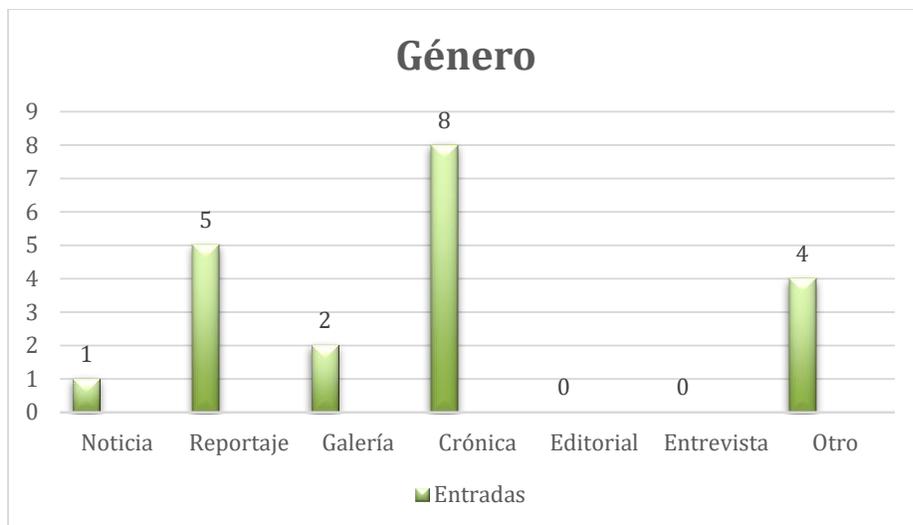


Gráfico 6: Resultados de la variable género.

Tipo de entradas: esta variable buscaba identificar cuál era el tipo de entradas o temáticas que se abordaban sobre el turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente. Se encontró que 16 de las 20 entradas evaluadas estaban relacionadas con experiencias en sus viajes, 3 presentaban otra información relacionada con el cuidado del medio ambiente (escrita en forma de recomendaciones o consejos) y ninguna brindaba Tips de viajes. Se evidencia así que estos blogueros buscan narrar a través de sus blogs aquellas experiencias en sus viajes y por ello lo hacen a manera de diario, donde describen lo vivido.



Gráfico 7: Resultados de la variable tipo de entrada.

Tema: Esta variable buscaba identificar qué temas se abordan en las entradas que contenían información relacionada con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente. Se encontró que el tema predominante en las entradas evaluadas estaba relacionado con actividades de conservación, preservación o investigación, 7 de ellas abordaban este tema, el ítem “otro” que daba la posibilidad de otros temas en las entradas obtuvo 6 relacionadas con agricultura sostenible, observación de aves, decoración con elementos reciclados y otros, así mismo el tema ecosistema contó con 5 entradas en las que abordaban información relacionada con ecoturismo, cuidado medioambiental, entre otros; 2 entradas abordaban el tema de la contaminación.

Con lo anterior se puede notar que los blogueros evaluados tienden a elegir variedad de temas cuando de escribir sobre el cuidado del medio ambiente se trata.

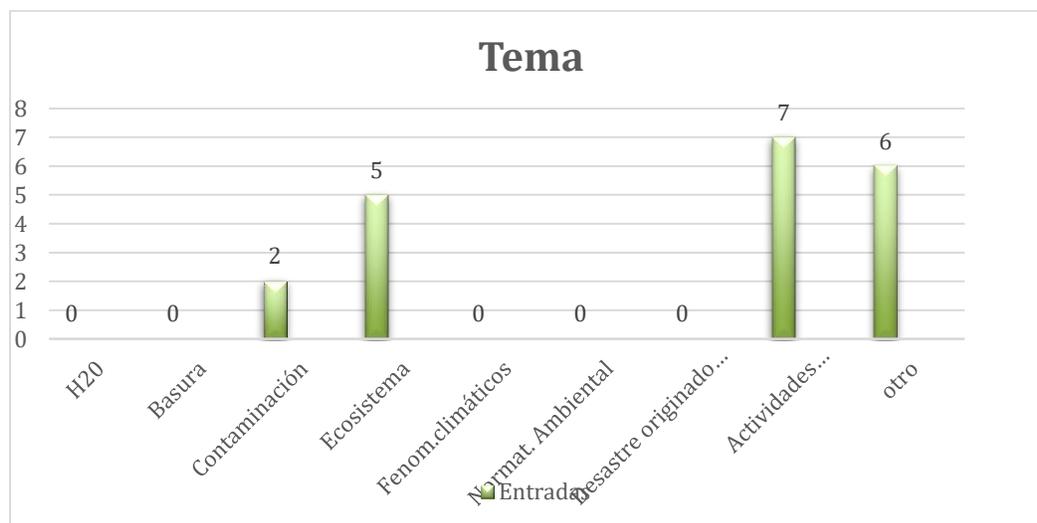


Gráfico 8: Resultados de la variable tema.

Extensión: en esta variable se buscaba identificar la extensión de las entradas que contenían información relacionada con el cuidado del medio ambiente. Se encontró que la mayoría de las entradas tenían más de 800 palabras, esto es, 19 entradas. Solo 1 entrada tenía alrededor de 200

palabras. Con esto se evidencia que las entradas tienden a ser adecuadas en extensión, lo que amplía la posibilidad de ahondar en la información brindada y hacerla más nutrida.

Tipo de información: en esta variable se buscaba identificar el tipo de información en el que basaban los blogueros sus publicaciones. Se establecieron dos categorías de selección: si la información era actual (redactada con un motivo específico de acuerdo a la fecha de lectura) o si por el contrario era atemporal (que no estaba basada en un momento específico, sino que tenía información que podía ser leída en cualquier momento y que podía ser elaborada sin necesidad de una ser la fecha un “día especial”), se encontró que 11 de las entradas que contenían información relacionada con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente era actual, basada en un momento importante y reciente a la fecha de publicación y 9 presentaban información atemporal, pues no estaba relacionada con un momento específico, sino que podía ser elaborado e interpretado en cualquier fecha.



Gráfico 9: Resultados de la variable tipo de información.

Contenido patrocinado: Con esta variable se buscaba identificar si el contenido compartido era patrocinado o no, con el fin de determinar la independencia de la información y valorar si

esta contenía publicidad relacionada con alguna organización o no, ello partiendo de la idea de que hoy muchos medios y en especial blogueros se financian gracias a la publicidad.

