

APORTES PARA EL PERIODISMO TURÍSTICO POR PERIODISTAS TURÍSTICOS

DIRECTOR GENERAL
Miguel Ledhesma

COMPILADOR
Maria Linares



Director General: Miguel Ledhesma

Compilador: María Linares

Autores:

Adela Castillo

Alejandra Álvarez

Alejandra Valverde

Armando Pedraza

Daniela Borghetti

Irene Alvarez

Juan Pablo Ferrin

Mariana Carrillo

Maira Holsbach

María Isabel Irusta

Mariel Cabrujas

Noelia Ovando

Romina Degiorgis

Diseño de Portada y Contraportada: Darwin Arévalo

Índice

Resumen	5
Dedicatoria y Agradecimientos.....	7
Introducción.....	8
Capítulo I: Biblioteca Digital en Periodismo Turístico.....	14
Capítulo II: Concepción del Periodismo Turístico y la Necesidad de Formación del Profesional.....	49
Capítulo III: ¿Cuáles son las Tecno-Competencias que deben Manejar los Periodistas Turísticos para el Ejercicio de la Profesión.....	94
Capítulo IV: El Desafío de hacer Periodismo Turístico.....	118
Capítulo V: El Periodista Turístico Freelance: Retos éticos y Revalorización de su Imagen en el Gremio.....	139
Capítulo VI: El Posicionamiento de los Gestores de Reservas y el Periodismo Turístico.....	172
Capítulo VII: Ética y Responsabilidad en Venezuela: Pilares del Periodismo Turístico.....	198
Capítulo VIII: Importancia de la Historia para el Periodismo Turístico....	218
Capítulo IX: La Importancia de Internet para la Difusión del Periodismo Turístico.....	247

Capítulo X: "Periodismo de Lugares vs Periodismo Turístico".....	258
Capítulo XI: Periodismo Turístico Online en Córdoba: "Herramienta fundamental para el Turismo Sostenible.....	286
Capítulo XII: "Periodismo Turístico vs Periodismo de Viajes.....	319
Capítulo XIII: Proyecto para la Creación del Comité Internacional de Ética de Periodistas Turísticos.....	354

Resumen

Aportes de Periodismo Turístico por Periodistas Turísticos es una compilación de trabajos realizados por los participantes del Diplomado en Periodismo Turístico Online en su primera edición 2014, dictado por la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos que comienza con propuestas como: Biblioteca Digital en Periodismo Turístico gratuita disponible para todo el que se interese en temas de Periodismo, Turismo y Periodismo Turístico sin necesidad de tener usuario y contraseña o carnet estudiantil para poder leer un libro.

Igualmente, Concepción del Periodismo Turístico y la Necesidad de Formación del Profesional hacen énfasis en la especialización de los periodistas en la fuente Turismo porque según encuestas realizadas muchas personas manejan un concepto erróneo de periodismo turístico vinculándolo con la promoción o publicidad de destinos turísticos.

De igual manera contiene ¿Cuáles son las Tecno-Competencias que deben manejar los periodistas turísticos para el ejercicio de la profesión? La autora de este tema expresa que el periodista turístico necesita tener conocimientos de edición de audio y vídeo, usar las redes sociales, páginas webs. También debe ser analítico y crítico.

Muchos periodistas se encuentran con el Desafío de hacer Periodismo Turístico porque el periodista turístico no tiene una tarea fácil para lograr información directa de las fuentes, establecer contacto con las autoridades, empresarios y personas relacionadas con el sector turismo.

Además se desarrollaron e investigaron temáticas referentes a la ética en el periodismo turístico, diferencias entre periodismo turístico, Freelance, de viajes y lugares. También la importancia de la historia para el periodista, culminando con el proyecto de Comité Internacional de Ética de Periodistas Turísticos.

Summary

Contributions for the Journalism Tourist for Journalists Tourist is a compilation of works by participants of the Diploma in Tourism Online Journalism in its first edition 2014, issued by the Latin American Alliance of Tourism Journalists starting with proposals such as: Digital Library available for free Tourist Journalism anyone who is interested in issues of Journalism, Tourism and Tourism Journalism without requiring user name and password or student ID to read a book.

Similarly, Conception of Tourism Journalists and Professional Training Need emphasize specialization of journalists in the tourism source because according to surveys conducted many people handle a misconception tourist journalism linking to the promotion or advertising of tourist destinations.

Similarly contains What are the skills that Techno-tourism journalists should handle the exercise of the profession? The author of this theme expresses the tourism journalist needs to have knowledge of audio editing and video using social networking websites. It must also be analytical and critical.

Many journalists meet the challenge of Tourism Journalism because the tourism journalist does not have an easy task to obtain information directly from the sources, establish contact with the authorities, businessmen and people involved in the tourism sector.

They also developed and investigated themes relating to ethics in tourism journalism, differences between tourism journalism, Freelance, travel and places. Also the importance of the story to the reporter, culminating in the draft International Ethics Committee of Tourism Journalists.

Dedicatoria

A la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos

Agradecimientos

Al profesor Miguel Ledhesma formador de profesionales críticos y con ética en el área de periodismo turístico.

Al profesor Alexander Azacón por la paciencia en la 2da. Edición del diplomado en periodismo turístico, grupo Venezuela.

A todos los aportes de los participantes del diplomado en periodismo turístico primera edición 2014.

A Darwin Arévalo y a Diana Beltrán por su colaboración en la portada y contraportada.

A todos los avales del diplomado periodismo turístico 2015.

Introducción

A los efectos de un mejor entendimiento sobre el periodismo, el turismo y el periodismo turístico, se citan las siguientes explicaciones tomadas del libro Periodismo Turístico: Muchos principios y algunos finales de Miguel Ledhesma:

Periodismo:

Cinco son los principios básicos e inherentes al periodismo. El primero es el de la **actualidad**, la información que un periodista construye, por más que trate de un hecho pasado o futuro, está inevitablemente anclada al presente; los historiadores hablarán de la llegada de Colón a América, no los periodistas, a menos que la realidad actual así lo demande.

El segundo fundamento es el de la **masividad**, es decir que si los hechos no se dan a conocer y no son accesibles para la mayor cantidad posible de personas, nada tendrán de periodístico. La **mediación** es el tercero de los principios, ya que el periodismo está íntimamente ligado a la existencia de medios de comunicación; alguien que se pare en medio de la plaza a cantar noticias, será un juglar y no un periodista.

En cuarto lugar nos encontramos con la **periodicidad**, que es la que le da nombre al periodismo, y marca la regularidad y frecuencia con las que el periodista realiza su trabajo informativo; el poeta también puede informar, opinar o denunciar, pero su trabajo nada tendrá que ver con la constancia, con la reiteración, con lo periódico.

El último de los principios tiene que ver con la búsqueda del **bien común**, un periodista no trabaja guiado por sus intereses ni los de su medio de comunicación; como actividad social que es, el periodismo revela, informa, denuncia y crítica sobre todo aquello que pueda dañar o que sea significativo para el conjunto de los ciudadanos, lo que traerá aparejado el equilibrio informativo y el no abuso de la subjetividad.

Estos principios nos permiten diferenciar la actividad periodística de la literaria y de la publicitaria, confusión que se da muy a menudo cuando a periodismo turístico se refiere. El periodista gráfico, o de la prensa escrita, y el literato serán ambos escritores, pero la actividad literaria, por más realista que busque ser, no podrá nunca reunir de manera completa los cinco principios anteriormente mencionados, porque se trataría de periodismo. Deborah Potter en su Manual de Periodismo Independiente (2006:9) resuelve el segundo problema: "el periodismo es algo más que la simple publicación de información a partir de los hechos. También la propaganda se puede basar en hechos, pero éstos son presentados en forma calculada para influir en la opinión de la gente... los profesionales de las relaciones públicas también usan hechos, pero solo muestran un lado de la historia. En cambio, el periodista se esfuerza por ser imparcial y presentar el cuadro completo. Pugna por relatar una historia precisa y auténtica".

