

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Periodismo de turismo y viajes en pandemia: una propuesta de
contenidos alternativos para potenciar al sector turístico
ecuatoriano**

Milkha Makhouldy Moreira López

Periodismo

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Periodista

Quito, 19 de mayo del 2021

Universidad San Francisco de Quito USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Periodismo de turismo y viajes post pandemia: una propuesta de contenidos alternativos para potenciar al sector turístico ecuatoriano

Milkha Makhouldy Moreira López

Calificación:

/

1. Nombre del profesor, título académico:

Pamela Johana Cruz Páez, maestra en CC. SS con mención en comunicación y en ciencias sociales.

Co- tutora a Tania Cleopatra Orbe Martínez, magister en comunicación pública de La ciencia y tecnología.



Quito, 19 de mayo del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Milkha Makhouldy Moreira López

Código: 00210708

Cédula de identidad: 1716069149

Lugar y fecha: Washington DC, 19 de mayo 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Me gustaría que las primeras líneas de este trabajo sirvieran para expresar mi más sincera gratitud hacia aquellas personas que siempre han tenido una palabra de ánimo conmigo en estos últimos meses de investigación. Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios quien estuvo en cada paso que di durante el proceso de elaboración de este trabajo y quien no me permitió rendirme cuando ya quería botar la toalla. Todos los créditos se los lleva él. Le agradezco por ser mi fuente de inspiración y mi motor.

Un especial reconocimiento merece mi querido Pedrito a quien le agradezco por apoyarme y permanecer a mi lado con gestos y palabras de ánimo durante este proceso. Le agradezco infinitamente por cada gesto de amor en estos momentos, por hacerme esos deliciosos cafés que me mantenían despierta para hacer este trabajo. Este año ha sido el mas duro para mi y le agradezco por ser una de las pocas personas que nunca dejó de apoyarme y de estar a mi lado durante este arduo proceso. Gracias por comprender el tiempo dedicado a mis estudios y por recompensarme con amor.

Por supuesto, quiero agradecer a mi mamá Alejandra López por acompañarme a la distancia con sus oraciones. Mami te quiero agradecer porque a pesar de que no pudiste estar aquí conmigo en persona durante la culminación de esta etapa, siempre has estado ahí aconsejándome, poniéndome en tus oraciones y te agradezco por todo el amor que me brindas. Y, por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mi papá, familia y amigos que de alguna manera aportaron a que yo cumpliera este sueño. Gracias Daniel Chiriboga y Valeria Rojas, por ser mis mejores amigos y apoyo incondicional a la distancia. Les quiero agradecer porque cuando estaba a punto de rendirme, con palabras de ánimo supieron apoyarme para que pudiera seguir escalando hasta llegar hasta aquí. También quiero agradecer a mi tutora Pamela Cruz por la paciencia, orientación, seguimiento y fe en el buen desarrollo de este trabajo. Y finalmente quiero agradecer a quienes han creído en mis sueños, porque por mas difícil que parecía, hoy estoy cumpliendo uno más de ellos.

The best way is not always the easy way....

But with God

All things are possible.

RESUMEN

El periodismo turístico y de viajes es una materia que ha recibido hasta el momento una atención reducida desde el ámbito académico. En la última investigación que aborda esta especialidad de forma global, en 1999, se realiza un repaso histórico sobre la prensa de viajes y se analiza su importancia y entidad como especialidad periodística. Desde entonces, se ha estudiado únicamente de forma fragmentada o con poca profundidad. Este es un trabajo de investigación de carácter descriptivo que busca demostrar que el periodismo turístico puede ser una gran herramienta para la reactivación del turismo después de la pandemia.

El objetivo de la actual investigación es analizar los contenidos de periodismo ecuatoriano de turismo y viajes en medios digitales para el diseño de una propuesta de narrativas alternativas que potencien al sector turístico. A partir de un análisis de los contenidos de dos medios digitales nativos, esta investigación se pregunta ¿cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes pueden ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia?

Para ello, se propuso describir el panorama de producción de contenidos de periodismo turístico post pandemia en el Ecuador en la revista *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre*, identificar las características de los contenidos periodísticos sobre turismo en el Ecuador, aplicar un diseño metodológico para el análisis de contenidos periodísticos de *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre* a partir de los cuales se hizo una propuesta de narrativas alternativas para finalmente registrar los resultados de la investigación en un *paper* a partir del cual se generó un proyecto multimedia con contenido especializado en turismo.

Para poder cumplir con estos objetivos, el trabajo se dividió en varias secciones. En la fase preliminar se reconstruyó el contexto del periodismo turístico en el Ecuador y se colocaron en debate los principales conceptos. Además, se elaboró un diseño metodológico para llevar a cabo esta investigación que posteriormente sirvió para redactar un *paper*. Específicamente se hizo uso

de la reconstrucción histórica basada en los conceptos de diferentes autores.

En el primer capítulo del *paper* se aplicó la metodología desarrollada anteriormente. Después de levantar la base de datos, se diseñó una matriz de codificación con tres niveles de análisis: datos de identificación, características de la información y contenido, y contenido multimedia. A su vez, se elaboró un artículo académico para la revista *Tsafiqui* que recogió el contexto del tema, los principales conceptos, los resultados y conclusiones que giran en torno a esta investigación. En el segundo capítulo se puso en marcha la planificación del proyecto multimedia que integró los resultados del artículo académico. El portal web *Modo viaje* es un espacio que no te dejará salir de ese estado. Este blog propone artículos en formatos diversos sobre viajes y turismo y busca motivar e inspirar a la comunidad a viajar, con el fin de ayudar a reactivar la industria del turismo a través del periodismo. El sitio contiene cuatro secciones: Ecuador, mundo, entrevistas, podcasts y reportajes multimedia. Finalmente, en el tercer capítulo se registran las conclusiones alrededor del periodismo de turismo y las recomendaciones principales.

Palabras claves: Especialización periodística, periodismo turístico, narrativas transmedia, contenidos alternativos, medios nativos digitales

ABSTRACT

Tourism and travel journalism is a subject that has so far received limited attention from the academic sphere. In the last investigation that addresses this specialty in a global way, in 1999, a historical review of the travel press is carried out and its importance and entity as a journalistic specialty is analyzed. Since then, it has only been studied in a fragmented or shallow way. This is a descriptive research work that seeks to demonstrate that tourism journalism can be a great tool for the reactivation of tourism after the pandemic.

The objective of the current investigation is to analyze the contents of Ecuadorian journalism on tourism and travel in digital media for the design of a proposal of alternative narratives that enhance the tourism sector. Based on an analysis of the contents of two digital native media, this research seeks to answer how alternative contents of tourism and travel journalism can help the tourism sector to get ahead after the pandemic?

To do this, it was proposed to describe the panorama of post-pandemic tourism journalism content production in Ecuador in *Ñan Magazine* and *Cuenca Ilustre*, identify the characteristics of journalistic content on tourism in Ecuador, apply a methodological design for the analysis of journalistic content from *Ñan Magazine* and *Cuenca Illustrious* from which a proposal of alternative narratives was made to finally record the results of the investigation in a paper from which a multimedia project with specialized content on tourism was generated.

In order to meet these objectives, the work was divided into several sections. In the preliminary phase, the context of tourism journalism in Ecuador was reconstructed and the main concepts were debated. In addition, a methodological design was developed to carry out this research that later served to write a paper. Specifically, historical reconstruction based on the concepts of different authors was used.

In the first chapter of the paper, the methodology developed above was applied. After building

the database, a coding matrix was designed with three levels of analysis: identification data, characteristics of the information and content, and multimedia content. In turn, an academic article was prepared for the journal *Tsafiqui* that collected the context of the topic, the main concepts, the results and conclusions that revolve around this research.

In the second chapter, the planning of the multimedia project that integrated the results of the academic article was started. The Travel Mode web portal is a space that will not let you out of that state. This blog proposes articles in various formats on travel and tourism and seeks to motivate and inspire the community to travel, in order to help reactivate the tourism industry through journalism. The site contains four sections: Ecuador, world, interviews, podcasts and multimedia reports. Finally, in the third chapter the conclusions about tourism journalism and the main recommendations are recorded.

Keywords: Journalism specialization, touristic journalism, alternative content, transmedia narratives, digital native media.

TABLA DE CONTENIDO CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	13
Objetivos	16
Diseño metodológico... ..	17
CAPÍTULO 1	20
LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO DE TURISMO Y DE VIAJES PARA LA REACTIVACION TURÍSTICA EN EL ECUADOR	
1.1 El contexto histórico del periodismo turístico... ..	21
1.2 Marco referencial: los principales conceptos alrededor del periodismo de viajes y turismo. 23	
1.3 Normas de publicación de la revista Tsafiqui	25
1.4 El artículo científico elaborado... ..	26
EL PERIODISMO DE TURISMO Y VIAJES POST PANDEMIA: UNA PROPUESTA DE CONTENIDOS ALTERNATIVOS PARA POTENCIAR AL SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO	
CAPÍTULO 2.....	43
MODO VIAJE: UN ESPACIO QUE NO TE DEJARÁ SALIR DE ESE ESPACIO	
2.1 Planificación y ejecución: cronograma y presupuesto.....	44
2.1.1 Proyecto multimedia: Modo Viaje.....	45
2.1.2 Formato 1... ..	48
2.1.3 Formato 2... ..	50
CAPÍTULO 3.....	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ALREDEDOR DEL PERIODISMO TURÍSTICO	
Referencias bibliográficas.....	56
Anexo A: Planificación de reportaje multimedia.....	58
Anexo B: Cuestionario de podcast.....	59
Anexo C: Hoja de codificación.....	60
Anexo D: Matriz de codificación.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Cronograma de planificación del proyecto multimedia	44
Tabla #2: Presupuesto del proyecto	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Gráfico 1: Frecuencia de notas publicadas sobre turismo en el segundo trimestre de la pandemia	33
Gráfico 2: Tipo de fuentes externas consultadas y mencionadas en los artículos	34
Gráfico 3: Uso de contenido multimedia en las notas periodísticas	36
Gráfico 4: Frecuencia de autores de las notas periodísticas	37
Gráfico 5: Temas de las notas periodísticas	38
Ilustración 1: Modo viaje página de inicio.	45
Ilustración 2: Sección de reportajes audiovisuales	45
Ilustración 3: Modo viaje. sección de podcast	46
Ilustración 4: Sección de podcast	46
Ilustración 5: Reportaje multimedia sobre el turismo de vacunas	48
Ilustración 6: Formato #1 “reportaje audiovisual”	48
Ilustración 7: Formato 2 “podcast”	49

INTRODUCCIÓN

El periodismo turístico es una rama del periodismo que tiene como objetivo informar, investigar o denunciar en todo lo que a la actividad turística refiere, según dijo la Organización Mundial de Periodismo Turístico. Esta especialización tiene apenas medio siglo de existencia y desde su origen hasta la actualidad, esta rama ha sido confusa, poco estudiada y hasta un poco malinterpretada en cuanto al objetivo del periodista relacionado a esta industria, sostiene la misma organización. Si esa especialización periodística es joven, mucho más lo es el periodismo turístico en Internet por lo que los estudios académicos son limitados. El periodismo turístico y de viajes en Internet es una materia que ha recibido hasta el momento una atención reducida desde el ámbito académico. En la última investigación que aborda esta especialidad de forma global, en 1999, se realiza un repaso histórico sobre la prensa de viajes y se analiza su importancia y entidad como especialidad periodística. Desde entonces, se ha estudiado únicamente de forma fragmentada y con poca profundidad (García Marín, 2018).

En Ecuador se imprime media docena de revistas dedicadas exclusivamente al contenido turístico, con fines comerciales. La totalidad de los productos enfoca la atención de sus páginas a la cobertura de destinos lejanos, invitando a los viajeros ecuatorianos a destinos internacionales, destinos lejanos que van desde Latinoamérica hasta Asia Pacífico. El formato de las revistas de viajes, sustentado en apoyos visuales mayores y textos casi irrelevantes, se suman a la selección sin criterio de destinos lejanos o de poco interés para el lector al que están dirigidas (Velásquez Villacis, 2017, pág. 1).