De las 20 entradas que estaban relacionadas con el cuidado del medio ambiente, se encontró que ninguna especifica que el contenido es patrocinado, en 12 entradas esta variable es dudosa, o porque dentro de la entrada informan que la experiencia se debe a una invitación de alguna agencia de viajes, aerolínea u operador turístico o porque a lo largo de la entrada mencionan dicho lugar; 8 presentan información con contenido no publicitario. De lo anterior puede inferirse que posiblemente gran parte de las experiencias que estos blogueros comparten en sus blogs puede ser patrocinada o apadrinada por alguna organización en casos donde se menciona en abundancia un lugar y la otra parte se debe a experiencias vividas en sus viajes.



Gráfico 10: Resultados de la variable contenido patrocinado.

Origen de la información: con esta variable se buscaba identificar el origen de la información presentada en cada entrada. Se encontró que 19 de las entradas son iniciativa del medio, excepto 1 en donde la información corresponde a una reproducción de una noticia sobre turismo y paz en Colombia; ello indica el interés y el constante deseo de los autores para compartir información novedosa y atractiva para los lectores.

Relevancia emocional: Con esta variable se buscaba identificar la relevancia emocional o identificación, motivación e interés de los posibles lectores con la entrada. Se encontró que de las 20 entradas evaluadas que guardan relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, 1 tiene relevancia emocional baja, pues su información o estructura no es tan motivadora para leerla, 15 tienen relevancia emocional media, estas motivan más a la lectura o producen una identificación con el texto y 4 tienen relevancia emocional alta, estas sin duda cautivan desde el inicio, e invitan al lector a descubrirlas.

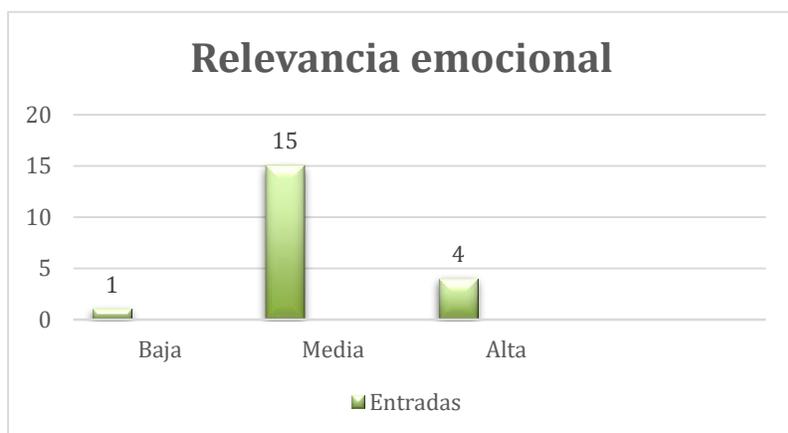


Gráfico 11: Resultados de la variable Relevancia emocional.

Relevancia del hecho/tema: con esta variable se buscaba determinar la relevancia del hecho o tema abordado en cada entrada, esto es, lo importante o trascendental que puede llegar a ser determinado tema. Se encontró que de las 20 entradas analizadas que contenían relación con el cuidado del medio ambiente, ninguna presenta una relevancia de hecho/tema baja, 15 presentan una relevancia media, los temas abordados son interesantes, cautivan al lector, pero también tienen una importancia social y 5 presentan una relevancia alta, al ser hechos o temas que vale que las personas conozcan.

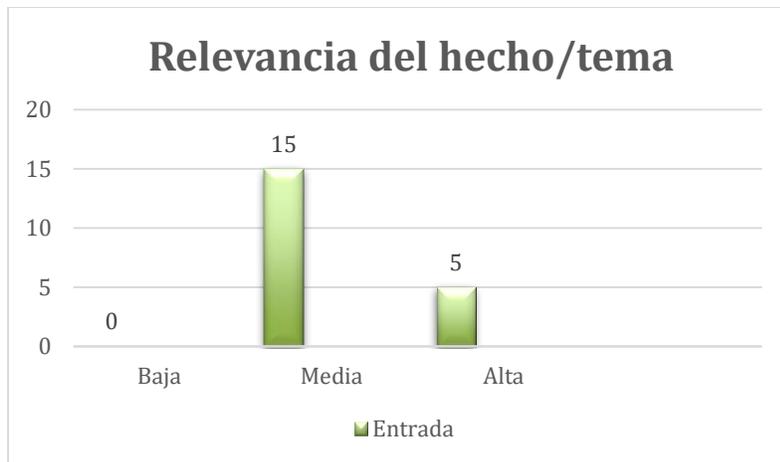


Gráfico 12: Resultados de la variable del hecho/tema.

Número de fuentes: esta variable buscaba determinar el número presente de fuentes en cada una de las 20 entradas analizadas que tenían relación con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, ello con el fin de analizar la parcialidad de la información. Se encontró que, de las 20 entradas analizadas, 3 no mencionan fuentes, en estas los autores asumen como garantes de la información, 12 presentan el uso de una fuente, 4 tienen 2 fuentes y 1 presenta 3 o más fuentes. Con esto se puede inferir quizá que por el hecho de ser un blog de viajes el uso de fuentes no es muy común, generalmente porque es usado para compartir sus relatos de viaje en primera persona, similar a como lo hacían los primeros cronistas, quienes iban narrando lo que les ocurría durante sus aventuras.



Gráfico 13: Resultados de la variable número de fuentes.

Tipo de fuentes: en esta variable se buscaba determinar la calidad o autoridad de las fuentes presentes, para determinar la forma en la se abordaba la información. Se encontró que de las 20 entradas analizadas 4 son fuentes no identificadas, sea porque el autor asume la información desde su vivencia o porque no está muy clara la presentación de la fuente, 16 son fuentes testimoniales u oficiales (aquí se encuentran documentos o declaraciones y testimonios de personas que intervienen en la información presentada), de nivel experto no hay fuentes, ni hay entradas que no las tenga, se asumió al menos que en aquellas que no estaban identificadas, el autor asume como garante de dicha información.



Gráfico 14: Resultados variable tipo de fuentes.

Equilibrio (Equidad informativa): en esta variable se pretendía conocer el equilibrio o equidad informativa presente en las entradas analizadas, esto con el fin de ver si existía un contraste de fuentes entre quienes intervienen en la información. Se encontró que, de las 20 entradas analizadas, 17 cuentan con la presencia de una parte de la información, siempre los protagonistas (los autores o algún otro personaje) y los 3 restantes no tienen presencia de ninguna de las partes. Esto se debe probablemente al formato y tipo de información, puesto que estas figuras generalmente se encuentran en formatos más informativos como reportajes o noticias, en este caso, las entradas que son reportajes sólo cuentan con la presencia de uno de ellos.