En síntesis, el periodismo es una actividad dedicada a la búsqueda, jerarquización y publicación mediada, regular y masiva, de información veraz que está relacionada con la actualidad. Esa información tiene siempre un precio e implica la labor de un periodista que busca informar y entretener, así como también interpretar o denunciar la realidad, para contribuir al conocimiento que las sociedades tienen sobre el entorno y de la vida en democracia.

Turismo:

Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas ... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no

gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas (Ledhesma, M., 2014).

Citado por la Dirección General de Enseñanza de Jóvenes y Adultos de la provincia de Córdoba (2008:210), Francesco Frangialli, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, considera que "la actividad turística gira esencialmente en torno a personas: encontramos viajeros, anfitriones y empleados que establecen vínculos comunicativos, intercambian valores culturales, se reconocen en la diversidad y practican la tolerancia".

Beni (2008:03) define al sistema turístico como al "conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo". Los atractivos turísticos, los servicios y la infraestructura son los elementos básicos que posibilitan la actividad turística.

"Tendremos los atractivos naturales (ríos, sierras, etc.), los acontecimientos programados (carnavales, exposiciones, eventos deportivos, etc.), las realizaciones artísticas, científicas o técnicas contemporáneas (minas, parques astronómicos, etc.), los museos y manifestaciones culturales históricas (museos, lugares históricos y arqueológicos, etc.) y el folclore (danzas y música, bebidas y comidas típicas, etc.)"... Entre los servicios encontramos: "transporte, alojamiento, restauración, compras, agencias de viajes, entretenimiento; y habrá otros servicios que no son específicamente turísticos pero sí complementarios: bancos, clínicas médicas, cabinas telefónicas, etc." (Ledhesma, M., 2014).

La infraestructura está representada por el conjunto de bienes y servicios con que cuenta una población para vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos: educación, salud, vivienda, transportes, comunicación y energía. (Boullon. R. 2004)

Periodismo turístico:

Si bien el periodismo surge como un campo disciplinar generalista que informa a partir de la actualidad en su conjunto, la diversificación en los avances científicos y

tecnológicos que se dan durante el siglo XX llevan a la conformación de ramas o áreas temáticas específicas como la política, la económica, la deportiva y la cultural; categorías que también se ven reflejadas en las secciones en las que suelen dividirse los medios de comunicación.

Txema Ramírez de la Piscina en Salazar, R. (1998:01) sostiene que “la especialización temática de los futuros profesionales del periodismo es ya una necesidad perentoria y un hecho irreversible... es una exigencia social porque cada vez son más los temas abordados y hay que explicarlos. Los lectores quieren saber más cosas y con más detalle. Y el periodista debe conocerlas”. Por su parte, Pedro Ortiz Simarro (Salazar, R. 1998:06) asegura que “el periodista especializado es tan bueno como el mejor de los periodistas generalistas. Además de ser conocedor a profundidad de un determinado campo sigue siendo un informador de todo terreno”.

La especialización periodística en turismo no es tan incipiente como la tecnológica o la medioambiental, pero es aún desconocida por muchos periodistas y medios de comunicación (Ledhesma, M., 2014). “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)” sostiene Belau, A. (1966:30).

Aunque “la existencia del periodismo especializado en este campo, es directa consecuencia de la magnitud e importancia que alcanza -y de la que habrá de alcanzar- este hecho contemporáneo llamado turismo” (Guenchor, L. en Manrique Guerra, F. 1996:27), “el periodismo turístico atraviesa una situación complicada en cuanto a su independencia editorial, la relevancia pública y su confusión con la literatura de viajes.

Por otra parte, los periodistas están asediados por las relaciones públicas y los esfuerzos publicitarios que contaminan la independencia del campo. Además, los viajes y el turismo

se ven a menudo como algo trivial y se descuida el compromiso periodístico y académico” (Fürsich, E. 2002:61) En 2001, Thomas Swick (Hanusch, F. 2009:627) enumeró los siete errores más comunes en los periodistas turísticos:

- 1- Creer que todo es positivo y dejar de lado cualquier información negativa,
- 2- Enfocarse en aspectos históricos obviando el presente,
- 3- Describir demasiado y ser poco originales,
- 4- Conocer de manera superflua lo que sucede,
- 5- Hacer un uso escueto del humor,
- 6- No dialogar con las fuentes y con el lector,
- 7- E ignorar en sus artículos a otros sujetos que no sean ellos mismos (los autores).

Esta especialidad periodística informa sobre la actualidad del turismo, interpretando los hechos que suceden en torno al desplazamiento potencial o real de los sujetos y en base al contexto socio-político complejo y multidisciplinar en el que está inmerso. (Ledhesma, M., 2014). De ninguna manera el periodismo turístico puede confundirse como parte de las relaciones públicas, como una herramienta publicitaria o como un género literario.

Ledhesma, M. (2016) Periodismo turístico: Muchos principios y algunos finales. Buenos Aires: Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos.

Biblioteca Digital en Periodismo Turístico

Porque “la educación ayuda a la persona a aprender a ser lo que es capaz de ser”...

Hesíodo

El Turismo no es solo “turismo”, es mucho más que una industria, un movimiento socioeconómico, una disciplina, o una carrera universitaria que se estudia en tres, cuatro o cinco años. Va mucho más allá de todas esas acepciones que día a día se oyen o leen.

El turismo es un estilo de vida. No se hace turismo sólo “con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual” ⁽¹⁾, encierra mucho más que eso ya que uno puede viajar sin salir de su lugar de residencia habitual: Turismo es la forma en que los seres humanos saciamos nuestra sed de conocimiento del mundo exterior con el que no estamos en contacto directo (ya sea de manera física o virtual) y el mecanismo utilizado con el fin de aliviar el estrés ocasionado por las obligaciones diarias y cotidianas.

Esto no significa que el turismo exista por sí mismo, hay una serie de factores que

logran que funcione de forma efectiva como un sistema diseñado gracias a la interacción de elementos como ser la infraestructura, los servicios, los atractivos, el contexto, el contacto del sujeto con todos estos elementos... En fin, el turismo no es un factor aislado ya que forma parte de un todo conectado.

Por otro lado, el periodismo en una profesión que tiene como fin último mostrar la realidad actual en la que vive la sociedad. El verdadero periodismo indaga, investiga, chequea y verifica tanto la información como las fuentes recolectadas y utilizadas, de esta manera se asegura que la información a entregar a la sociedad no sea desvirtuada ni ficticia.

El periodismo neto muestra las “dos caras de la moneda” ya que expone todos los estratos de la sociedad las diferentes caras de una noticia tomando una actitud neutral y objetiva sin tergiversar u ocultar cualquier aspecto de la misma.

El periodista tiene una tarea moral y ética. Moral porque lo que escribe influye en las normas de conducta que el

periodista tiene distinguiendo la forma correcta e incorrecta de publicar. Ético porque esa información debe abstenerse a las normas de conducta tácitas que se encuentra en la sociedad que integra.

Ahora bien, existe la creencia de que el periodismo turístico promociona destinos turísticos o empresas dedicadas a esta actividad, sin embargo, esto está bastante alejado de la realidad.

El Periodismo Turístico es una rama del periodismo que investiga e indaga acerca de todo lo que sucede alrededor del mundo del turismo dando a informar de forma objetiva en relación a las condiciones reales de la infraestructura, los servicios, la atención al visitante, la situación legal de los trabajadores del turismo. Denuncia todas aquellas irregularidades, violación de derechos y atropellos hacia quienes integran el sistema turístico.

El Periodismo especializado en Turismo (o más comúnmente llamado Periodismo Turístico) es una rama del periodismo de reciente origen.

Según periodistaturisticos.com "La especialización en turismo para periodistas comienza a construir sus cimientos a mediados del siglo XX en Europa y cobra su mayor auge en el siglo posterior teniendo a sus principales impulsores en América Latina".