Esta forma de resolver el periodismo de viajes ha apartado a los lectores de las posibilidades de descubrir destinos cercanos, económicos y de fácil acceso; además ha servido

para borrar del imaginario colectivo y la capacidad turística interna del país al reducir a pequeños espacios o grandes ciudades las referencias a la identidad ecuatoriana (Velásquez Villacis, 2017).

Por otro lado, la especialización periodística en turismo en Ecuador no es tan incipiente como la tecnológica o la medioambiental, pero es aún desconocida por muchos periodistas y medios de comunicación que no le dan la importancia ni el espacio que este merece, según menciona Ledhesma en un artículo colaborativo sobre el turismo en Latinoamérica (2016). A partir de esta información, es posible sostener que el periodismo turístico es algo que debe ser tratado con importancia porque puede beneficiar al desarrollo del país ya que el turismo en el Ecuador representa el tercer ingreso para la economía del país, sin mencionar que antes de la pandemia se estimaba que en el año 2020 se convirtiera en la primera fuente de divisas.

Según el libro *Mapa de medios especializados en turismo en Latinoamérica, España y Estados Unidos* de Miguel Ledhesma, en Ecuador existen tan solo dos canales y un programa de televisión que difunde noticias de esta rama. No existe ningún programa radial ni tampoco periódicos especializados en turismo. En Ecuador existen únicamente ocho revistas que cubren periodismo turístico y solo dos que siguen difundiendo contenido actualizado del último año: *Revista Abordo*, *Ecuador Infinito*, *La Barra Ecuador*, *Ñan Magazine*, *Revista Cuenca ilustre*, *Nuestro Mundo Air Magazine*, *Revista TransPort* y la revista digital *Enjoy Ecuador* (Ledhesma, 2016). Pero la pregunta aquí es ¿cuántas de ellas en realidad hacen periodismo turístico y no pauta? ¿Cuántas de ellas difunden contenido que potencialice al sector turístico del país?

Antes de la pandemia, esta rama del periodismo ya contaba con cierto tipo de complicaciones en cuanto a su independencia editorial, la confusión con la literatura de viajes y con el rol del periodista en sí a la hora de tocar esta temática. Como varias personas piensan, el periodista turístico no tiene como deber difundir ni promocionar emprendimientos de esta

industria, sino revalorizar y profesionalizar la actividad turística en el campo de la comunicación y del periodismo, informando a la sociedad acerca de todo lo que transcurre en el área del turismo, sin responder a otros intereses más que los de la pluralidad, la inclusión y la vida en democracia según la Organización Mundial de Periodismo Turístico (2020).

Como mencioné antes, el periodismo especializado en turismo ya contaba con complicaciones en cuanto a su independencia antes de la pandemia y no se diga durante y después de la misma. La pandemia afectó a varios sectores, entre ellos estuvo el turismo. Según los datos del Banco Central del Ecuador, durante el primer semestre de 2019 ingresaron al país 965 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representó el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB). En el mismo período de 2018 la cifra fue de 888 millones de dólares, es decir 1,7% del PIB. Para el cálculo de empleo en el sector turístico, el Ministerio de Turismo toma como fuente de información primaria los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, que tienen como base la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu). Hasta septiembre de 2019, el empleo en actividades relacionadas con alojamiento y servicios de comida generaron un total de 522.508 plazas, lo que demuestra un incremento de 9.285 empleos con respecto a 2018. Sin embargo, después de la pandemia, el Ecuador sufrió una afectación económica de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional, y siendo el Ecuador un país que tiene zonas turísticas en todo su territorio y que de dicha actividad dependen otros sectores. Según el Ministerio de Turismo, la emergencia sanitaria por el coronavirus en el Ecuador dejó 540 millones de dólares en pérdidas al turismo.

El periodismo y el turismo son una relación necesaria, por esta razón el periodismo turístico y el abordaje desde los diferentes medios de comunicación podría ser de gran ayuda en el

fortalecimiento de la industria turística post COVID-19, alentando y respaldando la asimilación de los adelantos tecnológicos en la prensa turística, especialmente participando en la producción de contenidos periodísticos que permitan democratizar el acceso a la información. En el Ecuador el periodismo turístico es limitado. De los medios especializados en turismo que se mencionaron anteriormente, solo dos siguen activos: *Cuenca Ilustre* y *Ñan Magazine*. A partir de un análisis de los contenidos de esos dos medios, esta investigación se pregunta ¿cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes puede ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia? El peso que la industria turística posee en la economía ecuatoriana y mundial requiere que este sector sea analizado desde todos los ámbitos involucrados, especialmente desde los medios de comunicación quienes juegan un rol importante en la reactivación turística.

Objetivo general

Analizar los contenidos de periodismo ecuatoriano de turismo y viajes en medios digitales para el diseño de una propuesta de narrativas alternativas que potencien al sector turístico.

Objetivos específicos

- Describir el panorama de producción de contenidos de periodismo turístico post pandemia en el Ecuador en la revista *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre*
- Identificar las características de los contenidos periodísticos sobre turismo en el Ecuador.
- Aplicar un diseño metodológico para el análisis de contenidos periodísticos de *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre* a partir de los cuales se haga una propuesta de narrativas alternativas.

- Redactar los resultados de la investigación en un paper a partir del cual se permitirá generar un proyecto multimedia con contenido especializado en turismo.

DISEÑO METODOLÓGICO

Este es un trabajo de investigación de carácter descriptivo porque busca responder cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes pueden ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia. La pesquisa se iniciará en un análisis de contenido por lo que se utilizará un método de investigación cuantitativo a partir de cuyos resultados se diseñe una propuesta de narrativas alternativas que potencien al sector turístico ecuatoriano.

Según Bernard Berelson, el análisis de contenido es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido seleccionado. Esta técnica permite la recolección de datos de investigación. Además, esta es una técnica que hace posible caracterizar el contenido de los mensajes. Asimismo, puede aproximarse a intenciones explícitas o encubiertas en un mensaje emitido y también, permite hallar estilos y tendencias en los estilos de comunicación.

Este tipo de análisis se aplicará en dos medios nativos en su versión digital, en *Ñan Magazine* y la revista *Cuenca Ilustre*. *Ñan Magazine* es una revista de viajes de Ecuador escrita por viajeros, para viajeros. El contenido que difunde este medio independiente es sobre rutas de viaje por rincones mágicos del Ecuador y sobre gastronomía. El concepto de *Ñan* es compartir información sobre cómo llegar a destinos específicos y después como sacarles provecho a dichos destinos. Por otro lado, *Cuenca Ilustre* es una revista cuyo objetivo fundamental es lograr una concienciación ciudadana referente al rescate y preservación de los valores intrínsecos de nuestra cultura, tradiciones y recursos turísticos únicos de la región austral.

Además de la escasez de opciones en cuanto a medios de comunicación especializados en turismo, escogí estos dos medios por el tipo de contenido que difunden, por su fácil acceso y por la acogida que tienen en redes sociales. Esta investigación descriptiva que utilizará un método de investigación cuali cuantitativo tiene como objetivo hacer un análisis de contenido en piezas de noticias sobre turismo comunitario en el Ecuador durante el segundo trimestre de la pandemia. Alrededor de la producción informativa de estos dos medios se seleccionará los meses de junio, julio y agosto. Específicamente del 16 de junio del 2020 hasta el 16 de agosto del 2020. Escogí esta temporalidad porque en los meses de junio y julio ya se podría retomar los viajes gracias a la reapertura de las fronteras.

El confinamiento por la pandemia del COVID-19 en Ecuador empezó el 19 de marzo del 2020. A partir de dicha fecha empezó la suspensión de clases, eventos masivos y la cuarentena obligatoria que se extendería por alrededor de 60 días. También se decretó un toque de queda parcial junto con restricción vehicular y el cierre de fronteras internacionales por vía aérea, marítima y terrestre. A partir del 16 de junio las fronteras oficialmente quedaron abiertas, al igual que los vuelos nacionales e internacionales. El 6 de agosto del 2020, oficialmente terminó el último toque de queda en Quito y a pesar de que no había expirado el estado de excepción en todas las provincias del país, el 6 de agosto se empezaron a reabrir las playas en el Ecuador y las personas empezaron a emprender sus primeros viajes post pandemia, especialmente desde el feriado del 10 de agosto.

Estas piezas se analizarán en una matriz de tres niveles. El primer nivel de análisis denominado datos de identificación, abarca los datos generales de identificación de la publicación: el código numérico, el medio de comunicación, el autor, la sección, el título de la nota, la fecha, la extensión, las etiquetas y el URL (uniform resource locator). El segundo nivel

denominado características de la información y contenido, que abarca los temas de las piezas periodísticas, el formato, las fuentes, las características de la pieza periodística y las características audiovisuales. El tercer nivel es comprendido como contenido multimedia que abarca el uso de elementos gráficos y visuales, el número de visitas en la página web de cada revista, número de comentarios e interactividad.

CAPÍTULO I

LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO DE VIAJES Y TURISMO PARA LA REACTIVACION TURÍSTICA EN EL ECUADOR

El siguiente trabajo de investigación nace a partir de la necesidad de más contenido de periodismo de turismo y viajes en el Ecuador, especialmente después de la pandemia. Siendo el turismo el tercer ingreso para la economía del país, se le debería dar un lugar más importante, especialmente en los medios de comunicación que pueden ser una herramienta muy útil para difundir destinos locales que de forma clara permita a los lectores interesarse por destinos cercanos y propios de Ecuador, impulsando el turismo local y reconectándolos con la identidad nacional. En la actualidad, el turismo y periodismo son dos fenómenos sociales de gran importancia económica y cultural, sin embargo, el ámbito académico parece ignorar esta realidad. Son muy pocos los estudios publicados en Ecuador acerca de la relación que existe entre estas áreas de conocimiento.

Esta es una investigación de carácter descriptivo que busca responder cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes pueden ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia. El objetivo general de esta investigación es analizar los contenidos de periodismo ecuatoriano de turismo y viajes en medios digitales para el diseño de una propuesta de narrativas alternativas que potencialicen al sector turístico ecuatoriano para esto se hará un estudio del contexto histórico del periodismo turístico en el Ecuador y se va a describir el panorama de producción de contenidos de periodismo turístico post pandemia en la revista Ñan Magazine y Cuenca Ilustre. Además, el siguiente trabajo pretende identificar las

características de los contenidos periodísticos sobre turismo en el Ecuador, aplicando un diseño metodológico para el análisis de contenidos periodísticos a partir de los cuales se hará una propuesta de narrativas alternativas y finalmente se redactarán los resultados en el *paper* a continuación, a partir del cual se permitirá generar un proyecto multimedia con contenido especializado en turismo.

1.1 Contexto histórico del periodismo turístico

Durante la década de los 60, tanto el periodismo como el turismo se vieron influenciados por el avance de la tecnología y del mercado global. Tanto la información como el viaje se convirtieron en una mercancía, por lo que el periodismo turístico empezó a ser visto como un buen negocio para atraer anunciantes y público. El auge de la prensa y las revistas especializadas en viajes en el siglo XX, coinciden con el crecimiento de la industria turística, por lo que muchas publicaciones sobre viajes adquieren un tinte publicitario (Aguirre Goitia y Fernández, 2008). Lo llamaron periodismo turístico y le dieron atribuciones eminentemente comerciales, como formar parte de la creación de imágenes de destinos que convenciera al público de viajar. Una tendencia que permanece en el ciberperiodismo de viajes. En 1973 el periodismo turístico se consolida en Latinoamérica. El 3 de octubre se crea la Confederación Latinoamericana de Prensa Turística (Claptur) en Caracas, Venezuela, “siendo sus fundadores las asociaciones de periodistas de turismo de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela, y teniendo como primer presidente al periodista caraqueño Abelardo Raidi” (Manrique Guerra, 1998, p. 22.).