Gráfico 15: Resultados variable equilibrio informativo.

Antecedentes del hecho: en esta variable se pretendía evaluar los antecedentes de la información presentada en las 20 entradas evaluadas, ello con el fin de determinar si se había

presentado información con anterioridad sobre este hecho o lugar. Se encontró que 17 de las entradas analizadas mencionan el contexto histórico, geográfico o científico, en su mayoría al contexto geográfico sobre el cual se desarrolla la información, 3 mencionan antecedentes sobre el hecho (información previa) y ninguno no los menciona o menciona los 3, los antecedentes históricos, geográficos y científicos, muy posiblemente porque al ser blogs de viajes la información presentada solo está intencionada en hablar sobre los viajes realizados.

Algo similar a lo que enuncia González Otero (2016) cuando habla sobre la estructura narrativa de la literatura de viajes en América Latina

El viaje, y sus diversas coyunturas sociales, donde viajeros y locales se entrecruzan en un movimiento interactivo y constructivo, resulta necesario integrarlo como un ente posibilitador de significados a la hora de pensar y estudiar nuestro continente, donde muchos de los procesos sociales e históricos se han debatido entre desplazamientos internos y migraciones.

Ha sido a través del viaje que se han establecido muchos de los motivos de nuestras narrativas, en un intento de describir realidades tan complejas como abusadas, donde la estabilidad ha sido escasa y el movimiento sigue imperando como un denominador común de la vida latinoamericana. (p.69).

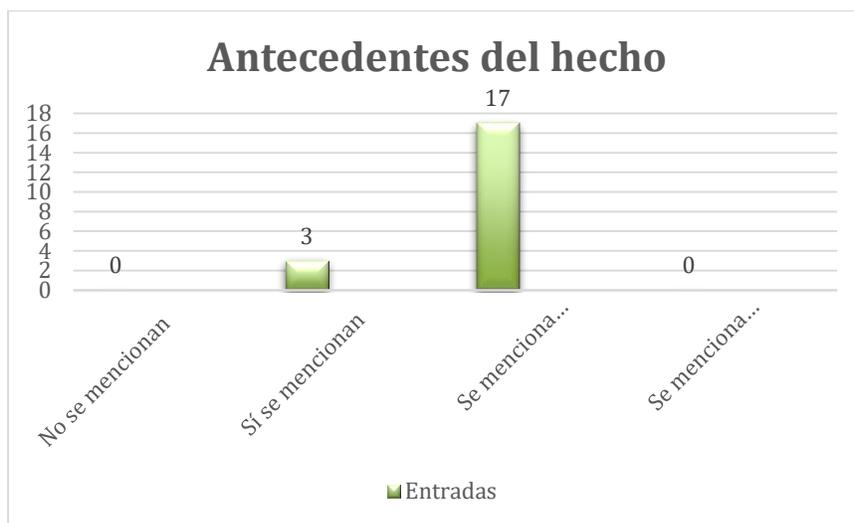


Gráfico 16: Resultados de variable antecedentes del hecho/tema.

Claridad de la información: en esta variable se pretendía analizar la claridad de la información presentada en cada una de las 20 entradas analizadas que contenían relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente. De las categorías determinadas en esta variable se encontró que las 20 entradas analizadas se comprenden perfectamente.

Consecuencias de la información: esta variable buscaba determinar si las entradas analizadas presentaban las consecuencias de la información presentada, es decir, las implicaciones o soluciones sobre dicho tema presentado. Se encontró que 16 de las entradas no mencionan las consecuencias y solo 4 lo hacen, esto debido posiblemente a que la mayoría de las entradas compartidas son relatos experienciales.



Gráfico 17: Resultados de la variable consecuencias de la información.

Seguimiento periodístico: esta variable buscaba determinar la forma en la que los autores realizaban algún seguimiento a la información presentada. Se plantearon 2 opciones de respuesta que daban la posibilidad de descubrir si había o no un seguimiento periodístico en la información y se encontró que no, que de las 20 entradas compartidas toda la información es esporádica.

Estructura narrativa: en esta entrada se buscaba determinar la estructura narrativa de las entradas analizadas, ello con el propósito de determinar la forma en la que los distintos blogueros narran la información. De los dos criterios de evaluación establecidos en esta variable, se encontró que todas las entradas presentan una estructura clara sea, en Pirámide invertida, cronológica o mixta u otra.

Corrección ortográfica/gramatical: con esta variable se buscaba determinar el nivel de corrección ortográfica/gramatical de cada una de las entradas, con el objetivo de analizar la cantidad de errores presentes en ellas. Se establecieron 3 categorías para la evaluación de esta variable y se encontró que existe un nivel alto de corrección con 18 entradas, solo 2 están en un nivel medio, que aun así establece una muy buena revisión por parte de los autores.

Lo anterior quizá como evidencia de lo que plantea Martínez Albertos (2005) citando a Cassany (1987) sobre la importancia de adquirir conocimientos durante la formación académica en el área de las comunicaciones y el periodismo centradas en la ortografía y la gramática.

Esa formación tiene que estar dirigida a alcanzar los siguientes objetivos: a) adquisición del código escrito en el campo de la sintaxis oracional; b) manejo reflexivo de los correctores y enlaces que permiten la cohesión entre las diferentes frases: puntuación, conjunciones, pronombres, etc.; c) conocimiento y dominio de las estructuras de cada frase, por la acertada adecuación de las variantes modales permisibles: dialecto o habla estándar, registro general o específico, oral o escrito, objetivo o subjetivo, formal o informal; d) coherencia de las ideas desarrolladas en el texto, concebido este de forma global y donde esté presente toda la información relevante de modo ordenado (introducción, apartados, conclusiones...) (p.6).