Es por esa razón que existen muy pocas o casi ningún tipo de capacitación o curso afín con esta especialidad o similares. Algunos de los que se dictaron en los últimos años fueron los siguientes:

- **2011. Uruguay-Montevideo:** Durante el 2011 se dicta un curso en el Instituto Politécnico de Montevideo con una duración de nueve meses (marzo a noviembre) y 4 materias, las clases fueron presenciales dos veces a la semana dos horas al día en la sede del Instituto.
- **2014. Argentina-San Luis:** En 2014 la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos en conjunto con el Círculo de Periodismo Turístico de San Luis dictó de forma online y gratuita la primera edición del Diplomado en Periodismo Turístico con una duración de nueve meses (marzo

a noviembre) utilizando a Google + como plataforma de enseñanza.

- **2014/2015. España-Madrid:** Experto en Comunicación y Turismo Según la web "El curso busca que los futuros comunicadores sean expertos en comunicación digital y especialistas en temas relacionados con un ámbito muy concreto: El turístico."
- **Periodismo.Net. Argentina-Buenos Aires:** Lo dicta la web Periodismo.net online mediante el pago de una cuota. El curso es teórico-práctico y tiene una duración de cuatro semanas.
- **Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). España-Barcelona:** Según la UAB el Máster en Periodismo de Viajes "Se caracteriza por ofrecer un conjunto de contenidos de carácter teórico-práctico que ponen a disposición de profesionales de la comunicación y de otras personas interesadas, las técnicas y conocimientos necesarios para 'relatar' un viaje."

La cita de todos estos cursos y capacitaciones tienen como objeto demostrar que a medida que los años

pasan, esta especialidad (como lo es el Periodismo Turístico) se va conociendo más en el mundo, logrando que se dicten mayor cantidad de estos cursos/capacitaciones aunque no sean carreras universitarias en sí (o sólo formen parte de una carrera universitaria periodística como lo es la Carrera de Grado en Periodismo de la Universidad de La Laguna en España, cuyo plan de estudio incluye al Periodismo Turístico y de Viajes como cátedra cuatrimestral opcional en el último año de la misma).

Con este hecho se busca argumentar lo necesario que es una biblioteca virtual tanto para los futuros cursos como para los alumnos que elijan cursarlas.

Asimismo, existen muchísimas bibliotecas virtuales en la red que abarcan inimaginados temas. Desde bibliotecas monotemáticas que hablan de la jardinería y floricultura (<http://www.infoelder.com/biblioteca-virtual/tag-jardineria-floricultura/>) hasta bibliotecas mucho más complejas que engloban todo un sin fin de áreas y disciplinas conocidas mundialmente <http://www.wdl.org/es/>.

Aun así, con todo el avance que Internet ha hecho en los últimos años y las tecnologías con las que la informática cuenta, no es posible encontrar documentos, obras o libros digitalizados sobre el Periodismo Turístico. Sí los podemos encontrar por separado, es decir, periodismo por un lado y turismo por el otro.

Esto puede ser evidenciado con solo abrir cualquier buscador en internet. Al teclear la frase definición de "Periodismo Turístico" en el buscador Google el resultado es bastante exiguo: Los conceptos son todos "copy-past" de un mismo concepto encontrado en Wikipedia, como así también ensayos o trabajos de alumnos que apenas si se acercan a la realidad de lo que auténticamente es el Periodismo Turístico.

En conclusión la existencia de libros, documentos, investigaciones que aporten a la profesionalización de periodismo turístico parece casi nula y con este proyecto se busca contrarrestar esa carencia.

En Argentina tenemos el caso de <http://bibliotecadigital.educ.ar/>, se trata de una Biblioteca con Libros digitalizados principalmente de nivel secundario-primario y puesto en marcha por el Ministerio de Educación de la República Argentina.

Otro ejemplo es el caso de la biblioteca de la Pontificia Universidad Católica Argentina que tiene a disposición del público una Biblioteca con material digitalizado perteneciente a trabajos, investigaciones y material de estudio de la Universidad.

El Proyecto Biblioteca Digital Argentina en una iniciativa de la Fundación Noble que cuenta con novelas, cuentos, ensayos, entre otros, de nacionalidad argentina.

Algunos ejemplos de las bibliotecas digitales más conocidas a nivel mundial son:

- **Biblioteca Digital Mundial:** Es la más importante a nivel mundial ya que cuenta con documentos en varios idiomas además del aval y apoyo de la UNESCO. El acceso a ella es gratuito, libre y sin necesidad de generar un usuario.

- **Red Bibliotecas:** Es un conjunto de bibliotecas que se encuentran comunicadas entre sí en este sitio. Para poder acceder a la red, es necesario generar un usuario con contraseña.

- **Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes:** A través de la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Su acceso también es libre sin la obligación de registrarse.

- **Proyecto Gutenberg:** Con más de 46.000 libros y documentos digitalizados. Tiene la posibilidad de enviar los ejemplares a las nubes de Drive, Dropbox y OneDrive (cada una de esas aplicaciones necesita que el usuario se registre previamente) además de poder leerlos en línea.

- **Biblioteca Virtual Mundo Hispánico:** Se trata de una especie de biblioteca que contiene enlaces que llevan de forma directa a colecciones de libros virtuales de habla hispana. Cada enlace contiene sus requerimientos de acceso.

- **Ciberoteca:** Es una idea de la Obra Social Bancaria de Valencia. Posee

accesibilidad a textos en línea, además de enlaces a otros sitios con material de lectura.

En contraste, es posible encontrarse con Bibliotecas virtuales especializadas:

- **Biblioteca Médica Digital:** A cargo de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM, textos para leer directamente en la web.

- **Biblioteca Digital Botánica de España:** Los textos se los pueden leer en línea sin ningún tipo de suscripción.

Recientemente, la revista National Geographic puso a disposición de todos los usuarios del portal Red Biblioteca la colección completa de la revista, otros documentos y recursos importantes que tiene esta publicación.

Las colecciones todavía no están disponibles en español, pero para quienes manejen el idioma inglés es un muy útil y confiable recurso. Según una nota de www.vivirenelpoblado.com, se “puede acceder a las siguientes colecciones especiales:

- Archivo de la revista National Geographic desde 1888 hasta la actualidad.

- National Geographic 'Gente, Animales y Mundo'.
- National Geographic Kids: La revista NatGeo para niños.
- Más de 200 libros sobre viajes, ciencia, tecnología, historia, medio ambiente, animales, fotografía, gente y culturas.
- Más de 300 vídeos sobre culturas, tecnología y biología.
- Más de 650 mapas y atlas para apoyar el aprendizaje y las tareas escolares.
- Más de 600 imágenes descargables.
- Y una herramienta de búsqueda que permite encontrar todos estos recursos fácilmente”.

La búsqueda en internet de información verídica, con fuentes confiables es incordiante en algunas ocasiones y frustrante en otras. Mucho más si se habla del turismo o del periodismo, sin mencionar que la información acerca del periodismo turístico es casi nula.

Es por ello que la Misión de este proyecto es facilitar, a través de una computadora con acceso a internet, de forma libre y gratuita todo tipo de documentos digitalizados, audios, vídeos e imágenes (en especial los que tengan que ver con

el Periodismo Turístico), y puedan ayudar a la profesionalización y la culturización de todas las personas que así lo deseen.

Visión:

- Posicionarse a nivel mundial, como referencia de la bibliografía total en Periodismo Turístico.
- Lograr el mayor acceso posible organizando los textos de manera funcional, mediante un diseño atractivo y permitiendo la edición de material para su posible traducción.

Objetivos:

- Subsanan la carencia de bibliografía de periodismo turístico que existe en general en todos lados, permitiendo concentrar los resultados de búsqueda en un único sitio.
- Crear la más extensa y variada biblioteca digital con libros que engloben tanto al periodismo como al turismo y, principalmente, al periodismo turístico.
- Llegar a la mayor cantidad de personas/usuarios posibles mediante el uso, provecho de los idiomas, además del diseño y la navegación amistosa.