El primer congreso de Claptur se realizó en la ciudad de Quito en 1974. En el 2004 fue la última actividad de esta confederación. En el 2020 la fundación Más Periodismo organizó tres jornadas de formación de periodismo turístico. Entre los temas que toparon estuvieron: turismo

gastronómico, turismo rural, aventurismo, turismo cultural, turismo de aventura y fotografía turística. Estas jornadas fue organizada por Yosselyn Gaona, presidenta de la fundación quien indicó que en estos momentos la actividad turística es crucial ya que podría ser un motor principal para la reactivación económica después de la pandemia que empezó el 16 de marzo del 2020. Desde el 17 de marzo del 2020 empezó el toque de queda en el Ecuador, donde las fronteras fueron cerradas y todos los vuelos suspendidos. Durante los primeros tres meses de la pandemia tanto las empresas pequeñas como las grandes sufrieron perdidas viéndose particularmente afectadas.

El 20 de marzo del 2020 la Organización Mundial del Turismo (OMT) convocó a un comité mundial de crisis para el turismo en el cual se dieron recomendaciones para recuperar al sector. Según el Ministerio de Turismo, la pandemia dejaría una perdida estimada de 160,9 millones de dólares en el Ecuador. Además, el viceministro de turismo, Ricardo Zambrano, mencionó en una rueda de prensa que el subsector más afectado en el mes de marzo 2020 sería en primer lugar el sector de alimentos & bebidas con US\$ 87 millones en el escenario pesimista, después la operación turística con US\$ 30 millones y el alojamiento con US\$ 17,3 millones. La pandemia del COVID-19 ha puesto en riesgo aproximadamente 140 mil empleos directos y 500 mil empleos indirectos del sector turístico a nivel nacional de acuerdo con la estimación de la Fenactur. La grave situación que atraviesa el turismo a nivel mundial, a nivel nacional, y a nivel local, amerita medidas de apoyo al sector de parte de las entidades gubernamentales, privadas y especialmente de los medios de comunicación quienes podrían ser una pieza clave para la difusión de material que incentive a la recuperación del sector turístico.

Actualmente, existe la Organización de Comunicadores Turísticos del Ecuador, una organización sin fines de lucro que busca unir y preparar a comunicadores turísticos para

fortalecer y mejorar los contenidos del Ecuador. Según esta organización, Ecuador es un país donde los medios tradicionales y digitales tienen más espacios para la farándula y crónica roja y no para el turismo y emprendimientos es un país que genera menos trabajo y circulación de dinero.

1.2 Los principales conceptos alrededor del periodismo de viajes y turismo

La especialización periodística es uno de los fenómenos más significativos del periodismo actual. Pese a que parecería ser un término nuevo, en 1974, los pioneros de la especialización de la información: Pedro Orive y Concha Fagoaga, consideraron el periodismo especializado como “un nuevo sistema de vertebración de la información que se apoya sobre el experto que trabaja un área concreta y determinada dentro de un medio concreto y determinado con las características de profundización y fiabilidad en los mensajes que transmite” (Orive y Fagoaga en Fernández del Moral, 1983: 13).

La especialidad periodística se vuelve cada vez más importante con el pasar del tiempo ya que con la evolución de los usuarios, estos demandan una mayor profundización de los diferentes tópicos informativos y su vez, el sistema capitalista exige división del trabajo y la especialización facilita la formación y actualización de los periodistas que pueden centrar su labor en una misma área (Ledhesma, en Manual de periodismo turístico, 75). Ciertas especialidades periodísticas son más conocidas que otras, sin embargo, que no sean conocidas no significa que no existan. Si bien es cierto, *la especialización periodística en turismo* no es tan mencionada como la tecnológica o la medioambiental, según Ledhesma es aún desconocida por muchos periodistas y medios de comunicación.

La comunicación turística puede revelar simultáneamente en el mismo artículo las cuatro funciones del periodismo (informar, fiscalizar, educar y entretener), invitando al lector a degustar el turismo no solo como un pasatiempo, un sueño superfluo e irrealizable, sino como algo que debe ser tratado con importancia porque puede beneficiar el desarrollo del país, según Ledhesma (2016, pag12).

Con el pasar de los años el periodismo se vio desafiado por la tecnología ya que los lectores de hoy no tienen las mismas expectativas que los lectores de antes. Las nuevas generaciones buscan la inmediatez y lo digital, por lo que medios tradicionales tuvieron que responder a estas nuevas necesidades de los lectores y tuvieron que adaptarse al internet y las redes sociales, a estos medios de comunicación se los llama medios nativos digitales. “Con el creciente uso y acceso a la tecnología, estos espacios digitales se han convertido en una alternativa para informar a diversos públicos y llegar con nuevos contenidos a miles de usuarios” (Rivera, 2013). Con el surgimiento de los medios nativos digitales también surgen los contenidos alternativos. Como dice el investigador y asesor de estrategias de comunicación digital para medios, José Rivera, gracias a las nuevas tecnologías los medios digitales tienen la posibilidad de transmitir la información en varios formatos: audio, video, texto, imágenes interactivas, etc.

Además, según la periodista Luciana Feichman, los contenidos alternativos no abarcan únicamente los formatos de difusión, sino también las nuevas opciones de estructuras a la hora de redactar. “En un sentido amplio, al hablar de contenidos alternativos nos referimos a aquellas experiencias que se posicionan como opciones a los medios tradicionales” (Feichman, 2009). Dentro de los contenidos alternativos surgen las nuevas narrativas. “Llamamos narrativa a la diferencia entre la historia y su discurso. Así, la narrativa transmediática es una fórmula de comunicación multimedia e hipertextual basada en la transmisión de un contenido, una historia o

pieza periodística a través de diferentes medios (imagen, audio, video) respetando las propias fórmulas de expresión de cada uno de ellos. Se caracteriza, así mismo, por la búsqueda de la participación del lector/espectador quien, al menos, formará parte de la estrategia de difusión de la pieza a través de sus recomendaciones, comentarios o redifusiones” (Irala Hortal, 2014). Un excelente ejemplo de una nueva narrativa dentro del periodismo es la que menciona Irala en su tesis: El caso de *Snow Fall* publicado en *The New York Times*. Se trata de un reportaje multimedia, hipertexto y de gran peso visual que narra la historia de una tragedia en la nieve. Contiene mapas interactivos, cortes de audio, fotografías y un diseño web adaptado al acontecimiento (Branch,2012).

Además, de las narrativas transmedia, existen otras nuevas narrativas que con el pasar del tiempo se van volviendo mas conocidas, como la narrativa del periodismo de soluciones, el cual tiene como objetivo mantener la narrativa enfocada en la evidencia y en las lecciones aprendidas según la fundación Gabo.

1.3 El *paper* y las normas de publicación para la revista *Tsafiqui*

Tsafiqui, la Revista Científica en ciencias sociales es una publicación abierta a la comunidad internacional y se especializa en ciencias sociales. *Tsafiqui* es una publicación semestral que hace la facultad de derecho y ciencias sociales de la universidad UTE y utiliza un sistema de revisión externa por expertos conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA 7.0). La revista acepta manuscritos en comunicación, educación, relaciones publicas, periodismo, derecho, publicidad, comunicación estratégica, narrativas transmedia, producción audiovisual, cultura y sociedad digital. *Tsafiqui* edita resultados de investigación vinculados a las Ciencias Sociales y las Ciencias de la Comunicación escritos en

español o inglés. Se aceptan de preferencia artículos científicos, ensayos académicos y resultados de investigaciones con metodologías y prácticas novedosas de investigación, así como revisiones bibliográficas. Los manuscritos deben ser originales e inéditos o en otras palabras no haber sido publicados en ningún otro espacio académico o estar en proceso de publicación. Los autores en el proceso editorial firman una carta de derechos de autor donde se comprometen al cumplimiento de dicha normativa.

Específicamente los manuscritos enviados pueden ser: artículos académicos, que son los documentos que exponen el resultado parcial o total de una investigación académica desarrollada en el marco de un campo de conocimiento y destinada a una comunidad académica específica, este debe tener de 5.000 a 8.000 palabras, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias. O pueden ser *papers*, también conocidos como artículos científicos. Un *paper* es un artículo científico que reporta los resultados de una investigación científica que debe seguir el estándar de escritura científica tal cual el formato IMRyD (Introducción, Método, Resultados y Discusión). Debe tener de 5.000 a 8.000 palabras, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias. Un artículo científico es un informe original que plantea y describe resultados experimentales, nuevos conocimientos o experiencias que se basan en hechos conocidos.

1.4 El artículo científico elaborado:

**PERIODISMO DE TURISMO Y VIAJES EN PANDEMIA: DEL ANÁLISIS A UNA
PROPUESTA DE CONTENIDOS ALTERNATIVOS PARA POTENCIAR AL SECTOR
TURÍSTICO ECUATORIANO**

Milkha Moreira

Universidad San Francisco de Quito

Quito, Ecuador

milkhamakhouldymoreira@gmail.com

RESUMEN: El siguiente trabajo de investigación gira en torno al periodismo turístico en el Ecuador y como este puede ser el motor para la reactivación económica del turismo. El objetivo principal del artículo es registrar el análisis de los contenidos de periodismo ecuatoriano de turismo y viajes de medios digitales para el diseño de una propuesta de narrativas alternativas que potencien al sector turístico. Este tema es pertinente ya al ser la industria del turismo un importante motor en la economía del Ecuador es importante buscar herramientas para potencializarla y sacarla de la crisis postpandemica de la cual aún no ha podido recuperarse. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8 de PIB, empleando a una de cada once personas en el mundo. En el Ecuador el turismo es un sector básico y estratégico para el desarrollo económico nacional y el periodismo podría ser una excelente herramienta para reactivarlo.

Palabras claves: Especialización periodística, periodismo turístico, narrativas transmedia, contenidos alternativos, medios nativos digitales

ABSTRACT: The following research work revolves around tourism journalism in Ecuador and how this can be the engine for the economic reactivation of tourism. The main objective of the article is to record the analysis of the content of Ecuadorian journalism on tourism and digital media travel for the design of a proposal for alternative narratives that enhance the tourism

sector. This issue is pertinent, since the tourism industry is an important engine in Ecuador's economy, it is important to look for tools to empower it and get it out of the post-pandemic crisis from which it has not yet been able to recover. In the international context, the tourism sector contributes 9.8 to GDP, employing one out of every eleven people in the world. In Ecuador, tourism is a basic and strategic sector for national economic development and journalism could be an excellent tool to reactivate it.

Key words: Journalistic specialization, touristic journalism, transmedia narratives, alternative content, native digital media

Introducción

El periodismo turístico es una rama del periodismo que tiene como objetivo informar, investigar o denunciar en todo lo que a la actividad turística refiere, según dijo la Organización Mundial de Periodismo Turístico. Esta especialización tiene apenas medio siglo de existencia y desde su origen hasta la actualidad, esta rama ha sido confusa, poco estudiada y hasta un poco malinterpretada en cuanto al objetivo del periodista relacionado a esta industria, sostiene la misma organización. Si esa especialización periodística es joven, mucho más lo es el periodismo turístico en Internet por lo que los estudios académicos son limitados. El periodismo turístico y de viajes en Internet es una materia que ha recibido hasta el momento una atención reducida desde el ámbito académico. En la última investigación que aborda esta especialidad de forma global, en 1999, se realiza un repaso histórico sobre la prensa de viajes y se analiza su importancia y entidad como especialidad periodística. Desde entonces, se ha estudiado únicamente de forma fragmentada y con poca profundidad (García Marín, 2018).

En Ecuador se imprime media docena de revistas dedicadas exclusivamente al contenido turístico, con fines comerciales. La totalidad de los productos enfoca la

atención de sus páginas a la cobertura de destinos lejanos, invitando a los viajeros ecuatorianos a destinos internacionales, destinos lejanos que van desde Latinoamérica hasta Asia Pacífico. El formato de las revistas de viajes, sustentado en apoyos visuales mayores y textos casi irrelevantes, se suman a la selección sin criterio de destinos lejanos o de poco interés para el lector al que están dirigidas (Velásquez Villacis, 2017, pág. 1).