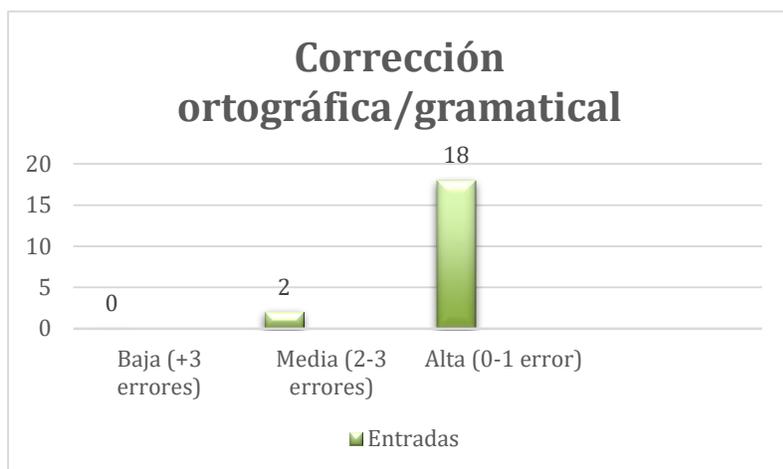


Gráfico 18: Resultados variable corrección ortográfica/gramatical.

Núcleo de la información: con esta variable se buscaba determinar de dónde, a raíz de qué o cuál era la motivación de los autores para escribir una entrada, se propusieron 3 categorías para la evaluación de esta variable y se encontró que la mayoría, esto es, 11 entradas están basadas en experiencias, situaciones o información que han conocido de primera mano, 9 de ellas son producto de hechos vividos o comprobados y aunque en ambos presenten una interpretación personal, no están basadas en opiniones sin fundamento.



Gráfico 19: Resultados variable núcleo de la información.

Datos comprobables: esta variable buscaba determinar el nivel de profundidad de las 20 entradas a evaluar, ello teniendo en cuenta aquellos datos que podrán ser comprobados. Se encontró que en 17 entradas la mayoría de los datos podrían ser comprobables, en 1 se encontró que todos los datos podían ser comprobados y en 2 que pocos datos se podían comprobar; en ninguna entrada hubo datos que no se pudieran comprobar.



Gráfico 20: Resultados variable datos comprobables.

Autor: esta variable buscaba determinar el nivel académico de los autores de los blogs y con ello comprender la calidad de la información presentada. De las 20 entradas que contenían información relacionada con un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, se encontró que 4 de ellas fueron escritas por periodistas de profesión; 2 en el blog de Diana Traveler y 2 en el blog de Vieja que viaja, 14 de estas 20 entradas fueron escritas en El blog de viajes de Juan Uribe, escritas por él mismo, que aunque no es periodista de formación, sí tiene más de 14 años ejerciendo el periodismo de viajes; las otras 2 fueron escritas en el blog Patoneando, su autora no tiene formación en el periodismo, pero ha escrito para varios medios.

Hipervínculos: con esta variable se buscaba determinar la capacidad de los autores de introducir en las entradas información complementaria a través del uso adecuado de hipervínculos. Se encontró que en la mayoría de las 20 entradas analizadas el uso de hipervínculos es bajo, no cuentan o no están identificados, 11 de ellos presentaron esta tendencia, en 7 el uso es medio (solo cuentan con hipervínculos internos o externos) y solo en 2 es correcto (tanto internos como externos). Ello evidencia que no es muy común utilizar este tipo de herramientas en estos blogs, quizá porque gran parte de la información es basada en experiencias de viajes y no requieren agregar información complementaria más que lo expresado en los textos.

Sin embargo, de acuerdo con Campalans Moncada (2015) citando a Orihuela (2011) el uso de estos en la información digital es importante:

Los enlaces de hipertexto no solo establecen una cierta arquitectura de la información; su función más importante sería la de definir contextos y contrastes documentales y semánticos. Aunque la contextualización siempre ha sido un componente del relato periodístico, la diferencia actual radica en la posibilidad de especializar los recursos de contextualización, a partir de los lenguajes específicos empleados en cada una de las plataformas que se usan para expandir el relato. Otra especificidad actual es la posibilidad abierta para el usuario de elegir la ruta de navegación y, por ende, de decidir el nivel de profundización de la información de contexto al que se quiere acceder. (p.5).

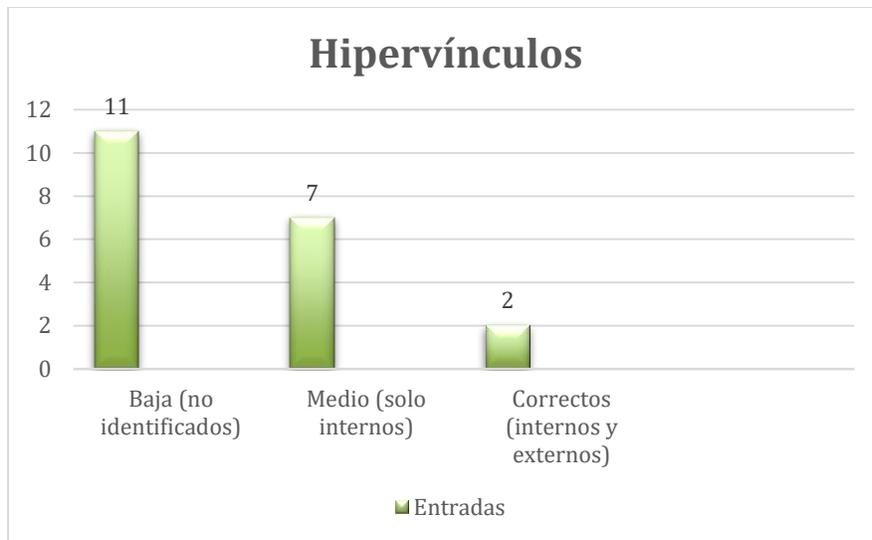


Gráfico 21: Resultados variable hipervínculos.

Comentarios: con esta variable se buscaba evaluar la capacidad de interacción en cada una de las entradas analizadas, admitiendo o no comentarios. Se encontró que todas las 20 entradas admiten comentarios, sin embargo, Solo 4 de estas entradas tenían comentarios.

Redes sociales: se buscaba analizar con esta variable la capacidad de que las entradas pudiesen ser compartidas en redes sociales, se encontró que las 20 entradas analizadas se podían compartir, ello facilita un mayor alcance de la información y así como lo afirma Niqui (2011), es pertinente adoptar nuevos modelos comunicativos

los medios digitales tienen que desarrollar nuevos modelos comunicativos aplicados a las redes sociales y tener en cuenta que estos son canales que pueden servir para informar de sus contenidos, mantener o aumentar su mercado, ser un medio de retroalimentación con sus consumidores y conseguir mejorar su reputación social. (p.138).