- Lograr que sea una biblioteca en la que cualquier usuario pueda aportar los libros que tenga para ofrecer y crea que pueden servir a la causa, compartiendo los documentos a través de las nubes de Drive (cuenta con Google) y OneNote (cuenta con Hotmail/Outlook).

Desarrollo y Puesta en Funcionamiento

Páginas a utilizar:

- **Blogs y plataformas:**

Blog Wordpress:
<http://bibliotecadigitalperiodismoturistico.wordpress.com>
Issuu:
<http://issuu.com/bibliotecaperiodismoturistico>
Slide Share:
<https://es.slideshare.net/BibliotecaDigitalPeriodismoTuristico>

- **Redes Sociales**

Twitter: @BiblioPerTur
Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-Digital-PeriodismoTur%C3%ADstico/1554837264758384?ref=hl>

Este proyecto comenzó a concebirse en noviembre de 2014 y para inicios de diciembre de ese año se inició el diseño. Fueron 3 meses de investigación, consulta, ayuda, correcciones, investigación, ajustes, redacción, ideas, aportes además un sin fin de tareas que con paciencia y dedicación lograron llegar a concretarlo.

Google+: Biblioteca Digital Periodismo Turístico

- **Correo electrónico:**

Gmail: bibliotecapertur@gmail.com
Hotmail:
bibliotecadigitalperiodismoturistico@hotmail.com

Puesta en funcionamiento de redes sociales y blogs: Junio de 2015

En los últimos meses, se han puesto en marcha un buen número de nuevas bibliotecas digitales abiertas al público.

A mediados de febrero de 2015, por ejemplo, se inauguró una Biblioteca Digital en Pozuelos, Madrid, España, con material único y valiosísimo referido a la historia de la ciudad.

Otro ejemplo es el País Vasco en España, con su Biblioteca Digital abierta al público en noviembre de 2014.

Asimismo, Brasil tiene su Biblioteca Digital Pública en Matto Grosso do Sul; el 4 de marzo en Melbourne Australia, comenzó como un pequeño proyecto estudiantil pero con el tiempo se convirtió en una gran Biblioteca Digital de Rayos X.

Un poco más hacia el sur de América, en Chile la empresa McGraw-Hill Educación se encuentra en pleno lanzamiento de

una Biblioteca Digital de consulta personal con títulos reconocidos a nivel mundial en las áreas de:

- Negocios
- Economía
- Ingeniería
- Mercadotecnia
- Matemática
- Ciencias Sociales
- Administración
- Contabilidad
- Finanzas
- Computación
- Química y Física.

Contexto Legal	Contexto Tecnológico
Realizar un proyecto de estas características requiere mucho tiempo, dedicación e investigación. Montar una Biblioteca Virtual (o digital) demanda indagar acerca de los derechos de autor de las obras (o copyright) que se piensan publicar como así también los permisos para copiar y/o comercializarlos. Dado que esta, es una biblioteca que tiene como fin, en lo posible, llegar a todos los rincones del mundo aquí se hace referencia al marco legal desde un punto de vista general para todos los países que puedan acceder a ella. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) "El derecho de autor se aplica a las creaciones artísticas como los libros, las obras musicales, las pinturas, las esculturas, las películas y las obras realizadas por medios tecnológicos como los programas informáticos y las bases de datos electrónicas".² El Convenio de Berna es un Tratado Internacional (actualmente firmado por 188 países, incluyendo Argentina ³) el 9 de septiembre de 1886 que protege las obras literarias y	Según la Real Academia Española (RAE) una biblioteca es "Una institución cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de libros y documentos". Las primeras bibliotecas datan de la Edad Antigua. Actualmente la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos con más de 158 millones de artículos y documentos en aproximadamente 1348.6 kilómetros de estanterías, es la más grande del mundo. Entre sus colecciones se hallan: Más de 36 millones de libros y materiales impresos, 3,5 millones de grabaciones, 13,7 millones de fotografías, 5,5 millones de mapas, 6,7 millones de partituras además de 69 millones de manuscritos. ¿Por qué una Biblioteca Digital? Si se hace referencia a una biblioteca aplicada al mundo globalizado en el que vivimos, hay que nombrar a aquellas que han traspasado las fronteras de todo lo conocido: Las Bibliotecas Digitales. Se trata de un conjunto de colecciones de libros, documentos, revistas, diarios,

artísticas cuyo artículo Nº 2 determina cuáles “obras literarias y artísticas” se incluyen y cuáles se amparan en dicha legislación ⁴. Seguidamente enumera los ejemplos de obras, en la sección 5 se puede leer lo siguiente: “Las colecciones de obras literarias o artísticas tales como las enciclopedias y antologías que, por la selección o disposición de las materias, constituyan creaciones intelectuales estarán protegidas como tales, sin perjuicio de los derechos de los autores sobre cada una de las obras que forman parte de estas colecciones”.⁵ Ahora bien, las leyes nacionales (caso Argentina) permiten que las obras protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos puedan ser utilizadas en situaciones especiales ⁶. Esto significa que las obras pueden ser utilizadas sin pedir permiso al autor o pagar los derechos por el uso siempre y cuando: → Sea con fines netamente educativos. → Su uso no se comercialice (por ejemplo se permite la impresión de una imagen extraída de internet pero no se permite reproducirla en una prenda de vestir para luego venderla) Se las utilice total o parcialmente,	audios, vídeos y demás recursos organizados de una forma más o menos acorde a su temática y dispuestos en una página web, blog o plataforma digital de forma tal que llegue a la mayor cantidad de usuarios en internet, puede estar en uno o más idiomas. Dos ejemplos muy claros que evidencian esta situación son la Biblioteca Virtual Cervantes y el Proyecto Gutenberg ya que son iniciativas que se dedican a la digitalización de bibliografía. La cantidad incontable de documentación escrita que existe da cuenta de que muchas veces es necesario organizarla de manera tal que pueda llegar a leerse en un tiempo mínimo y sin necesidad de depender de los horarios estipulados por las bibliotecas convencionales y los carnet de socios que suele resultar tediosa su adquisición. Por otro lado, es elevado el volumen de información que existe en la gran telaraña mundial llamada Internet acerca del Periodismo Turístico (que la información sea extensa no significa que sea confiable y certera), esto puede llegar a sin sin generar frustración en el usuario cuando necesita condensar y filtrar todos esos datos (con el riesgo de que el mismo sea tergiversado) al momento de su uso.

siempre cuando se cite correctamente al autor y a la fuente de la obra. Debido a que esta compilación de obras va a ser libre y gratuita al público, se tomaron los recaudos necesarios para poder proteger esas obras que se encuentren dentro del Dossier digital. Es por ello que la Biblioteca Digital - Periodismo Turístico se vale de una Licencia Creative Commons (CC) http://creativecommons.org/licenses/by-nc-d/4.0/. Las Licencias CC otorgan "Permisos de derechos de autor con sus trabajos creativos" cuyas fuentes de contenidos "pueden ser copiados, distribuidos, editados, remezclados, y usados como base para crear, todo dentro de los límites del derecho de autor", es decir que las obras que sean utilizadas de la fuente "Biblioteca Digital - Periodismo Turístico" tienen las siguientes condiciones: Atribución (se la debe citar apropiadamente), No Comercial y	Es por esa razón que se ideó este proyecto con el fin de reunir todo el material posible acerca del Periodismo Turístico, el Turismo y el Periodismo, generando así una fuente fidedigna y confiable y logrando que se difunda (por ahora) en todos los lugares de habla hispana ya que Internet se convirtió en los últimos años en una de las principales fuentes de información a nivel mundial: Cualquier persona que posea cerca una computadora con acceso a Internet puede disfrutar de sus beneficios. Obras Derivadas (No está permitida la creación de una nueva obra a partir de la obra en cuestión explotada) ⁷.