Esta forma de resolver el periodismo de viajes ha apartado a los lectores de las posibilidades de descubrir destinos cercanos, económicos y de fácil acceso; además ha servido para borrar del imaginario colectivo la capacidad turística interna del país al reducir a pequeños espacios o grandes ciudades las referencias a la identidad ecuatoriana (Velásquez Villacis, 2017).

Por otro lado, la especialización periodística en turismo en Ecuador no es tan incipiente como la tecnológica o la medioambiental, pero es aún desconocida por muchos periodistas y medios de comunicación que no le dan la importancia ni el espacio que este merece, según menciona Ledhesma en un artículo colaborativo sobre el turismo en Latinoamérica (2016). A partir de esta información, es posible sostener que el periodismo turístico es algo que debe ser tratado con importancia porque puede beneficiar al desarrollo del país ya que el turismo en el Ecuador representa el tercer ingreso para la economía y antes de la pandemia se estimaba que en el año 2020 se convirtiera en la primera fuente de divisas.

Según el libro *Mapa de medios especializados en turismo en Latinoamérica, España y Estados Unidos*. de Miguel Ledhesma, en Ecuador existen tan solo dos canales y un programa de televisión que difunde noticias de esta rama. No existe ningún programa radial ni tampoco periódicos especializados en turismo. En Ecuador existen únicamente ocho revistas que cubren periodismo turístico y solo dos que siguen difundiendo contenido actualizado del último año:

Revista Abordo, Ecuador Infinito, La Barra Ecuador, Ñan Magazine, Revista Cuenca ilustre, Nuestro Mundo Air Magazine, Revista TransPort y la revista digital Enjoy Ecuador (Ledhesma, 2016). ¿Pero la pregunta aquí es cuántas de ellas en realidad hacen periodismo turístico y no pauta? ¿Cuántas de ellas difunden contenido que potencialice al sector turístico del país?

Antes de la pandemia, esta rama del periodismo ya contaba con cierto tipo de complicaciones en cuanto a su independencia editorial, la confusión con la literatura de viajes y con el rol del periodista en sí a la hora de tocar esta temática. Como varias personas piensan, el periodista turístico no tiene como deber difundir ni promocionar emprendimientos de esta industria, sino revalorizar y profesionalizar la actividad turística en el campo de la comunicación y del periodismo, informando a la sociedad acerca de todo lo que transcurre en el área del turismo, sin responder a otros intereses más que los de la pluralidad, la inclusión y la vida en democracia según la Organización Mundial de Periodismo Turístico (2020).

Como mencioné antes, el periodismo especializado en turismo ya contaba con complicaciones en cuanto a su independencia antes de la pandemia y no se diga durante y después de la misma. La pandemia afectó a varios sectores, entre ellos estuvo el turismo. Según los datos del Banco Central del Ecuador, durante el primer semestre de 2019 ingresaron al país 965 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representó el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB). En el mismo período de 2018 la cifra fue de 888 millones de dólares, es decir 1,7% del PIB. Para el cálculo de empleo en el sector turístico, el Ministerio de Turismo toma como fuente de información primaria los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, que tienen como base la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu). Hasta septiembre de 2019, el empleo en actividades relacionadas con alojamiento y servicios de comida generaron un total de 522.508 plazas, lo que demuestra un incremento de

9.285 empleos con respecto a 2018. Sin embargo, después de la pandemia, el Ecuador sufrió una afectación económica de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional, y siendo el Ecuador un país que tiene zonas turísticas en todo su territorio y que de dicha actividad dependen otros sectores. Según el Ministerio de Turismo, la emergencia sanitaria por el coronavirus en el Ecuador dejó 540 millones de dólares en pérdidas al turismo.

El periodismo y el turismo son una relación necesaria, por esta razón el periodismo turístico y el abordaje desde los diferentes medios de comunicación podría ser de gran ayuda en el fortalecimiento de la industria turística post COVID-19, alentando y respaldando la asimilación de los adelantos tecnológicos en la prensa turística, especialmente participando en la producción de contenidos periodísticos que permitan democratizar el acceso a la información. En el Ecuador el periodismo turístico es limitado. De los medios especializados en turismo que se mencionaron anteriormente, solo dos siguen activos: *Cuenca Ilustre* y *Ñan Magazine*. A partir de un análisis de los contenidos de esos dos medios, la pregunta que guió la investigación fue: ¿cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes puede ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia?

Metodología

Este fue un trabajo de investigación de carácter descriptivo porque buscó responder a cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes pueden ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia. La pesquisa se basó en un análisis de contenido por lo que se utilizó un método de investigación cuali cuantitativo con énfasis en diseñar una propuesta de narrativas alternativas que potencialicen al sector turístico ecuatoriano.

Según Bernard Berelson, el análisis de contenido es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido seleccionado. Esta técnica permite la recolección de datos de investigación. Además, esta es una técnica que hace posible caracterizar el contenido de los mensajes. Asimismo, puede aproximarse a intenciones explícitas o encubiertas en un mensaje emitido y también, permite hallar estilos y tendencias en los estilos de comunicación.

Este tipo de análisis se aplicó en dos medios nativos en su versión digital, en *Ñan Magazine* y la revista *Cuenca Ilustre*. *Ñan Magazine* es una revista de viajes de Ecuador escrita por viajeros, para viajeros. El contenido que difunde este medio independiente es sobre rutas de viaje por rincones mágicos del Ecuador y sobre gastronomía. El concepto de *Ñan* es compartir información sobre cómo llegar a destinos específicos y después como sacarles provecho a dichos destinos. Por otro lado, *Cuenca Ilustre* es una revista cuyo objetivo fundamental es lograr una concientización ciudadana referente al rescate y preservación de los valores intrínsecos de nuestra cultura, tradiciones y recursos turísticos únicos de la región austral.

Además de la escasez de opciones en cuanto a medios de comunicación especializados en turismo, escogí estos dos medios por el tipo de contenido que difunden, por su fácil acceso y por la acogida que tienen en redes sociales. Esta investigación descriptiva que utilizará un método de investigación cuali cuantitativo tiene como objetivo hacer un análisis de contenido en piezas de noticias sobre turismo comunitario en el Ecuador durante el segundo trimestre de la pandemia. Alrededor de la producción informativa de estos dos medios se seleccionará los meses de junio, julio y agosto. Específicamente del 16 de junio del 2020 hasta el 16 de agosto del 2020. Escogí esta temporalidad porque en los meses de junio y julio ya se podría retomar los viajes gracias a la reapertura de las fronteras.

El confinamiento por la pandemia del COVID-19 en Ecuador empezó el 19 de marzo del 2020. A partir de dicha fecha empezó la suspensión de clases, eventos masivos y la cuarentena obligatoria que se extendería por alrededor de 60 días. También se decretó un toque de queda parcial junto con restricción vehicular y el cierre de fronteras internacionales por vía aérea, marítima y terrestre. A partir del 16 de junio las fronteras oficialmente quedaron abiertas, al igual que los vuelos nacionales e internacionales. El 6 de agosto del 2020, oficialmente terminó el último toque de queda en Quito y a pesar de que no había expirado el estado de excepción en todas las provincias del país, el 06 de agosto se empezaron a reabrir las playas en el Ecuador y las personas empezaron a emprender sus primeros viajes post pandemia, especialmente desde el feriado del 10 de agosto.

Estas piezas se analizarán en una matriz de tres niveles. El primer nivel denominado datos de identificación, que abarca los datos generales de identificación de la publicación: el código numérico, el medio de comunicación, el autor, la sección, el título de la nota, la fecha, la extensión, las etiquetas y el URL. El segundo nivel denominado características de la información y contenido, que abarca los temas de las piezas periodísticas, el formato, las fuentes, las características de la pieza periodística y las características audiovisuales. El tercer nivel es comprendido como contenido multimedia que acabará el uso de elementos gráficos y visuales, el número de visitas en la página web de cada revista, número de comentarios e interactividad.

Basado en los resultados obtenidos en esta matriz, se hizo una propuesta de narrativas alternativas como parte de un proyecto multimedia que consta en un blog que hace la difusión de reportajes transmediáticos sobre turismo en diferentes formatos: podcasts, reportajes audiovisuales, infografías interactivas e imágenes.

Resultados

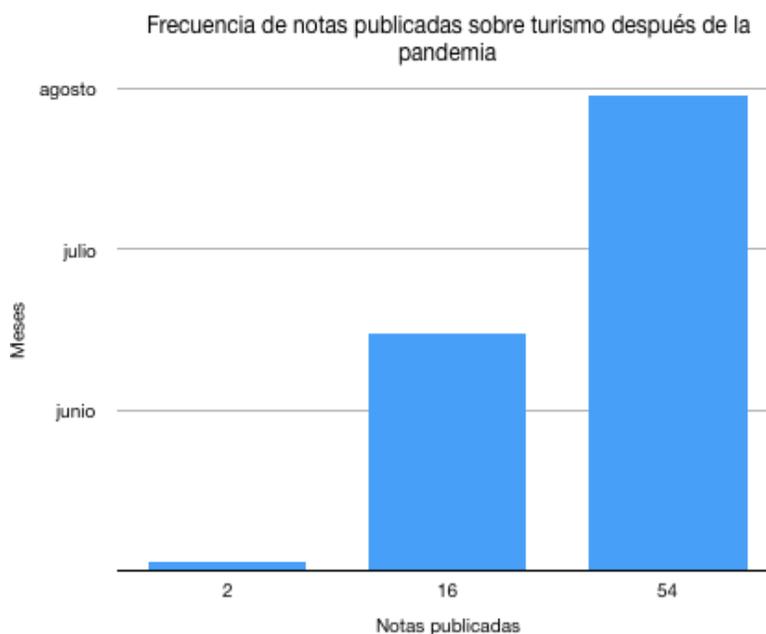
En el periodo analizado desde el 16 de junio del 2020 hasta el 16 de agosto del mismo año, se encontraron 73 notas de turismo y viajes que se analizaron dentro de una matriz de codificación de tres niveles. En el primer nivel de análisis, se ubicaron la fecha de publicación de las piezas, el medio de comunicación en el que fueron difundidas, el autor, la sección, el título de la nota, la extensión, las etiquetas y el URL.

En el segundo nivel de análisis se contabilizaron los temas de las piezas, los formatos, las fuentes y las características multimedia.

En el tercer nivel se observó el número de visitas, el número de imágenes y videos utilizados, el nivel de interactividad y los comentarios.

El análisis de contenido de las 73 piezas periodísticas aportó con contexto y con material informativo respecto a la proyección turística en la prensa durante el segundo trimestre de la pandemia para poder elaborar un diseño de contenidos alternativos para potenciar al sector turístico ecuatoriano, que consta en un blog que difunda información turística en formatos diversos que despierten el interés en viajar del lector. La alternativa de blog “Modo Viaje” potenciar al sector turístico a través del periodismo. Los resultados obtenidos se registraron en los gráficos a continuación y muestran la transversalidad de este asunto. En el primer gráfico se registró la frecuencia de notas publicadas sobre turismo durante el segundo trimestre de la pandemia.

Gráfico 1: Frecuencia de notas publicadas sobre turismo en el segundo trimestre de la pandemia



Fuente: *Ñan Magazine, Cuenca Ilustre*. Elaboración propia.

Como podemos observar en el gráfico número uno, durante el segundo trimestre de la pandemia no se publicaron muchos artículos sobre turismo. En junio apenas se publicaron dos piezas periodísticas difundidas por el medio *Ñan Magazine*. Por el lado de *Cuenca Ilustre*, las publicaciones sobre turismo empezaron a aparecer a partir de julio.