Uso de fotografías: con esta variable se buscaba analizar el uso adecuado de las fotografías en cada una de las entradas evaluadas. Se encontró que en todas las entradas había un uso adecuado de las fotografías que reforzaban y le daban un aspecto más agradable a la información presentada.

En este tipo de blogs las fotografías juegan un papel importante, ya que, al tratarse de blogs de viajes, experiencias y lugares, estas ayudan a recrear en la imaginación de los lectores dichas experiencias. Las entradas evaluadas contenían en promedio 6 fotografías.

Uso de videos: en esta variable se buscaba analizar el uso de videos como complemento informativo en cada una de las entradas evaluadas. Se encontró que 16 de las 20 entradas que tenían información relacionada con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente no tenían videos, 2 sí tenían, pero de escasa calidad y otros 2 tenían y de buena calidad. con esto se puede evidenciar que, aunque el uso de videos en las demás entradas de los blogs sea frecuente puesto que la mayoría de estos blogueros tienen canal de YouTube donde comparten sus experiencias de viajes, en las entradas que hablan del cuidado del medio ambiente, no es tan frecuente.



Gráfico 22: Resultados variable uso de videos.

Uso de infografías: en esta variable se buscaba identificar el uso de infografías en las entradas evaluadas, con el propósito de determinar si existían como complemento informativo. Se encontró que en las 20 entradas evaluadas ninguna usa infografías. Esto quizá porque se han considerado como elementos más informativos y para formatos como reportajes.

Sin embargo, su uso en estas sería pertinente, ya que

La infografía digital tiene una fuerte componente estética que seduce y capta la atención de los intérpretes, incluso aquellos que tienen importantes deficiencias para la comunicación visual. Las presentaciones seductoras, fácilmente asimilables y originales de las diversas propuestas concretas, imágenes, metáforas visuales, textos, color, etc. animan a la entrada en los diversos contenidos de forma fácil, pese a que los contenidos no interesen apenas y el resultado sea un aumento de sus conocimientos en prácticamente todos los casos presentados. (Valero Sancho , 2010, pág. 481).

Fecha de publicación y/o actualización: en esta variable se buscaba determinar si en las entradas evaluadas estaba presente la fecha de publicación y/o actualización. Se encontró que 18 de las entradas tienen la fecha de publicación y solo 2 no la muestra, esto en el caso de “Patoneando” donde ninguna de las entradas presenta esta, solo están organizadas por mes, pero es imposible conocer la fecha exacta de la publicación.

5.3. Resultados de encuestas:

Por otra parte, con el ánimo de contrastar la información obtenida con la percepción de los autores, se procedió a la realización de un formato de encuesta para ser respondido por cada uno de los blogueros, ello con el fin de conocer un poco de su percepción sobre la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente a través de la información compartida

en sus blogs. Se realizó el contacto con ellos a través de redes sociales, pero solo se obtuvo una respuesta, la de Juan Uribe, editor de El blog de Viajes de Juan Uribe.

La encuesta contenía 13 preguntas abiertas y de selección que buscaban indagar sobre su formación académica y sobre la calidad de los contenidos compartidos, así como su percepción sobre la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente.

Las respuestas obtenidas se comparten a continuación con el consentimiento de Juan Uribe:

Preguntas	Respuestas
1. Nombre	Juan Uribe
2. Medio para el que trabaja (Nombre del blog en el que escribe)	www.juanuribeviajes.com
3. Formación académica (carrera cursada)	Administración de empresas
4. ¿Cuenta con algún posgrado? en tal caso decir ¿cuál?	No
5. Años de experiencia en el periodismo de viajes	14
6. ¿Qué tipo de contenidos suele compartir en su blog?	Experiencias en destinos nacionales, historias de hoteles, experiencias en destinos internacionales
7. ¿Cómo considera la calidad de redacción y narrativa de su blog?	Adecuada
8. ¿Emplea citas o tiene en cuenta fuentes para la realización de su contenido?	En su mayoría
9. ¿Cómo considera que es la diversidad de temas en sus publicaciones?	Suficiente
10. Entre la emotividad y lo informativo, ¿cuál considera que predomina en sus publicaciones?	Mezcla emotividad e información

<p>11. ¿Promueve un tipo de turismo consciente del cuidado del medio ambiente en sus publicaciones?</p>	<p>En algunas ocasiones</p>
<p>12. ¿Considera importante promover un turismo que cuide el medio ambiente por medio de sus publicaciones?</p>	<p>Sí, pero no es su prioridad</p>
<p>13. Desde su experiencia, ¿cómo cree que se puede fomentar un turismo más consciente, más respetuoso con el medio ambiente a través de los medios digitales?</p>	<p>Los medios digitales son fundamentales para comunicar cualquier mensaje, y el turismo es un sector especialmente susceptible de ser impactado por ellos. La gente compra cada vez más sus viajes por sus dispositivos móviles y son estos aparatos los que se deben tener en cuenta para difundir mensajes adecuados respecto del cuidado del medio ambiente.</p> <p>Es importante enseñarles a los colombianos a viajar, porque la idea que se tiene en el país de irse de vacaciones suele no tener en cuenta el cuidado del medio ambiente. Los turistas en Colombia, en su mayoría, buscan descansar en hoteles de estilo 'todo incluido' y no se interesan por conocer la cultura de los destinos donde están esos hoteles. Solamente quieren sacarle provecho al dinero que han pagado y no les importa saber de dónde viene la comida que están consumiendo o quién la produjo; cuál es el origen de los souvenirs que compran; cuánto empleo local produce el hotel en el que se están alojando, etc.</p> <p>Basta ir a San Andrés para comprobar el daño tan grande que el turismo descontrolado le ha hecho a la isla. La comida que se consume en varios hoteles la traen en aviones desde el continente y hay demasiadas personas recorriendo la isla que no dejan su dinero en empresas locales, lo que impide que los ciudadanos de San Andrés se beneficien. Los turistas llegan, dejan la basura, destruyen el medio ambiente y se marchan</p>

En Colombia y en el mundo se promueve en exceso el consumismo y los viajes se han convertido en un producto más, como los automóviles o los celulares. Viajar es ahora motivo de envidia y muchas personas vuelan y visitan destinos en el extranjero para poder alardear de ello entre sus conocidos. Este comportamiento desvirtúa el hecho de viajar.