Contexto Educativo	Contexto Ético
En los últimos años, varios proyectos se llevaron a cabo con el fin de acercar el turismo a las escuelas en Argentina, tanto de nivel primario como de nivel secundario. En 2011 por ejemplo se sanciona la Resolución del Consejo Federal de Educación N° 156/11 que aprueba el marco de referencia para la orientación en Turismo de la Educación Secundaria, en la misma se solicita que el Ministerio de Educación de la Nación desarrollen y/o distribuyan recursos para la enseñanza y acuerden políticas y/o acciones para favorecer la calidad educativa en las instituciones que opten por esta orientación. Seguidamente, en el Anexo de la Resolución se establece las "Caracterización general de la propuesta educativa de la orientación" como así también las finalidades de esta orientación, los saberes que debe manejar el egresado, el título que se otorgará, criterios para la elaboración de diseños curriculares jurisdiccionales de la orientación, entre otros. La creación de este Bachillerato permite que cualquier colegio pueda adoptar esta modalidad luego de haber realizado el trámite correspondiente ante las autoridades de	El principal fin de este proyecto es poder facilitar el acceso a la información de forma gratuita: La educación y la necesidad de cultivarse no deben ser lucrados, sacar provecho de la necesidad de saber es una forma de "enriquecimiento" para nada ético. El Diplomado en Periodismo Turístico es un curso que requiere de tiempo, dedicación y esfuerzo para poder completarlo. Equilibrar los tiempos con el trabajo y las obligaciones diarias de cada persona es complicado, más no imposible. A lo largo del curso se pudo apreciar que la escasez de información confiable tanto en turismo como en periodismo turístico es importante: Los materiales digitalizados y asequibles son escasos además de estar diseminados en muchísimas páginas/sitios web que suelen llegar a fastidiar y exasperar a quien no posee la virtud de la paciencia o la constancia. Atisbando esta engorrosa situación, se puede conjeturar a simple vista que

Educación de cada provincia y/o municipio. Estos hechos, ponen en evidencia de que el turismo cada vez se va acercando más a los ciudadanos, tanto para aquellos que poseen formación profesional como para los que no. Lograr que este sea un espacio de consulta para todos los que deseen acrecentar sus conocimientos en esta gran área conocida como turismo: Desde los niños en las escuelas primarias pasando por los niveles secundarios y terciarios, hasta los habitantes que así lo deseen. Es menester necesario contar con una biblioteca especializada en turismo teniendo en cuenta la importancia que tendrá esta, en la educación turística de los ciudadanos cualquiera sea su nivel de formación académica.	contar con una biblioteca que contenga toda la información concentrada en un solo sitio en forma de biblioteca, sería la solución a la pérdida de tiempo que genera la búsqueda de información en la gran telaraña mundial. Idear y poner en marcha un proyecto de esta magnitud, no representa ningún tipo de remuneración económica para quien lo hace: Más bien se realiza por el solo hecho y satisfacción de concretar una aspiración mediante el desarrollo de este plan como parte de la finalización del Diplomado en Periodismo Turístico edición 2014. Es evidente que se debe tener una mínima noción de organización bibliotecaria, es por ello que a medida que se avanzaba sobre esta idea, los detalles y cimientos de dicha biblioteca se los realizaba consultando a un bibliotecario titulado: Miguel Ángel Ledhesma bibliotecario profesional que pone, de forma altruista, a disposición de la Biblioteca Digital su título de Bibliotecario además de valioso material.

Conforme fue avanzando el Diplomado en Periodismo Turístico edición 2014, divisamos la necesidad de información de calidad acerca del Turismo en la web. Los trabajos prácticos muchas veces se tornaron difíciles y, hasta incluso, complejos de finalizar debido a la escasez de material de estudio en Internet.

Que cada alumno se las ingenie para hallar información confiable, fue uno de los mayores desafíos que tuvo este Diplomado. Sin embargo, cada uno de los que supimos superar los obstáculos logramos llegar a la meta final.

Fue por esa razón que elegí este tema como trabajo final, la necesidad de tener un recurso que ayude en la

profesionalización de futuros estudiantes, tanto de Periodismo Turístico como de Turismo y Periodismo es lo que me motivó a poner en marcha esta idea. Llevó muchísimo tiempo y esfuerzo, pero el resultado de todo ese esfuerzo me deja más que satisfecha.

Esta primera etapa se trató de planificar e idear cada paso del proyecto; la segunda etapa consiste en la recolección de documentos, libros y material para la puesta en marcha de la biblioteca, etapa que en realidad se inició ya casi terminando la primera. La tercera etapa será llevada a cabo en junio de 2015 cuando se la inaugure en la red.

Respuestas de encuesta realizada mediante formulario de Google

¿Le parece que sería necesario/importante/interesante contar con una biblioteca online, gratuita y de acceso libre especializada en periodismo turístico? ¿Por qué?

- Sí. Sería más fácil y acertada la consulta de libros ya que generalmente al pedir o buscar libros sobre periodismo turístico, solo se puede conseguirlos por separado: Periodismo por un lado y turismo por el otro.
- Sí, contar con una biblioteca online de dichas características resultaría una buena herramienta para estudiantes, profesores, profesionales en turismo y por qué no, potenciales turistas también.
- Me parece interesante para poder contar con material de diversos lugares alrededor del mundo, referidos a los atractivos y a los servicios.
- Sí, porque hay temáticas del periodismo turístico que no han sido abordadas con seriedad y el recurso “biblioteca” sería muy útil a ese fin.
- Todo lo que facilite y garantice la llegada a los contenidos publicados es de suma importancia. Creo que sería muy importante. Ignoro si existen bibliotecas de estas características sobre otras especialidades periodísticas pero se me ocurre que sería muy útil para los profesionales del sector. De todos modos, eventualmente bastaría con poder contar con una biblioteca online gratuita sobre turismo y otra de periodismo, como alternativa.
- Lo considero algo más que importante, es una herramienta de trabajo fundamental para los periodistas turísticos, a lo largo del curso “Diplomado en Periodismo Turístico Edición 2014” el profesor de manera magistral nos ha hecho ver la importancia de tener una biblioteca de referencia además de fuentes certeras a las que siempre podamos acudir para realizar nuestra labor de forma objetiva.
- Sí, sería muy interesante concentrar y facilitar el trabajo investigativo de los profesionales de esta área en una iniciativa digital de fácil acceso y sin costos exagerados, lo cual permita mejorar la calidad de los trabajos que aborden temas relativos al Periodismo Turístico y garanticen una correcta fundamentación además de permitir el uso democratizado de los datos, conceptos, teorías o informaciones. Todo esto se debería organizar de manera tal en que se respeten los derechos de autor de las obras que allí se encuentren.
- Sí, definitivamente. La razón es que siendo un área que, a pesar de no ser de tan reciente creación sí es de reciente incidencia en su análisis y su estudio, por lo tanto considero sumamente importante este proyecto e iniciativa.
- Sí es importante. Porque la información de buena fuente, y de emisión responsable es una

forma de aprender, educar, crecer y desarrollarse. Lo que permitirá que el Periodismo Turístico vaya tomando la consistencia técnica y la información que necesita para su profesionalización.

- Si, por que la información al respecto es escasa.
- Claro que sí, ya que algunos países carecen de información correcta en cuanto al Periodismo Turístico.
- Necesario e importante, además de trascendental. Es poca la bibliografía que existe al respecto además de que aún no está conceptualizada la expresión "periodismo turístico". Solo se trabajo sobre lo que se conoce como "conocimiento vulgar del turismo y su promoción".
- Si. No sabría decir por qué.
- Porque no hay material bibliográfico y si lo hay son muy costosos, me refiero aquí en Venezuela.
- Si; es muy importante y necesario contar con una Biblioteca Virtual de libre acceso, especializada en Periodismo Turístico. Una plataforma pública con éste contenido, beneficiaría a los profesionales, idóneos, docentes, estudiantes y a todos los interesados en el tema.