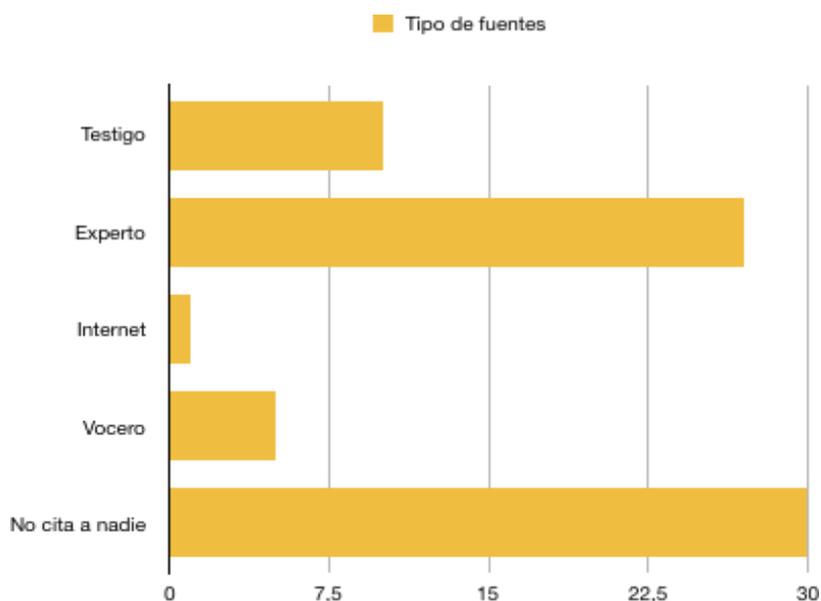
Y pese a que únicamente se estudió el segundo trimestre de la pandemia, cabe recalcar que ambas revistas no publicaron ni un solo artículo sobre turismo durante el primer trimestre de la pandemia. Este gráfico evidencia que después de la pandemia los medios de comunicación seguían re victimizando a la industria del turismo. El no publicar artículos sobre turismo en mi opinión es re victimizar a la industria ya que en vez de publicar piezas que busquen otros ángulos turísticos que se adapten a la pandemia, la prensa abandonó por completo a este sector, haciendo que se siga sintiendo víctima de la pandemia. En julio el número de publicaciones subió a 16, lo

cual sigue siendo bajo en comparación al numero de publicaciones de otros medios. Y finalmente en agosto hubo 54 publicaciones.

En este primer nivel de análisis, lo interesante de estudiar las fechas de publicación es que me pude dar cuenta que, en el periodo analizado, en un mismo día se publicaban alrededor de 30 piezas periodísticas en vez de ser difundidas progresivamente. Por ejemplo, el 11 de agosto se publicaron 30 piezas. De estas 27 fueron publicadas por Ñan y las restantes por Cuenca Ilustre. El 12 de agosto se publicaron 12 piezas seguidas.

La gran cantidad de notas periodísticas difundidas los ciertos días de agosto me llamo mucho la atención y me lleva a cuestionarme sobre si había material disponible porque no se publico progresivamente desde junio en vez de difundir todo en agosto. En el segundo gráfico se registraron el tipo de fuentes mencionadas en los artículos.

Gráfico 2: Tipo de fuentes externas consultadas y mencionadas en los artículos



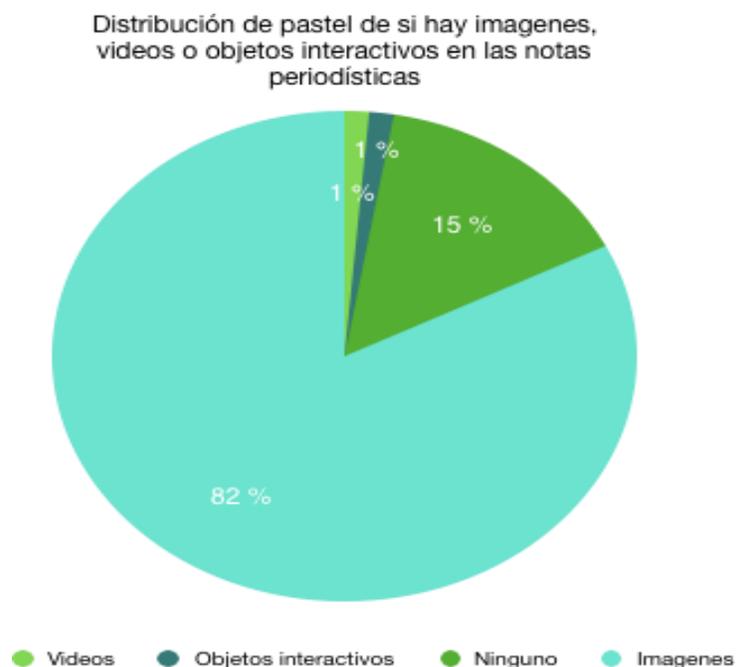
Fuente: Ñan Magazine, Cuenca Ilustre. Elaboración propia

En este segundo grafico se registra la cantidad de artículos que no contaron con ninguna fuente externa consultada. Sin lugar a duda, sorprendió que la mayoría de los artículos analizados no mencionaban a ninguna fuente. De 72 notas 30 de ellas no ofreció una confirmación de información, eso representa el 43% de las piezas entre dos medios; por lo tanto, y según el concepto de Burgueño, estos productos no podrían considerarse como periodísticos y caen en el amarillismo periodístico y podrían ser considerados rumores.

El 43% sí es un número relevante de notas, considerando la importancia e impacto actual que tienen los medios investigados. Ningún artículo escrito para un medio nacional debería publicarse sin una fuente confirmada ya que, como indica Martínez Albertos (1999), evitar el amarillismo y los rumores es un aspecto fundamental dentro del código deontológico y de ética del periodista.

Estas respuestas muestran que las características de los medios de turismo condicionan la introducción de fuentes como apoyo en la información y que las voces son expuestas sin mencionar donde o quién ha proporcionado esa información, al contrario de lo que ocurre en notas sobre política, salud o economía, lo que me hace llegar a la conclusión de que al periodismo turístico en el Ecuador no se le da la misma importancia que al periodismo de salud o de economía y que no se hace con suficiente profesionalismo.

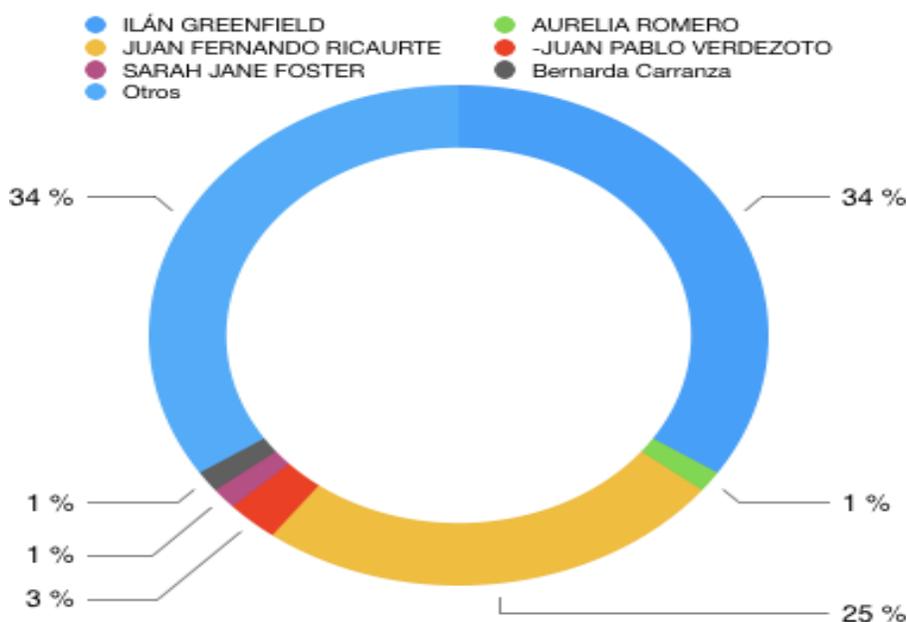
Gráfico 3: Uso de contenido multimedia en las notas periodísticas



Fuente: *Ñan Magazine, Cuenca Ilustre*. Elaboración propia

En el gráfico número tres podemos observar que el 82% de las notas periodísticas estudiadas solo cuentan con imágenes. Este gráfico demuestra la adaptación de los medios y el poco aprovechamiento que realizan de los recursos que ofrece el entorno digital para ofrecer productos periodísticos complejos y bien elaborados. El empleo de recursos como fotografía, video, infografía, hiperenlaces e interacción con el usuario es aún muy deficiente. Los artículos apenas contienen imágenes. Los vídeos y las infografías son escasos y, cuando los hay, su calidad es baja y no suelen ser de producción propia sino de terceros. Sorprende que las notas publicadas sobre turismo solo tuvieran imágenes y no contienen ningún otro formato multimedia, sin embargo, lo que sorprende aun más es que el 15% de las notas no tuvieran ningún elemento multimedia.

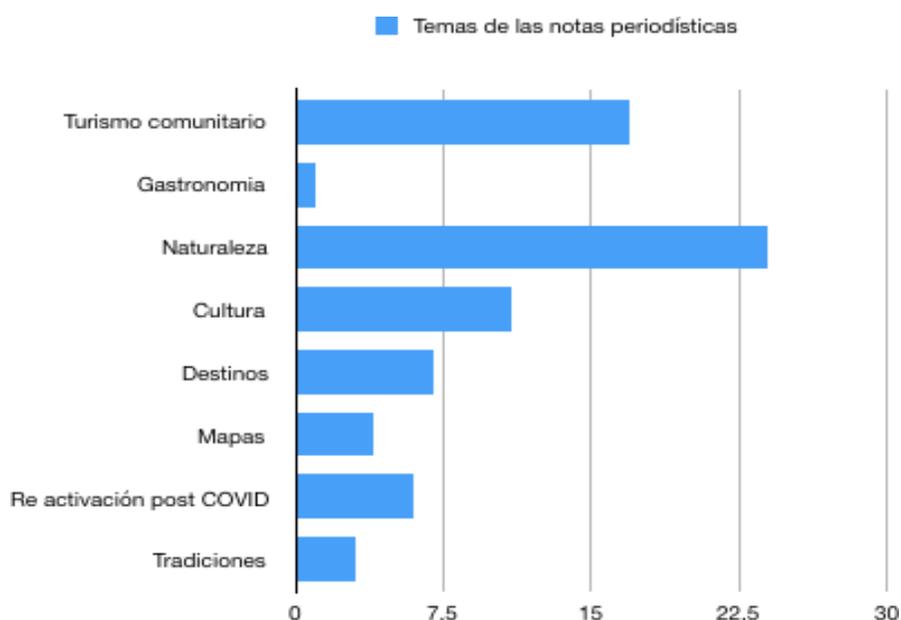
Gráfico 4: Frecuencia de autores de las notas periodísticas



Fuente: *Ñan Magazine, Cuenca Ilustre*. Elaboración propia

Otras posibles causas que explican la simplicidad en la presentación de las informaciones es la escasez de personal, que conduce al periodista a realizar una sobreproducción informativa. En este gráfico se puede evidenciar como Ilán Greenfield es el autor de la mayoría de las notas estudiadas tratándose de la revista *Ñan Magazine*. Greenfield es el autor del 34% de las notas publicadas en el periodo estudiado. En agosto este periodista llegó a publicar un total de 16 notas por día. Y por el otro lado, la segunda mayoría le corresponde a otros, que fue destinado para las notas que no mencionan al autor, que fue el caso de la revista *Cuenca Ilustre*, que en su mayoría las piezas no mencionaron al periodista.

Gráfico 5: Temas de las notas periodísticas



Fuente: *Ñan Magazanine, Cuenca Ilustre. Elaboración propia*

En el siguiente gráfico podemos observar que, de los 73 artículos difundidos, 17 fueron sobre turismo comunitario, 1 sobre gastronomía, 24 sobre naturaleza, 11 sobre cultura, 3 sobre tradiciones, 7 sobre destinos, 4 sobre mapas y rutas y 6 sobre la reactivación turística post COVID. Algo que noté durante esta investigación es que los temas de los pocos artículos que salían en la pandemia hablaban en su mayoría sobre turismo de naturaleza y turismo comunitario, lo cual me pareció muy preciso para los tiempos pandémicos en los que vivimos, ya que en vez de decirle al turista que no viaje del todo, se le ofrece alternativas adaptadas a la pandemia, sin re victimizar al sector. Sin embargo, también encontré aquellos artículos que seguían re victimizando al sector, que hablaban sobre las pérdidas de la industria, que en mi opinión no es un aporte relevante.