Pienso que lo más importante es ser consciente de proteger la cultura del lugar al que se viaja y, como consecuencia, se cuidará el medio ambiente. En todo caso sé que en el mundo estamos en un momento clave en relación con el cambio climático y que las próximas generaciones sufrirán aún más que nosotros las consecuencias.

Es triste que incluso en destinos alejados de las rutas turísticas tradicionales, como San Vicente del Caguán, se vean montañas de basura cerca de varias cascadas; que en balnearios como Melgar se bote tanto plástico y que las entidades encargadas del turismo tanto local como nacional no promuevan el uso de materiales reciclables.

Por supuesto hace falta que el Estado se haga cargo de hacer campañas efectivas que conduzcan a que entre todos los colombianos protejamos el medio ambiente. No quiero decir que simplemente se hagan comerciales invitando a las personas a reciclar, sino que se tomen medidas que de verdad contribuyan con el objetivo de cuidar el medio ambiente.

Propongo que, para empezar, nos hagamos preguntas. ¿De qué sirve que el gobierno diga que Colombia es una potencia mundial en turismo de naturaleza si permite el fracking? ¿Para qué hablamos de atraer a los extranjeros con el fin de que aprecian nuestras riquezas naturales si no se respetan las decisiones de los municipios en el sentido de prohibir la minería? ¿Por qué no hay castigo para las

	<p>empresas que contaminan son sus vertimientos los ríos? ¿Por qué a los sistemas de transporte público se les permite emitir grandes cantidades de CO2 a la atmósfera? ¿Por qué no hay incentivos estatales para que se implementen soluciones económicas de energía solar?</p> <p>Otro asunto sobre el que no se ha hecho nada está íntimamente ligado a la destrucción del medio ambiente, y es mucho peor que la contaminación causada por la aviación comercial en el mundo: el consumo de carne. Es necesario que las personas se den cuenta de lo que significaría el hecho de reducir su consumo de carne. Haciendo esto podrían ahorrar mucha más agua que dejando de bañarse. Al respecto abunda información.</p>
--	---

Tabla 5: Respuesta de encuesta El blog de viajes de Juan Uribe.

Gracias a la información obtenida se pudo contrastar que por parte de este bloguero existe una preocupación por promover un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, que la calidad de los contenidos compartidos es adecuada y que, aunque gran parte de las entradas de su blog no hablen sobre el cuidado del medio ambiente una parte sí lo hace y en mayor parte que los demás blogs analizados. De su blog se revisaron 120 entradas y 14 tenían relación con el cuidado del medio ambiente, mientras que de los otros 3 blogs analizados cada uno tenía 2 entradas que abordaban este tipo de información.

6. Conclusiones

En este capítulo se presentan las conclusiones obtenidas a raíz de la investigación, que buscaba realizar un análisis de contenido de diversos blogs de viajes y su relación con el fomento de una actividad turística comprometida con el cuidado del medio ambiente.

Como se mencionó en el capítulo anterior se realizó una revisión de cuatro blogs de viajes, a través de una metodología que permitió la selección y revisión de los contenidos compartidos. Se revisaron un total de 391 entradas compartidas en los cuatro blogs y se encontró que sólo 20 de ellas tenían relación con la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, tras lo que se puede concluir que:

- La mayoría de la información que comparten los blogueros de viajes corresponde a hechos o relatos sobre sus experiencias de viaje en distintos lugares tanto en Colombia como alrededor del mundo.
- Estos relatos en su mayoría son escritos a modo de diario en el que expresan la experiencia en los distintos lugares que visitan.
- La información turística proporcionada por algunos blogueros de viajes colombianos a través de sus blogs es débil en la promoción de un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, son pocos los contenidos que hablan del impacto del turismo en este, al parecer no es su prioridad compartir información relacionada con el tema.
- El periodismo de viajes o periodismo turístico y sus diversas fuentes de información puede ser un aliado para la conservación del medio ambiente.

Los medios de comunicación deben jugar un papel importante en la educación ambiental tal como lo afirma (Cervantes Loredo, 2015)

Urge esta educación ambiental que forme ciudadanía planetaria; pero, ante los riesgos ambientales actuales y en el contexto de la era de la información, no es suficiente hacer cambios en el currículum escolar y trabajar solo en la modalidad de educación formal. Es necesario masificar el acceso a la información y a la educación ambiental a través de los medios de comunicación. (p.19).

- Se hace necesario la adopción de estrategias que ayuden a promover una conciencia ambiental en las personas que viajan, puesto que como se mencionó en el planteamiento del problema, el turismo es una de las acciones que más contaminan y daño medioambiental puede ocasionar si no se realiza de una manera responsable.

En cuanto a la calidad de los contenidos compartidos que hablan sobre el turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente, se puede concluir:

- Es evidente el estilo de cada autor, se nota en la forma de redactar y presentar los contenidos.
- A modos generales la calidad periodística es adecuada, sin embargo, se hace necesario reforzar elementos que ayuden a los lectores a comprender más la información obtenida, esto utilizando fuentes y datos que permitan un equilibrio y que ayuden a su comprensión. Apoyarse en los avances teóricos y metodológicos en periodismo científico podría aportar para llevar a cabo estos propósitos de manera más estratégica.
- La relevancia de la información compartida es media, esto indica que es información que cautiva a los lectores pero que se puede reforzar brindando información sobre temas de actualidad o hechos relevantes y no solo experiencias de viajes.

- Se hace necesario adoptar elementos que mejoren la experiencia en el entorno digital, esto agregando vídeos, infografías o hipervínculos a las entradas, que complementen la información y que brinden una experiencia más completa a los lectores, ya que al ser medios digitales cuentan con una variadas herramientas, tal como lo afirman (Fondevila Gascón, y otros, 2016)

los diarios y las publicaciones digitales cuentan con una multiplicidad de recursos multimedia: texto, fotografía, vídeo, audio e infografía. El vídeo, el audio y la infografía son los principales factores diferenciales entre periodismo en papel y digital, ya que otorgan al lector el acceso a una serie de recursos imposibles para el papel, más allá de la remisión del lector a las dos versiones en los casos en los que el medio de comunicación cuenta con ambas. (p.10).