¿Qué tipos de libros cree que debería haber y cuáles no debería faltar? ¿Por qué? ¿De qué forma los organizaría?

- Creo que los libros que no deberían faltar son: Marketing, Geografía, Promoción, Tesis o tesinas, redes sociales.
- Libros que deberían haber: Guías turísticas (Similares a las guías Leaders o a las YPF), noticias, estadísticas, documentos de la Organización Mundial del Turismo, folletos estatales de promoción turística de todo el país, gastronomía típica, informes ICOMOS y UNESCO. No deben faltar libros de historia y geografía, de guiado interpretativo, elaboración de proyectos turísticos, marketing turístico, empresas turísticas. Sinceramente no sé cómo se organizan libros, se podría pedir asesoramiento a un bibliotecario que haya estudiado para ello.
- No deberían faltar libros de periodismo, turismo, historia, antropología, cultura, mitos y leyendas y los organizaría por lugar y por temática.
- Deberían estar todos los contenidos básicos de un profesional en general y, en particular de las especialidades del turismo y el periodismo. Incluidos todos los textos contemporáneos que tengan que ver con la condición de transversalidad de la actividad turística.
- El periodismo es una profesión complicada, si se lo enfoca a un sector tan cambiante como el turismo, se complica aún más. Ambos sectores requieren de un nivel cultural muy elevado, por lo que pienso que el tener acceso a libros de historia, redacción, nuevas

tecnologías, publicidad, marketing, turismo y política actualizados son necesarios para cualquier persona que se esté formando o que ya sea periodista turístico. El motivo es que en estos tiempos estamos saturados de información, con las nuevas tecnologías y las redes sociales vemos como todos damos información y la analizamos, el periodista debe destacar entre todo este humo de datos, que llevan a la confusión, a la falta de formación y verificación de la información que damos y compartimos, por eso es necesario que un buen periodista sea consciente de que su nivel de cultura debe ser muy elevado al igual que su ética y rigor en documentarse y transmitir lo que sabe.

- Tipo de libros en información que creo que debería de haber: Manual de estilo para periodistas, Principios del Turismo, guías y/o libros sobre ciudades, Regiones, Castillos, Puentes, Gastronomía, Tradiciones. Cuanto más variada la colección, mucho mejor. Se puede organizar por países o por temas.
- Me parece importante que contenga libros de la Geografía de todos los lugares turísticos del planeta. Para puntualizar contextualizar e identificar el lugar. Organizado por hemisferios, países, zonas, entre otros. Los libros sobre la Filosofía de viajar, ayudan a la construcción de los relatos periodísticos.
- Libros que no deberían faltar: Enciclopedia Venezuela interactiva, Marketing para el turismo, Las Fortificaciones del período hispánico en Venezuela, Diccionario de Turismo...
- Supongo que básicamente deberían estar todas las obras fundamentales, los libros considerados como los de cabecera para ambas especialidades. En cuanto a la organización, si bien soy bibliotecaria hace muchos años que no ejerzo así que no estoy al tanto. Antiguamente los libros se ordenaban por el número de clasificación del sistema universal, que es el de uso más difundido, ya que no creo que haya un sistema de clasificación bibliotecaria especializado ni en turismo ni en periodismo (como sí los hay de ciencias) a) Políticas públicas b) Economía y finanzas turísticas c) Empresariales d) Marketing y Comunicación Turística e) Opciones de viaje f) Tecnología y turismo g) Legislación y tributación turística. Son temas fundamentales para construcción de destinos y romper paradigmas sobre el quehacer turístico, usando el periodismo como ciencia y actividad base.
- Algunos títulos importantes a mi parecer son: Historia del periodismo turístico, Periodismo turístico en medios escritos, Periodismo turístico en medios audiovisuales.
- Libros que tienen que formar parte del Inventario Formal de la Biblioteca Virtual: a) Periodismo b) Géneros Periodísticos c) Géneros Periodísticos en Radio d) Géneros Periodísticos en Televisión e) Turismo f) Turismo como ciencia de estudio g) Modalidades turísticas h) Cultura de los pueblos i) Costumbres y Tradiciones de los pueblos j) Etnografía k) Historia l) Antropología Organización: Por países, Por continente, Por Modalidad Turística.
- Creo que todos los libros suman si se trata de biblioteca y los organizaría por región.
- Desde mi punto de vista, debería existir libros que contengan conceptos claros y simples en todo lo referido al Periodismo Turístico, en cuanto a los que no debería haber son los

que tergiversan la información y definición en cuanto a lo mencionado.

- Intentar hacer un libro con nuestros trabajos. Luego buscaría si existen libros directamente de periodismo turístico. También libros referentes del tema, como turismo, periodismo, tipos de turismo, géneros periodísticos que más se vinculan al periodismo periodístico, programas y aplicaciones de ayuda para este tipo de periodismo. Una sección de libros que contengan entrevistas de personas que ya trabajan este tema. Como por ejemplo las que hicimos a los representantes de la Alianza por cada país.
- Bibliografías sobre viajes, guías de viaje, blogs de calidad sobre fotografía de paisajes y geografía, libros técnicos de imagen, marketing y posicionamiento son algunos de los que deberían de haber.

¿Qué plataforma a usted le parece más cómoda de utilizar para la consulta de libros en Internet?

- Creo que Google.
- El uso de la plataforma Google, me parece la más usable, con el complemento de Youtube para subir vídeos, audio-vídeo especial y alguna herramienta gratuita para fotografías.
- Descargarlos en formato PDF. Si no es posible entonces una plataforma similar a la página de ISSUU y leerla en línea.
- Normalmente uso Scrib, también suelo descargar libros en formato PDF. Pienso que tener una plataforma donde los libros estén organizados por temática sería muy interesante y haría más productiva la labor del periodista de documentación. Hoy día con tanto recurso hay momentos que cuesta organizar y esta labor puede resultar tediosa.
- En formato PDF y TXT para facilitar las descargas y en plataformas tipo Access ya que como base de datos e más fácil su búsqueda.
- Sinceramente desconozco cuales son las existentes.
- Google.
- Todas.
- La verdad no conozco nada al respecto, excepto lo que aprendí en este Diplomado: el Google Drive y el Issuu. Imagino que éste último podría ser.
- Indiferente.
- No se.
- No sabría decir. Qué opciones existen.
- Sería bueno que haya un buscador por título, por palabras clave, por autores, por año de publicación o edición, por países, Colocar sugerencias. Siempre para buscar un libro lo busque "título, autor PDF" en Google. No se si será la mas cómoda pero es la única forma en que lo hago.
- ¿Te refieres a un aula virtual o un campus virtual o a cualquier tipo de espacio en donde se gestionen los conocimientos? O quizá tu pregunta sea referida únicamente a un sitio web

dónde realizar las consultas sin necesidad de un espacio de interacción como lo es cualesquiera de los siguientes, que son propios para la realización de cursos, principalmente: Entorno de Aprendizaje Virtual – Virtual learning environment (VLE) Sistema de Gestión de Aprendizajes – Learning Management System (LMS) Sistema de Gestión de Cursos – Course Management System (CMS) Entorno de Gestión de Aprendizajes – Managed Learning Environment (MLE) Sistema Integrado de Aprendizajes – Integrated learning System (ILS) Plataforma de Aprendizajes – Learning Plataform (LP) Campus Virtual (CV) Aula Virtual (AV)

- Porque si es únicamente la gestión, consulta y administración de contenidos como herramientas que permitan tener multiplicidad de archivos en distintos formatos, quizá no fuese tan necesario un aula virtual y sí un espacio como los que brinda Google en sus diferentes variantes.
- Depende, si solo quiero saber si el libro existe uso Google. Issuu es buena plataforma si lo quieres subir a modo online, a modo libre. Y un portal de facebook aunque no es el más idóneo puede funcionar como primer vínculo, y de allí llegar al aula virtual o biblioteca que desean hacer.