Discusión y conclusiones

A partir de los datos anteriores, se evidencia que el ejercicio del periodismo de turismo y viajes no tiene el espacio que merece dentro de la prensa ecuatoriana y que no se le da la relevancia que se le da a otras ramas del periodismo. Se puede concluir que durante el segundo trimestre de la pandemia la prensa seguía re victimizando al rector turístico en vez de empoderarlo a través de piezas periodísticas que fomenten al turismo desde nuevos ángulos que se adapten a la crisis sanitaria. Otra cosa que me pude dar cuenta es que la mayor parte de las 73 piezas estudiadas son publicadas en formato de noticias o reportaje, sin embargo, encontré solo un formato de crónica, que al igual que el resto de los formatos olvidados, puede ser una herramienta poderosa si se utilizan los elementos adecuados para evocar las experiencias y cautivar a los nuevos viajeros, lo que lleva a la conclusión de que los contenidos alternativos sobre viajes y turismo son escasos en el Ecuador. Además, se puede decir que el periodismo turístico no está respondiendo a la demanda de la audiencia ya que las nuevas generaciones demandan el consumo de información en diferentes formatos y es importante responder a esa demanda. El periodismo turístico en el Ecuador pudo haber sido una gran herramienta para la reactivación económica, sin embargo, según los resultados analizados anteriormente, los medios de comunicación en vez de fomentar destinos del país al aire libre y ofrecer una visión positiva, dejaron de publicar en el primer trimestre de la pandemia con la excusa de “las limitaciones de viaje”. Y a pesar de que durante el segundo trimestre de la pandemia ya se publicaron piezas, no fueron muchas. Las pocas notas publicadas en junio hablan de cuanto está perdiendo el turismo por la pandemia y de todas las limitaciones que existen. Recién en julio y agosto ya se empiezan a ver piezas que hablan sobre turismo comunitario y que fomentan turismo natural.

A su vez, se puede concluir que no solamente los contenidos alternativos sobre turismo y viajes son escasos en el Ecuador, pero también lo es la reflexión académica sobre la relación

periodismo y turismo, se podría decir que esta está en una fase inicial. En ese escenario, este artículo recoge los resultados de un trabajo de investigación que se planteó determinar como se proyecta la prensa ecuatoriana respecto a la coyuntura turística a partir del caso de estudio de los contenidos alternativos alrededor de las piezas publicadas en la revista *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre* y diseñar una propuesta de blog como contenido alternativo que potencie al sector turístico Ecuatoriano ayudándolo a salir de la crisis sanitaria de la cual no ha logrado salir por completo.

Alrededor de la primera parte de ese objetivo teórico- práctico, se evidencio que medios especializados en turismo como *Ñan Magazine* y *Cuenca Ilustre*, no han apostado por los contenidos alternativos y por las nuevas narrativas transmedia para ir de la interacción con sus audiencias al requerimiento de la producción de nuevos contenidos.

Para afrontar ese desafío, se optó por aplicar la propuesta de un blog de contenido alternativo que potencie al sector turístico ecuatoriano a través de información sobre viajes y turismo en formatos variados que realmente cautiven al lector a comprometerse con el sector turístico.

Un primer producto de dicha propuesta de blog fue un reportaje televisivo que abarcó la temática del turismo de vacunas que se difundió en la plataforma web de WIX. El formato se complemento de texto y de elementos visuales como imágenes, de un mapa interactivo, una infografía y un *podcast* en el que la opinión de expertos predomina. Esta propuesta mostró el contraste de lo que se publica actualmente en el periodismo turístico y lo que se debería hacer ahí mismo; puesto a que la opinión es importante, pero la investigación y la mención de fuentes externas es necesaria para que no deje de ser periodismo. Las fuentes de información se vuelven pertinentes cuando se difunde la información en múltiples medios, con distintos lenguajes y formatos para una infinidad de usuarios.

CAPÍTULO II

MODO VIAJE:

UN ESPACIO QUE NO TE DEJARÁ SALIR DE ESE ESTADO

En este capítulo se va a registrar el proyecto multimedia de un blog de viajes y turismo. Este blog será un espacio para difundir contenidos sobre turismo con el fin de afrontar el desafío de apostarle a los contenidos alternativos del periodismo ecuatoriano. A través de este blog también busco despertar el interés de viajar localmente en las personas y de esa manera aportar a la reactivación turística después de la pandemia. Según varios expertos en esta industria, el turismo sanitario y el turismo local serían las principales herramientas con las que esta industria podría salir adelante después de todas las afectaciones que sufrió tras la crisis sanitaria, por eso es mi motivación enfocarme en esta rama.

Este blog tendrá cuatro secciones: Ecuador, mundo, entrevistas, podcasts y reportajes. Los reportajes serán de género periodístico y no habrá un formato único. Cada historia será contada en diferentes lenguajes y formatos: a través de reportajes audiovisuales, relatos de texto, entrevistas, podcasts, crónicas, infografías e imágenes interactivas, este proyecto multimedia busca informar y despertar interés en viajar. La idea es hacer reportajes que integren varios formatos que se complementen entre sí: texto, imágenes, audio y video.

Un blog es una página web en la que se publican regularmente artículos cortos con contenido actualizado y novedoso sobre temas específicos libres. Escogí hacer un blog y no una página web porque busco involucrar la interactividad y participación de la audiencia, que son aspectos clave

de las nuevas narrativas. Me gustaría lograr construir una comunidad digital de personas amantes de la lectura y de los viajes.

Planificación y ejecución: Cronograma y presupuesto

Para la planificación de este proyecto web se elaboró un cronograma de planificación y ejecución. Tanto la elaboración del *paper* como también la elaboración del proyecto multimedia tuvieron una duración de 16 semanas. La primera actividad se realizó en enero del 2021 y la última actividad en mayo del 2021. La elaboración de este trabajo de titulación se desarrolló desde la delimitación del tema, seguido del desarrollo de la problematización, justificación, pregunta de investigación, redacción de objetivos, redacción del capítulo 1 y del *paper* académico. Después del *paper* se elaboró el proyecto web con sus diferentes formatos. En las últimas dos semanas se realizó la redacción del capítulo 2 y 3 para posteriormente hacer la entrega final del trabajo el 13 de mayo.

Tabla #1: Cronograma de planificación del proyecto multimedia

MES	ENERO		FEBRERO			MARZO				ABRIL				MAYO		
ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
Delimitación del tema	x	x														
Problematización y justificación		x	x													
Pregunta de investigación			x													
Redacción de los objetivos				x												
Capítulo 1					x	x	x	x	x	x						
Redacción del paper								x	x	x	x					
Proyecto Web Formato 1										x	x	x				

Proyecto Web Formato 2												X	X	X		
Capítulo 2														X		
Capítulo 3															X	
Entrega del trabajo final																X

Tabla 1- Elaboración propia

Además, se realizó una tabla de presupuesto que me ayudó a sistematizar y organizar mi tiempo de manera que pudiera realizar las actividades establecidas de manera efectiva

Tabla #2: Presupuesto del proyecto

Proyecto	Valor	Unidades	Tiempo	Costo
Personal				
Coordinador	\$ 500,00	1	Mensual	\$ 500,00
Redactor	\$ 500,00	1	Mensual	\$ 500,00
Webmaster	\$ 200,00	1	Mensual	\$ 200,00
Camarógrafo	\$ 225,00	1	Mensual	\$ 225,00
Diseñador	\$ 225,00	1	Mensual	\$ 225,00
Subtotal				
Costos indirectos				
Agua	\$ 5,00	1	Mensual	\$ 5,00
Luz	\$ 10,00	1	Mensual	\$ 10,00
Internet	\$ 15,00	1	Mensual	\$ 15,00
Teléfono	\$ 5,00	1	Mensual	\$ 5,00
Datos móviles	\$ 6,00	1	Mensual	\$ 6,00
Subtotal				
Equipos				
Computadora	\$ 1.500,00	1	Único	\$ 1.500,00
Licencia Adobe	\$ 29,99	1	Mensual	\$ 29,99
Dominio Página web	\$ 12,25	1	Mensual	\$ 12,25
Celular	\$ 1.000,00	1	Único	\$ 1.000,00
Licencia Zoom	\$ 14,99	1	Mensual	\$ 14,99
Subtotal				
Movilización				
Metro y buses	\$ 15,00	1	Quincenal	\$ 13,00
Subtotal				
Costos varios	\$30	1	Único	\$80

Total	
\$	4.293,23

Tabla 2 – Presupuesto de proyecto

2.1.1 Proyecto multimedia

Modo Viaje es un blog creado en la plataforma gratuita de WIX. Este espacio digital busca informar al lector sobre noticias sobre viajes y turismo y a la misma vez busca motivarlo a viajar de manera segura ante los tiempos pandemicos en los que vivimos. La plataforma busca a través del periodismo, insiprar a los lectores a viajar y reactivar dicha industria. Para el lanzamiento de este blog se publicó un reportaje periodistico que gira alrededor del turismo sanitario, que está compuesto por dos formatos multimedia: un reportaje audiovisual y un podcast. El reportaje tambien cuenta con material de apoyo informativo como un mapa interactivo y una infografia. El blog cuenta con un espacio para crear foros, comentar y sugerir, formando de esta manera una comunidad cibernetica, que es otra de mis motivaciones.

Enlace de visualización: www.milkhamakhouldymor.wixsite.com/modoviaje



Ilustración 1: Modo Viaje página de inicio.