- La metodología empleada en el desarrollo de la investigación fue bastante útil, ya que facilitó la recolección y análisis de la información de una manera sencilla y completa que permitió dar cumplimiento a los objetivos planteados.
- Es necesario desarrollar más investigaciones relacionadas con el periodismo de viajes y el cuidado del medio ambiente, preguntarse por el rol del periodismo y la comunicación en este momento crucial para el planeta.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, D. (12 de junio de 2019). *El Tiempo.com*. Recuperado el 26 de junio de 2019, de El Tiempo.com: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/contaminacion-por-el-turismo-en-playa-blanca-de-laguna-de-tota-374336>
- Belenguer, M. (2002). *Periodismo de viajes: Análisis de una especialización periodística*. Comunicación Social, Editores y Publicaciones.
- Belenguer, M. (2016). *Periodismo de viajes*. Recuperado el 27 de septiembre de 2018, de <https://www.periodismodeviajes.org/objetivos/>
- Campalans Moncada, C. (2015). Enlazar la memoria: la hipertextualidad en el periodismo digital histórico. *Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*.
- Ceballos Lascurain, H. (1992). *Tourism, ecotourism and protected áreas: national parks and protected áreas. IV Congreso sobre Parques Nacionales y Zonas Protegidas*. Caracas.
- Cervantes Loredó, M. T. (2015). *Ciencia UANL*. Obtenido de <http://cienciauanl.uanl.mx/?p=4439>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Interamericana Editores.
- de Fontcuberta, M. (1999). *Cuadernos de información*. Recuperado de <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/197/783>
- de Pelekaiz, C. (2000). *ResearchGate*. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/275651756_Metodos_cuantitativos_y_cualitativos_diferencias_y_tendencias_Qualitative_and_Quantitative_Methods_Diferences_and_Tendencies
- diariolibre.com. (2 de agosto de 2008). *Diariolibre.com*. Recuperado de <https://www.diariolibre.com/opinion/lecturas/los-primeros-cronistas-AXDL27277>
- Escríbano, D. (11 de noviembre de 2017). *Skyscanner*. Recuperado de <https://www.skyscanner.es/noticias/inspiracion/15-grandes-viajeros-y-exploradores-que-te-inspiraran-a-viajar>
- Fernández Parratt, S. (15 de noviembre de 2016). *Verdes Digitales*. Recuperado el 2018 de septiembre de 25, de <https://verdesdigitales.com/2016/11/15/periodismo-ambiental-i-conceptos-y-campos-en-los-que-trabaja/>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc et al. Imagen y comunicación: el peso de la fotografía en el periodismo digital internacional / Image and Communication: the Weight of Photography in International Digital Journalism. **Revista Internacional de Cultura Visual**, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 9-17, apr. 2016. ISSN 2530-4666. Disponible en: <https://journals.epistemopolis.org/index.php/imagen/article/view/489>.
- Galván Becerra, C., & Arias Pineda, K. (2014). Tratamiento informativo del tema medioambiental en los periódicos: El colombiano, El Espectador y El tiempo, mediante análisis de contenido.
- García Marín, J. (2018). *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red*. Madrid. Recuperado el 18 de septiembre de 2018

- González Otero, A. (julio-diciembre de 2016). Definiciones y aproximaciones teóricas al género de la literatura de viajes. *La Palabra*, (29), 65-78. doi: <http://dx.doi.org/10.19053/01218530.n29.2016.5701>
- Holsti, O. (1961). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. (Addison-Wesley, Ed.)
- IAB. (2016). *IABSPAIN*. Recuperado de <https://iabspain.es/wp-content/uploads/GUIA-BRANDED-CONTENT-IAB-1.pdf>
- Iniciativa Carta de la Tierra. (marzo de 2000). La Carta de la Tierra. *La Carta de la Tierra*. Recuperado el 24 de abril de 2019, de <http://cartadelatierra.org/descubra/la-carta-de-la-tierra/>
- Ledhesma, M. (2016). *Periodismo Turístico muchos principios y algunos finales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 16 de septiembre de 2018
- López Noguero, F. (enero de 2002). *ResearchGate*. Recuperado el 10 de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/277991711_El_analisis_de_contenido_como_metodo_de_investigacion
- López Roldán, P., & Eachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona.
- Marín Mejía, K. (abril de 2007). Equilibrio informativo en los medios de Comunicación Social: ¿una utopía? República Bolivariana de Venezuela. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de http://www.revistalatinacs.org/2008/alma02/95metodo_Klibis.pdf
- Martínez Albertos, José Luis (2005). La responsabilidad de los comunicadores en el lenguaje de los medios: la corrección académica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 11 de agosto de 2019, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200532martinezalbertos.htm>
- Memoria chilena. (2018). *Memoria Chilena, Biblioteca Nacional Digital de Chile*. Recuperado de <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-printer-349544.html>
- Niqui, C. (2011). *La comunicación es vida. Reflexiones eclécticas sobre TICS y contenidos audiovisuales*. Barcelona: UOC.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (1993). *tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*.
- Pontificia Universidad Católica de Chile. (s.f.). *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Recuperado el 24 de 09 de 2018, de <http://comunicaciones.uc.cl/proyectos-de-investigacion/valor-agregado-periodistico-vap-uc/>
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. España: EUNSA:Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
- Sandoval, S. (2015). Aporte de los blogs en el turismo responsable. Experiencia del Blog "Viajero responsable".
- Tendencias 21. (9 de mayo de 2018). El turismo ya es una de las industrias más contaminantes. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de https://www.tendencias21.net/El-turismo-ya-es-una-de-las-industrias-mas-contaminantes_a44533.html
- Valero Sancho, J. (2010). La comunicación de contenidos en la infografía digital. *La comunicación de contenidos en la infografía digital*.

Elementos gráficos

Tablas

Tabla 1: Blogs seleccionados para el análisis de contenido y calidad periodística.....	29
Tabla 2: Adaptación de la ficha Indicadores de calidad basados en el Método VAP/ Josefa García Marín.	33
Tabla 3: Adaptación de la ficha VAP, con componentes medioambientales.....	46
Tabla 4: Formato para identificar cada una de las entradas presentes en cada blog.	51
Tabla 5: Respuesta de encuesta El blog de viajes de Juan Uribe.....	86

Ilustraciones

Ilustración 1:Apariencia del Blog DianaTraveler.	50
Ilustración 2: Formato en Excel de la ficha VAP, para el análisis de contenido.	52
Ilustración 3: Apariencia del blog Vieja que viaja.....	53
Ilustración 4: Apariencia de la parte lateral del blog Vieja que viaja.	55
Ilustración 5: Pie de página del blog Vieja que viaja.....	56
Ilustración 7: Apariencia de El blog de viajes de Juan Uribe.	58
Ilustración 6: Apariencia de El blog de viajes de Juan Uribe 2.	58
Ilustración 8: Apariencia del blog Patoneando.	60
Ilustración 9: Apariencia de la parte lateral del blog Patoneando.....	62
Ilustración 10: Pie de página del blog Patoneando.	62