¿Conoce algún sitio web que tenga la misma finalidad que este proyecto de biblioteca virtual especializada?

- No.
- Los sitios de las universidades.
- No.
- Específicamente sobre periodismo turístico, no.
- No, sólo blogs.
- Aún no.
- No sé si existen en forma completa, Bibliotecas Virtuales con todas las características necesarias. Personalmente no las he encontrado en la Web.
- Solamente los de revistas especializadas en comunicación, como Centro Gumilla y las bibliotecas virtuales de universidades o bibliotecas públicas pero en muchos casos no hay acceso real a la consulta de los textos.
- Si pero no en este campo del periodismo y el turismo.
- No.
- El repositorio de turismo del Mintur, diversas universidades, la página de la OMT.
- No conozco. Los felicito. Por eso quiero hacer el Diplomado con ustedes.
- No, no conozco ninguno.

¿Qué consejos daría sobre los documentos que necesitan permiso para ser publicados?

- Comunicarse con el autor. Verificar si existe algún tipo de permiso legal o cláusula que cumplir para no cometer plagio.
- Que no sean plagios, que respeten las normas internacionales para su publicación científica, técnica y profesional.
- Pedirle permiso al autor o autores que lo escribieron y publicaron.
- Poner un manual para citar correctamente las fuentes que debiera ser un requisito obligatorio para el uso, consulta y publicación de algún documento o parte de él. Que todos los trabajos tengan cuando menos, una licencia Creative Commons, que les permitan proteger de esa forma, la creación y autoría de los mismos.
- Me temo que no se nada al respecto.
- Tramitar los permisos. no tengo otro consejo que dar. Es parte de las dificultades que enfrenta un proyecto como este.
- Revisar las páginas que hablan sobre derechos de autor.
- Creo que hay que ser cuidadosos, todo tipo de documento o información que compartimos debe pasar un control, se debe intentar aportar contenido beneficioso y de manera legal.
- Que se use el Copy Left.
- Éticamente se debe confeccionar una solicitud de permiso gratuito para su uso, en la Biblioteca. También se puede formular un acceso, para que el autor envíe su trabajo con la correspondiente autorización de uso público.
- Solicitar a los autores los permisos correspondientes.
- Ser cuidadosos y no tergiversar la información.
- Pues pedir permiso a sus autores. Lo más probable es que acepten aquellos cuyas obras ya tienen algunos años de haberse publicado, si son publicaciones recientes se les puede convencer solicitándoles publicar sólo algunos capítulos, de esa forma también serviría como propaganda para ellos y sería más factible que acepten.
- Que sean correctamente revisados antes de publicarlos.
- Publicarlos con el consentimiento de los autores claro, pero no habilitar opciones de copia o descarga si no lo desean, solo lectura.

¿Podría aportar algún documento sobre periodismo, turismo o periodismo turístico para sumar a la biblioteca?

- Si, las tesinas de las Diplomaturas en Gestión Pública del Turismo, realizada por la Universidad Aconcagua de Mendoza.
- Por el momento no.
- No.

- La idea sería que existiese un compromiso tácito e implícito de contribuir como profesionales del área, pero debe haber un filtro para la publicación de todo lo que pueda llegar.
- Si, revisar en <http://raulzavala.blogspot.com/>.
- Creo que todos los que participamos en el Diplomado de Periodismo Turístico tenemos material para aportar, puesto que la creación de nuestras asignaciones guardan información del tema, sobre todo si mal no recuerdo el TP4 que era la reconstrucción histórica del poblado en el cual vivíamos. Pensando que cada uno de los miembros era de diferentes zonas y países, imagina que puedes hacer con eso.
- Me encantaría tener esa oportunidad en un futuro.
- Por el momento no.
- Como actividad personal, puedo aportar vídeos cortos ó editados, carpetas con fotografías o editadas. Estos materiales reflejan las acciones que el Periodismo Turístico puede demandar. Situaciones de actualización, reforma, construcción, investigación, accidentes, desastres ecológicos temporales o permanentes, relacionados con la temática turística. Imágenes de congresos, eventos, disertaciones, entrevistas, recorridos turísticos-periodísticos.
- Cuando termine mi tesis podría aportarla.
- Al término del Diplomado, los trabajos prácticos realizados ¡Con todo gusto!
- Claro, siempre que yo haga alguna publicación y ya haya cumplido su objetivo con gusto la podría aportar como material de consulta.
- Si, de esta página: <http://venaventours.com/venezuela/turismo.asp>.
- Tengo varios documentos pero ninguno de mi autoría.
- No por el momento. Quizás mi Trabajo Final.
- Por el momento no se me ocurre, aún mi país no está bien formado en cuanto a esta nueva rama.

¿Qué otras recomendaciones daría para ayudar a la creación de esta gran biblioteca virtual especializada en periodismo turístico?

- Con ayuda de todos los participantes cada uno ir aportando referencias bibliográficas.
- Que nunca falten las fuentes, autores, años de publicación.
- Debe ser una biblioteca con información de todas partes y en cualquier idioma, por eso planteo la consideración de traductores o colaboraciones de los profesionales para traducción parcial o total de algunos libros. Esto seria otro tema a considerar y no se si el aporte ayudaría o complicaría la creación de esta Biblioteca Virtual.
- Para que se pueda mantener debe formar parte de una universidad o una organización dedicada al periodismo, turismo o periodismo turístico tipo la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos. Que la difundan, inviten a sumar bibliografía, que traten de ir

sumando todo lo que se pueda y sea de interés.

- Me parece genial la idea, y necesaria, al igual que un foro de debate profesional del tipo consulta sobre el material con el que se esté trabajando y donde se pueda aportar documentación y realizar trabajos de manera conjunta.
- Que sea clara, concisa y sencilla y creativa.
- No tengo mas aportes.
- Capacidad de construcción colectiva de investigaciones y recomendaciones para la construcción de políticas públicas turísticas.
- Que se trabaje en diversos formatos, con vídeos, imágenes, libros, audios. No limitarse sólo a textos. También pensando en todos, se me ocurren los audios libros relacionados al tema.
- No olvidar que el turismo tiene un sentido amplio: Cultura, Historia, Geografía, sector público, sector privado, tendencias, tipologías de turismo, entre otros. Apuntar tanto a quienes estudian o enseñan la carrera también a quienes estudian y analizan determinado lugar o cultura para su posterior viaje.
- Un espacio limitado en cantidad de palabras e imágenes (similar a Twitter), para subir información actualizada.
- Encuestas y debates abiertos. De manera permanente, para la mejora de la misma. Su uso se debe hacer a través de una suscripción gratuita.
- ¡Éxitos!
- Que se profundicen los conocimientos sobre periodismo y que no se confundan con la publicidad, promoción, mercadeo, marketing; que profundicen el valor de la comunicación en turismo.
- Hablar con emprendimientos similares.
- Solicitar a los autores que tengan trabajos publicados tanto en la red de redes como en las universidades, que permitan que sus escritos y demás publicaciones puedan ser consultados de manera gratuita por todos cuantos deseen consultarlos en esta gran biblioteca virtual especializada en Periodismo Turístico. Por lo demás, ¡Felicidades por esta iniciativa, Maira! Saludos cordiales desde México.

Dedicatoria

A Ariel mi compañero de vida, el hombre más maravilloso que conocí, porque que verme estudiar le causa una sincera felicidad y todos los días me preguntaba cómo iba este proyecto.

A mis hermanos, Nahuel, Benjamín y Lautaro, mi mamá Haydee y mis abuelitos Juana y Guillermo (que ya no está) que estaban pendientes de este curso. A mi Mamá sobre todo, que me incitaba a no dejarlo.

Agradecimientos

En primer lugar agradezco al profesor Miguel Ángel Ledhesma que tuvo muchísima paciencia con este último trabajo: Es un mentor excepcional y que, además, aportó su título de Bibliotecario para avalar la Biblioteca.