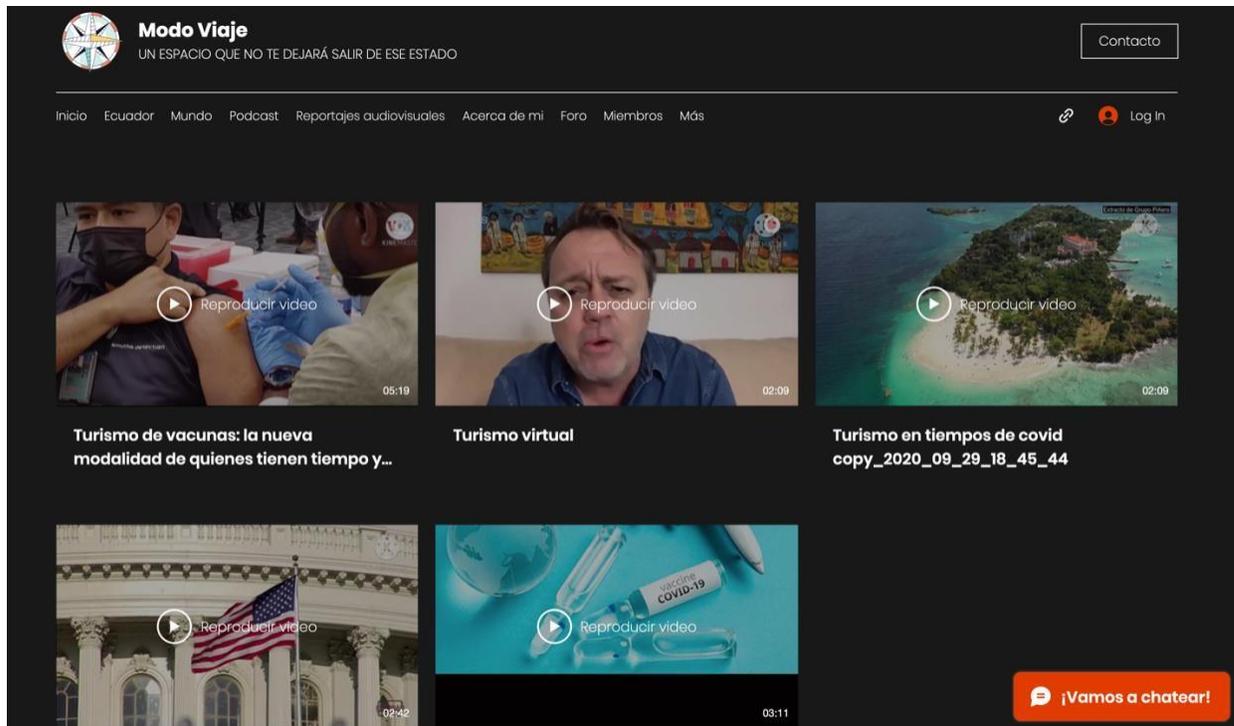


Ilustración 2: Sección de reportajes audiovisuales



Ilustración 3: Modo viaje. Sección de podcast

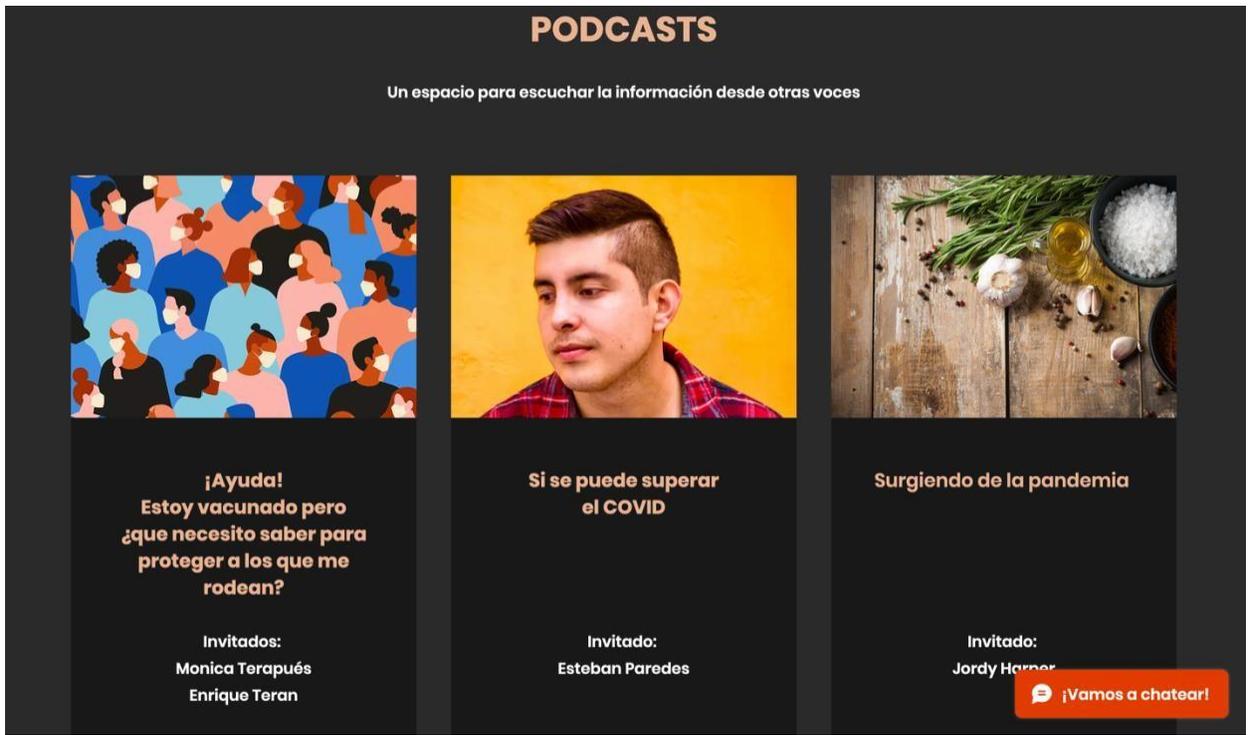


Ilustración 4: Sección de podcast

2.1.2 Formato 1: Turismo de vacunas. La nueva inversion de quienes tienen tiempo y dinero.

En este primer formato se presentará un reportaje audiovisual para TV donde se cuente sobre esta nueva modalidad turística para vacunarse que algunos países están implementando conocida como: turismo de vacunas. Se trata de más que una moda: ciertas agencias de viaje internacionales ofrecen a sus clientes paquetes turísticos en donde ofrecen a los turistas visitar lugares interesantes del país y de paso conseguir la tan ansiada vacuna. Los países que ofrecen esta iniciativa, que tiene un sentido humanitario y a su vez busca favorecer el sector turístico del país, son: Serbia, India, Cuba, Las Islas Vírgenes, Dubái y Rusia. El reportaje será construido con entrevistas de archivo y entrevistas en zoom. La primera entrevista de archivo será de Vicente Verez, director de vacunación de la Habana. Las siguientes entrevistas serán de agencias de viaje que ofrezcan estos paquetes (Zenith Holidays), (Gem Tours & Travels). Y finalmente el reportaje contara con la voz de una epidemióloga ecuatoriana: Andrea Gómez Ayora y de Rodrigo Enríquez. El reportaje también busca informar sobre el turismo médico el que, por un lado, es una iniciativa para la reactivación turística. Sin embargo, busca también presentar la otra cara de la moneda, que puede ser el secuestro de vacunas.



Modo Viaje
UN ESPACIO QUE NO TE DEJARÁ SALIR DE ESE ESTADO

Inicio Ecuador Mundo Podcast Reportajes audiovisuales Acerca de mí Foro Miembros Más

Contacto

Log In

Turismo de vacunas: una modalidad para quienes tienen tiempo y dinero

Estados Unidos y más países apuestan por el turismo de vacunas para atender la demanda de inmunidad y la reactivación del turismo. Que numerosos países hayan podido acceder a más vacunas de las necesarias han llevado a que el cuestionado turismo de vacunas tome cada vez más fuerza como una opción para alcanzar la inmunidad. Además de Estados Unidos, que hasta el momento es el destino más accesible, Cuba, Dubái, Maldivas, Rusia, India y Serbia también se han unido a la vacunación de viajeros como una iniciativa para reactivar el turismo.

¡Vamos a chatear!

Ilustración 5: Reportaje multimedia sobre el turismo de vacunas

Por el momento, Estados Unidos es el destino más notable y accesible para los turistas. El impacto que esta modalidad ha tenido hasta el momento en la reactivación turística, está haciendo que otros países como Alaska se animen a implementarlo. Sin embargo, como menciona a continuación el experto en epidemiología, Daniel Simancas, para que un país pueda implementar este turismo tiene que haber primero indemnizado al menos al 30% de la población. Alaska ya se encuentra en dicho proceso, por lo que a partir del 1 de junio del presente año empezará a vacunar a los turistas que lleguen.

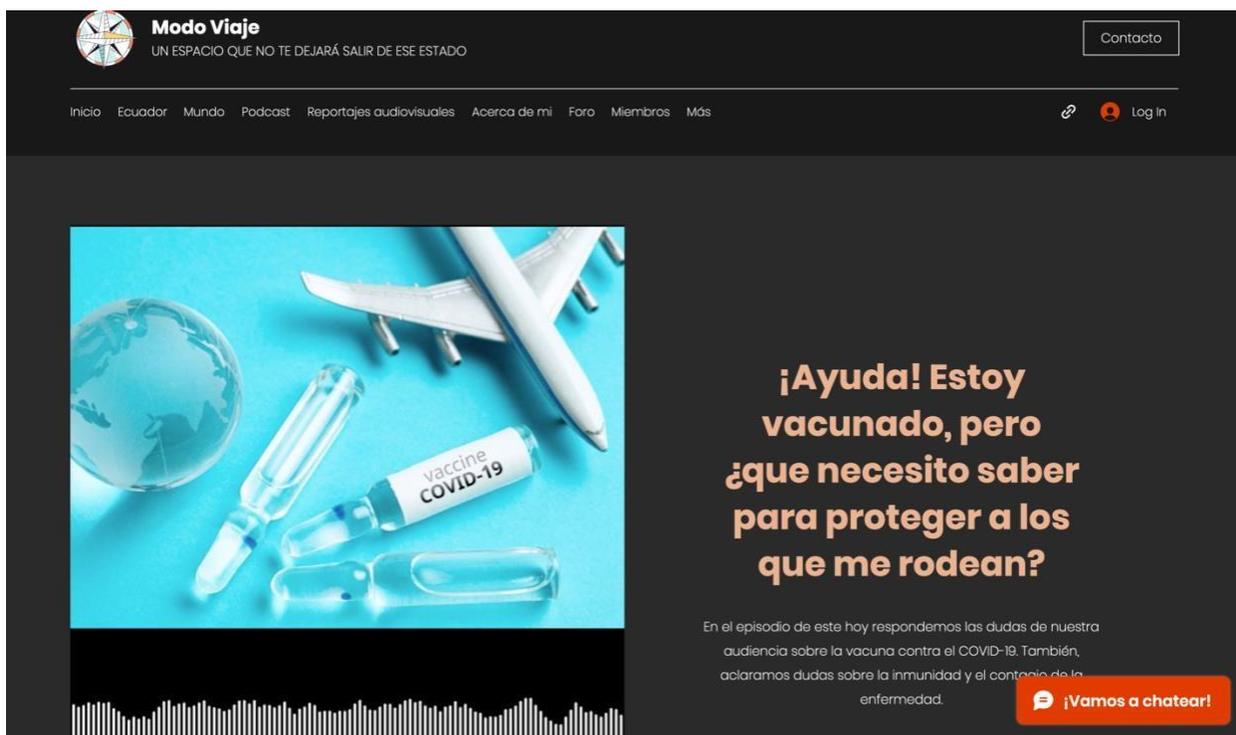


¡Vamos a chatear!

Ilustración 6: Formato #1 "Reportaje audiovisual"

Formato 2: ¡Ayuda! Estoy vacunado, pero ¿que necesito saber para proteger a los demás?

A medida que aumentan las tasas de vacunación doméstica, más personas viajan o planean hacerlo. Sin embargo, muchas personas aun tienen dudas sobre si al ser vacunados podrá volver a comportarse como antes. Por ello, este segundo formato trata de un podcast que busca explicar a través de la voz de dos expertos en farmacología: Mónica Terapué y Daniel Simancas si bien las vacunas contra el Covid-19 son muy buenas para proteger a las personas de enfermarse gravemente o de la muerte. Este podcast es una guía para viajar de manera segura basado en las normas de seguridad de la CDC donde se invita a los viajeros a no dejar de usar la mascarilla, lavarse las manos, esperar dos semanas después de la segunda vacuna para viajar y hacerse una prueba antes de viajar.



Modo Viaje
UN ESPACIO QUE NO TE DEJARÁ SALIR DE ESE ESTADO

Inicio Ecuador Mundo Podcast Reportajes audiovisuales Acerca de mí Foro Miembros Más

Contacto

Log In

¡Ayuda! Estoy vacunado, pero ¿que necesito saber para proteger a los que me rodean?

En el episodio de este hoy respondemos las dudas de nuestra audiencia sobre la vacuna contra el COVID-19. También, aclaramos dudas sobre la inmunidad y el contagio de la enfermedad.

¡Vamos a chatear!

Ilustración 7: Formato 2 "Podcas"

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ALREDEDOR DEL PERIODISMO DE TURISMO

Esta investigación analizó los contenidos periodísticos alternativos de turismo y viaje después de la pandemia en dos medios de comunicación nativos digitales: *Ñan magazine* y en la revista *Cuenca Ilustre*. El primero es una revista de viajes de Ecuador escrita por viajeros para viajeros. El contenido que difunde este medio independiente es sobre rutas de viaje por rincones mágicos del Ecuador y sobre gastronomía.

Por otro lado, *Cuenca Ilustre* es una revista cuyo objetivo fundamental es lograr una concienciación ciudadana referente al rescate y preservación de los valores intrínsecos de nuestra cultura, tradiciones y recursos turísticos únicos de la región austral. Alrededor de los contenidos de ambas publicaciones se planteó la pregunta: ¿cómo los contenidos alternativos del periodismo turístico y de viajes puede ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia?

En ese marco, esta investigación es importante por varias razones. En primer lugar, porque la pandemia no ha terminado. En segundo lugar, porque académicamente no hay estudios de calidad disponibles aplicados a la información turística y de viajes, ni tampoco sobre contenidos alternativos. Esta investigación también es importante por que al ser el turismo uno de los pilares principales de la economía de nuestro país, es importante utilizar las herramientas del periodismo turístico para potencializar a esta industria de la que depende en gran escala el Ecuador y el mundo.