Gráficos

Gráfico 1: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Diana Traveler.	53
Gráfico 2: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Vieja que viaja.	56
Gráfico 3: Presencia de contenidos generales y medioambientales en El blog de viajes de Juan Uribe. ...	59
Gráfico 4: Presencia de contenidos generales y medioambientales en el blog Patoneando.....	63
Gráfico 5: Resultados de la variable estilo.....	65
Gráfico 6: Resultados de la variable género.	66
Gráfico 7: Resultados de la variable tipo de entrada.....	66
Gráfico 8: Resultados de la variable tema.	67
Gráfico 9: Resultados de la variable tipo de información.....	68
Gráfico 10: Resultados de la variable contenido patrocinado.....	69
Gráfico 11: Resultados de la variable Relevancia emocional.	70
Gráfico 12: Resultados de la variable del hecho/tema.	71
Gráfico 13: Resultados de la variable número de fuentes.....	72
Gráfico 14: Resultados variable tipo de fuentes.	73
Gráfico 15: Resultados variable equilibrio informativo.....	73
Gráfico 16: Resultados de variable antecedentes del hecho/tema.....	74
Gráfico 17: Resultados de la variable consecuencias de la información.	75
Gráfico 18: Resultados variable corrección ortográfica/gramatical.....	77
Gráfico 19: Resultados variable núcleo de la información.....	77

Gráfico 20: Resultados variable datos comprobables.	78
Gráfico 21: Resultados variable hipervínculos.	80
Gráfico 22: Resultados variable uso de videos.	81

Anexos:

Se presentan a continuación algunos ejemplos de los instrumentos establecidos para la recolección de la información.

1. Formato Método VAP (Valor Agregado periodístico)

	MEDIO: Blog de viajes	
Nombre de la nota: ¿Cuánto contaminamos viajando?		
Link: https://www.dianatraveler.com/blog/cu%C3%A1nto-contaminamos-viajando		
VARIABLES DEL ESTUDIO		PUNTUACIÓN
1. ESTILO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Informativo		
Interpretativo		X
Opinativo		
2. GÉNERO		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Noticia		
Reportaje		
Galería gráfica		
Crónica		
Editorial		
Entrevista		
Otro		X Consejos de viajes
3. TIPO DE ENTRADA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Recomendaciones de viajes medioambientales		

Experiencia de viajes		
Tips de viajes		
Relacionado con el tema ambiental		X
4.TEMA		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
H2O		
Basura		
Contaminación		X
Ecosistema		
Fenom. climáticos		
Normat. ambiental		
Desastre originado		
por la cultura		
Actividades conservación, preservación investigación		
Otro		
5. EXTENSIÓN		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Menos de 200 palabras		
Entre 200-500 palabras		
Entre 500-800 palabras		
800 o más palabras		X
6.TIPO DE INFORMACIÓN		NO SE PUNTÚA/SE CONTABILIZA
Atemporal		

Actual		X
7. CONTENIDO PATROCINADO		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Sí		
Dudosos		
No publicitario		3
8. ORIGEN DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Reproducción/ Reelaboración		
Origen indefinido		
Iniciativa del medio		3
9. RELEVANCIA EMOCIONAL		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja		
Media		
Alta		3
10. RELEVANCIA DEL HECHO/ TEMA		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja		
Media		
Alta		3
11. NÚMERO DE FUENTES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No menciona		
1 fuente		1

2 fuentes		
3 o más fuentes		
12. TIPO DE FUENTES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No cuenta con fuentes		
Fuentes no identificadas		
Testimoniales u oficiales		2
Nivel experto		
13. EQUILIBRIO (EQUIDAD INFORMATIVA)		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
Sin presencia de protagonista, antagonista		
Solo uno de ellos		1
Presencia de ambos (Protagonista, antagonista)		
Presencia de un tercero		
14. ANTECEDENTES DEL HECHO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
No se mencionan		
Sí se mencionan		1
Se menciona contexto histórico/geográfico/científico		
Se menciona contexto histórico, geográfico y científico		
15. CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3

No se comprende		
Se comprende parcialmente		
Se comprende en su mayoría		
Se comprende perfectamente		3
16. CONSECUENCIAS DE LA NOTICIA		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No se mencionan		
Sí se mencionan		1
17. SEGUIMIENTO PERIODÍSTICO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
Esporádica		0
Tiene continuidad		
18. ESTRUCTURA NARRATIVA		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No hay una estructura clara		
Pirámide invertida, cronológica o mixta		1
19. CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA/ GRAMATICAL		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja (+3 errores)		
Media (2-3 errores)		
Alta (0-1 error)		3
20. NÚCLEO DE LA INFORMACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3

Especulativo (basado en opiniones)		
Fáctico (basado en experiencias)		
Fáctico (basado en hechos)		3
21. DATOS COMPROBABLES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 3
Ninguno		
Pocos		
La mayoría		2
Todos		
22. AUTOR		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
No identificado		
Redactor		
Periodista/Especializado/experto		3
23. HIPERVÍNCULOS		SE PUNTÚA ENTRE 1 Y 3
Baja (no identificados)		
Medio (solo internos)		
Correctos (internos y externos)		3
24. ADMITE COMENTARIOS		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		1
Número de comentarios	#0	

25. SE PUEDE COMPARTIR EN REDES SOCIALES		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		1
26. FOTOGRAFÍAS ADECUADO AL TEMA EN CANTIDAD Y CALIDAD		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
Insuficientes		
Suficientes		1
Número de fotografías	#8	
27. VIDEOS EN EL ARTÍCULO		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 2
No tiene		0
Tiene pero de escasa calidad		
Tiene y de buena calidad		
28. INFOGRAFÍAS		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 2
No tiene		0
Tiene pero de escasa calidad		
Tiene de buena calidad		
29. INDICA FECHA DE PUBLICACIÓN Y ACTUALIZACIÓN		SE PUNTÚA ENTRE 0 Y 1
No		
Sí		1

<p>COMENTARIOS: Esta entrada contiene información sobre cuánto se puede contaminar mientras se viaja, información útil para generar consciencia sobre el cuidado del medioambiente al momento de viajar.</p>		40
---	--	----