Para responder este interrogante se siguió este proceso: La reconstrucción del contexto mediático en el que se evidenció que esta área ha sido tratada desde un punto comercial y se solía creer que el deber del periodista turístico era promocionar lugares en lugar de educar, denunciar

e informar sobre esta industria. Sin embargo, cabe recalcar que en las piezas periodísticas analizadas no se evidenció la respuesta a intereses comerciales o otros intereses más que los de pluralidad. Si bien el periodismo turístico ya no presenta evidencia de pauta como presentaba en tiempos de antaño, aun presenta ciertas falencias que demuestran que el buen ejercicio de esta especialidad periodística está en proceso, sin embargo, le queda un largo camino. Al ser *Ñan y Cuenca Ilustre* las únicas revistas que difunden específicamente contenido turístico, se puede concluir que evidentemente existe una insuficiencia de periodismo turístico en el país que se podría ver repercutido en la reactivación de esta industria.

Si bien no hay suficientes medios de comunicación especializados en turismo, los pocos que hay actualmente no están respondiendo a la demanda de los lectores que buscan formatos multimediales que realmente los inspiren a viajar. También se evidenció que los pocos medios de comunicación turísticos que hay hacen un mayor énfasis en destinos lejanos en vez de promocionar el turismo comunitario, que, según la Organización Mundial del Turismo, sería el primer paso para sacar a la pandemia adelante, incentivar el turismo interno.

Esta investigación también llegó a la conclusión de que la información turística y de viajes, no es competencia exclusiva de los medios especializados, sino que se puede localizar en una gran diversidad de medios: diarios generalistas, publicaciones especializadas en otros temas (ocio, gastronomía, deportes, etc.), programas de radio, televisión digital, video, podcast, aplicaciones para formatos móviles, blogs entre otros medios no especializados en periodismo turístico. Por lo que se considera preciso crear diversas categorías y subcategorías para clasificarlas y estudiarlas en profundidad de forma individual.

En ese marco se diseñó una metodología como método de investigación. La metodología usada en este trabajo de investigación de carácter descriptivo se basó en un análisis de contenido

por lo que se utilizó un método de investigación cuali cuantitativo. El análisis de contenido se aplicó a 73 notas periodísticas en tres niveles de codificación. Los datos que se obtuvieron a partir de la matriz de codificación fueron que los medios de comunicación ecuatorianos están revictimizando a la industria del turismo en vez de responder a la demanda de la pandemia con contenidos alternativos que inspiren a los lectores a viajar, no ahora, pero si después. Los medios tienen una responsabilidad sobre sus hombros más que nunca de despertar el interés en viajar en el lector y ayudar a sacar adelante a esta industria. Esta conclusión principal se registro en el *paper*, el que me ayudó a crear mi proyecto multimedia llamado: Modo viaje, un blog que busca ser un aliado del turismo sembrando en el lector un interés por viajar y conocer lugares al terminar la pandemia.

Mi proyecto multimedia integra los resultados del artículo académico ya que definitivamente si hubo enlace entre este y la conclusión del paper. El portal *modo viaje* propone un blog sobre periodismo turístico en donde se integren nuevas narrativas de contenidos alternativos conformados por texto, imágenes, audio y video, de manera que sea mas atractivo de leer para el lector y que realmente logre el objetivo de cautivar al lector y motivarlo a viajar. El sitio busca integrar varios formatos periodísticos para lograr realmente convencer al lector a viajar. Como mencione antes, según la organización mundial de la salud, el periodismo comunitario sería el primer avance de la recuperación turística por lo que en mi blog tengo una sección llamada ‘Ecuador’ que busca animar a los ecuatorianos a conocer su propia región y cultura.

Este proyecto web busca ayudar a la culturización, en el sentido que el lector despierte un interés en no solo conocer lugar desconocidos sino de conocer su mismo país y cultura, despertar un interés por el turismo comunitario. A través de contenidos alternativos de

periodismo turístico, mi proyecto multimedia busca ayudar al sector turístico a salir adelante después de la pandemia, siendo una herramienta de motivación e inspiración de futuros viajeros. Como recomendación final, es importante reconocer que el periodismo de turismo y de viajes en el Ecuador necesita un espacio dentro de la cobertura mediática nacional. Sin embargo, para ello se debe dar lugar a la especialización periodística en turismo en las universidades, para que se puedan formarse profesionales que sepan cubrir con profesionalismo esta área. Como técnica de investigación esta experiencia ofrece un el contexto histórico detallado del periodismo de turismo y viajes, terminología y resultados obtenidos sobre como el periodismo puede ser un pilar fundamental para la reactivación económica del turismo, lo que indiscutiblemente contribuirá a la formación académica y profesional de periodistas. E incluso puede servir como contexto para futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belenguer Jané, M. (2002). *Periodismo de viajes: Análisis de una Especialización Periodística*. Sevilla: Comunicación Social.
- Fernández Poyatos, M. D. y Aguirre Goitia Martínez, A. (2014): *Publicidad y relaciones públicas en la promoción turística del patronato Costa Blanca. 2008 - 2010. Historia y Comunicación Social*. (Vol. 19).
- Foro de periodismo turístico. Acceso el 3 de marzo del 2021, desde <https://www.periodismoturistico.org>
- García Marín, J. (2018). *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red*. (Doctorado). UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Hanusch, F. (2009). "Taking travel journalism seriously: Suggestions for scientific inquiry into a neglected genre." Brisbane: Creativity and Global Citizenship.
- IRALA HORTAL, Pilar (2014): "Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 1 (enero-junio), págs.: 147-158. Madrid, Ser vicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Ledhesma, M. (2017). *Manual del periodista turístico* (1st ed.). Buenos Aires: Andrea Barrientos.
- Ledhesma, M. (2016). *Mapa de medios especializados en turismo en Latinoamérica, España y Estados Unidos* (1st ed.). Buenos Aires: Bárbara Blati.
- Ledhesma, M. (2016). *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales* (1st ed.). Buenos Aires: Miguel Ángel Ledhesma.
- Ledhesma, M. (2020). *Historia del periodismo turístico: futuro, presente y pasado* (1st ed.). Buenos Aires: Organización Mundial del Periodismo Turístico.

Ledhesma, M. (2016). Código de Ética de las y los Periodistas Turísticos. Buenos Aires: OMPT

Manrique Guerra, F. (Comp.) (1996). *La prensa turística en América Latina*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Ruschmann, D., Thomé da Cruz M. H. y Duquia Giumellí O. (2009). “Análisis de los procesos de producción y recepción de los artículos periodísticos sobre turismo”; Buenos Aires: *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 18. Págs. 587-567. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v18n5/v18n5a04>

Velásquez Villacís, M., (2017). *Estudio sobre la falta de identidad cultural y redacción periodística en las revistas de turismo, tomando como referencia la ciudad de Guayaquil*. Licenciatura. Universidad de Guayaquil.

ANEXO A

Formato 1: Planificación del reportaje multimedia

Tema: Turismo de vacunas: la nueva inversión de quienes tienen tiempo y dinero.

Antecedente: Algunos países han implementado una nueva modalidad turística para vacunarse conocida como: turismo de vacunas. Se trata de más que una moda: ciertas agencias de viaje internacionales ofrecen a sus clientes paquetes turísticos en donde ofrecen a los turistas visitar lugares interesantes del país y de paso conseguir la tan ansiada vacuna. Los países que ofrecen esta iniciativa, que tiene un sentido humanitario y a su vez busca favorecer el sector turístico del país, son: Serbia, India, Cuba, Las Islas Vírgenes, Dubái y Rusia

Fuentes: Entrevista de archivo Vicente Verez, director de vacunación de la Habana, agencias de viaje que ofrezcan estos paquetes (Zenith Holidays), (Gem Tours & Travels), una epidemióloga ecuatoriana (Andrea Gomez Ayora) y un epidemiólogo ecuatoriano (Rodrigo Enriquez).

Propuesta de título: Turismo de vacunas: la nueva inversión de quienes tienen tiempo y dinero.

Cuestionario para entrevistados: Un combo vip que incluye: alojamiento de lujo y vacuna contra el COVID-19.

¿El turismo médico existe desde antes del COVID-19?

Costa Rica: “destino ‘COVID-free, que opina sobre esta modalidad?”

Elementos gráficos: videos de archivo de los destinos turísticos que ofrecen esta opción, fotos, infografía sobre precios, la parte legal, comparar los destinos en un mapa interactivo que informe el costo, el procedimiento legal, seguridad.

ANEXO B

Formato 2: Cuestionario Podcast

Tema: Viajes y Vacunas

Antecedentes: A medida que aumentan las tasas de vacunación doméstica, más personas viajan o planean viajar. Sin embargo, muchas personas aun tienen dudas sobre si al ser vacunados podrá volver a comportarse como antes. Por ello es importante explicar que si bien las vacunas contra el Covid-19 son muy buenas para proteger a las personas de enfermarse gravemente o de la muerte, no se ha comprobado que eviten el contagio de la persona inmunizada y luego que esta se la propague a otras. Este reportaje es una guía para viajar de manera segura basado en las normas de seguridad de la CDC donde se invita a los viajeros a no dejar de usar la mascarilla, lavarse las manos, esperar dos semanas después de la segunda vacuna para viajar y hacerse una prueba antes de viajar.

Fuentes: experto en farmacología (María Belén Mena) (Enrique Terán)

Propuesta de título: Viajes y vacunas: todo lo que necesita saber antes de su siguiente aventura

Propuesta de intertítulo: Estar vacunado implica la responsabilidad de cuidar al prójimo

- ¿Se puede contraer el virus después de ponerse la vacuna?
- .-¿Se puede contagiar el virus después de ponerse la vacuna?
- ¿Cuánto dura la inmunidad de la vacuna?

Elementos gráficos: infografía, podcast, mapa interactivo de como esta el tema de vacunas en Ecuador.

ANEXO C

**Hoja de codificación para análisis de contenidos
sobre el periodismo de turismo**

I. Datos de identificación:

1. **Código numérico:** En orden ascendente: (1-2-3-4-5-6-7-8, etc.)
2. **Fecha:** M-D-A
3. **Medio de comunicación:** - Ñan Magazine=1
- Cuenca Ilustre=2
4. **Sección:**
 - Explora Ecuador=1
 - Que comer=2
 - Dónde dormir=3
 - Actividades=4
 - Uno con el Planeta=5
 - Tienda Ñan=6
 - Noticias Turísticas=7
5. **Título de la nota:** Nombre del artículo
6. **Extensión de la pieza periodística:**
 - Una página=1
 - Dos páginas=2
 - Tres páginas=3
 - Cuatro páginas=4
 - Cinco páginas o más=5
7. **Autor:**
 - ILÁN GREENFIELD=1
 - AURELIA ROMERO=2
 - JUAN FERNANDO RICAURTE=3
 - JUAN PABLO VERDEZOTO=4
 - SARAH JANE FOSTER=5
 - Bernarda Carranza=6
 - OTRO=7
8. **Etiqueta:**
 - Andes=1
 - Quito y alrededores=2
 - Arqueología=3
 - Pichincha=4
 - Mundo colonial=5
 - Naturaleza y aventura=6
 - ninguna=7
 - turismo=8

9. **URL:** Enlace del artículo

II. Características de la información y contenido

1. Temas:

- Turismo comunitario=1
- Gastronomía=2
- Naturaleza=3
- Cultura=4
- Tradiciones=5
- Destinos=6
- Mapas=7
- reactivación turística post COVID=8

2. Formato:

- Noticia=1
- Noticia ampliada=2
- Informe periodístico=3
- Reportaje=4
- Crónica=5
- Perfil=6
- Otras=7

3. Fuentes:

- Testigo=1
- Experto=2
- Internet=3
- Vocero=4
- No cita a nadie=5

4. Características:

- reportaje escrito=1
- reportaje audiovisual=2
- reportaje interactivo=3

III. Contenido Multimedia

1. Número de visitas en el sitio web:

2. Imágenes:

- No tiene imagen=1
- Tiene una o más imágenes=2

3. Videos:

- No tiene videos=1