En segundo lugar a algunos de mis compañeros de curso que sé que aportaron su granito de arena en las encuestas: Mayecita Marzluf, Cristian Navarro Castro, Andrea Elena Arecco, Mayra Alejandra López, Delia Hernández, Jhovanny Ubaldo Ojeda Rojas, Gladys Araujo Aliss James, entre otros.

Por último a todos aquellos que colaboraron con algunos documentos y libros y demás material para ir armando esta biblioteca: A Miguel Ángel Ledhesma que puso a disposición una gran cantidad de vídeos, a Néstor Puig (profesor de Geografía Turística III "Regiones Turísticas Mundiales") y a la María Núñez Camelino (profesora de Historia y Patrimonio Cultural I "Argentina") ambos profesores titulares de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional del Nordeste).

Email de la autora: mavrilperalta@gmail.com

Google+ de la autora:

<https://plus.google.com/u/0/102095302482613459198/posts>

LinkedIn de la autora: [ar.linkedin.com/in/emevehachepe](https://www.linkedin.com/in/emevehachepe)

Notas

Cursos:

- <http://viajes.elpais.com.uy/2010/12/03/periodismo-turistico-nueva-carrera/>
- <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/diplomado-en-periodismo-turistico/>
- http://www.urjc.es/estudios/titulos_propios/comunicacion_turismo_2.0/index.html
- <http://expertocomtur20.com/>
- <http://www.periodismo.net/turistico/>
- http://www.uab.cat/web/postgrado/master-en-periodismo-de-viajes/informacion-general-1206597472083.html/param1-2812_es/param2-2011/

Inicio de Contexto: Noticias

- <http://www.enpozuelo.es/noticia/5221/Reportaje/Nace-la-Biblioteca-Digital-de-Pozuelo.html>
- <http://www.noticiasdealava.com/2014/11/27/ocio-y-cultura/la-biblioteca-digital-de-euskadi-abre-sus-puertas-con-cerca-de-1500-titulos>
- http://www.miradaprofesional.com/ampliarpagina.php?db=logueos_miradaprofesional&id=3447&npag=13&noticias=n13&comentarios=c13&reducirfoto1=1#.VPohpkeG91Z
- <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/03/aprovado-projeto-que-cria-biblioteca-digital-em-mato-grosso-do-sul.html>
- <http://www.eleconomistaamerica.cl/telecomunicacion-tecnologia-cl/noticias/6523877/03/15/Una-biblioteca-on-line-de-consulta-personal.html#.Kku8RxepTsYqQur>

Contexto Legal

<http://www.wdl.org/en/legal/>

- (1) <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- (2) http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf
- (3) <http://www.wipo.int/members/es/>
- (4) http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf
- (5) <http://www.edicion.unam.mx/pdf/ConvBerna.pdf>
- (6) <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/propiedad-intelectual/mc/guia-ompi/capitulos/DominioPublico-C.pdf>
- (7) <http://www.creativecommons.org.ar/licencias>

Contexto Tecnológico

- <http://lema.rae.es/drae/?val=biblioteca>
- <http://www.loc.gov/about/fascinating-facts/>

- <http://www.cervantesvirtual.com/>
- <http://www.cervantesvirtual.com/>
- <http://www.ciberoteca.com/informacion/acercade.htm>

Contexto Educativo

- <http://www.educacion.sanluis.gov.ar/educacionasp/paginas/InfoPrensaDetalle.asp?InfoPrensaId=1381>
- <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>
- <http://www.santafe.gov.ar/index.php/educacion/content/download/182333/890262/file/SECUNDARIA%20no%20de%20escuelas%20orientadas%2002.pdf>
- <http://www.roquegonzalez.com.ar/?p=4691>
- <http://www.sanramonnonato.edu.ar/index.php/contacto>
- <http://infocens.blogspot.com.ar/p/listado-de-cens.html>
- <http://www.colegiobetania.edu.ar/nivel-secundario/>
- http://www.me.gov.ar/consejo/resoluciones/res11/156-11_01.pdf
- http://www.me.gov.ar/consejo/resoluciones/res11/156-11_01.pdf
- <http://portal.educacion.gov.ar/secundaria/estructura-del-nivel/>
- <http://portal.educ.ar/noticias/educacion-y-sociedad/escuelas-secundarias-bachiller.php>
- A: <http://educatur.gob.ar/turismo-patrimonio-y-escuela-recorrido-de-un-proyecto-que-crece/#sthash.2AZ38V7F.KkImVwQx.dpbs>

Bibliografía y Fuentes

1. <http://bibliotecadigital.educ.ar/>
2. <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/greenstone/cgi-bin/library.cgi?a=p&p=home&l=es&w=utf-8>
3. <http://educatur.gob.ar/turismo-patrimonio-y-escuela-recorrido-de-un-proyecto-que-crece/#sthash.2AZ38V7F.KkImVwQx.dpbs>
4. <http://es.slideshare.net/5448698/tipos-de-periodismo-1>
5. http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo#Periodismo_tur.C3.ADstico
6. <http://expertocomtur20.com/>
7. <http://fundacion.cervantesvirtual.com/>
8. <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/03/aprovado-projeto-que-cria-biblioteca-digital-em-mato-grosso-do-sul.html>
9. <http://infocens.blogspot.com.ar/p/listado-de-cens.html>
10. <http://lema.rae.es/drae/?val=biblioteca>
11. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
12. <http://portal.educ.ar/noticias/educacion-y-sociedad/escuelas-secundarias-bachiller.php>
13. <http://portal.educacion.gov.ar/secundaria/estructura-del-nivel/>
14. <http://viajes.elpais.com.uy/2010/12/03/periodismo-turistico-nueva-carrera/>
15. <http://www.angelfire.com/pa/biblioenv/>
16. <http://www.biblioteca.clarin.com/pbda/index.html>
17. <http://www.cervantesvirtual.com/>
18. <http://www.cervantesvirtual.com/>
19. <http://www.cervantesvirtual.com/>
20. <http://www.ciberoteca.com/informacion/acercade.htm>
21. <http://www.colegiobetania.edu.ar/nivel-secundario/>
22. <http://www.creativecommons.org.ar/licencias>
23. <http://www.edicion.unam.mx/pdf/ConvBerna.pdf>
24. <http://www.educacion.sanluis.gov.ar/educacionasp/paginas/InfoPrensaDetalle.asp?InfoPrensaId=1381>
25. <http://www.enpozuolo.es/noticia/5221/Reportaje/Nace-la-Biblioteca-Digital-de-Pozuelo.html>
26. <http://www.gutenberg.org/>
27. <http://www.infoelder.com/biblioteca-virtual/tag-jardineria-floricultura/>
28. <http://www.loc.gov/about/fascinating-facts/>
29. http://www.me.gov.ar/consejo/resoluciones/res11/156-11_01.pdf
30. http://www.me.gov.ar/consejo/resoluciones/res11/156-11_01.pdf
31. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/propiedad-intelectual/mc/guia-ompi/capitulos/DominioPublico-C.pdf>

32. http://www.miradaprofesional.com/ampliarpagina.php?db=logueos_miradaprofesional&id=3447&npag=13&noticias=n13&comentarios=c13&reducirfoto1=1#.VPod80eG91Z
33. http://www.miradaprofesional.com/ampliarpagina.php?db=logueos_miradaprofesional&id=3447&npag=13&noticias=n13&comentarios=c13&reducirfoto1=1#.VPod70eG91Z
34. <http://www.noticiasdealava.com/2014/11/27/ocio-y-cultura/la-biblioteca-digital-de-euskadi-abre-sus-puertas-con-cerca-de-1500-titulos>
35. <http://www.periodismo.net/turistico/>
36. <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/diplomado-en-periodismo-turistico/>
37. <http://www.roquegonzalez.com.ar/?p=4691>
38. <http://www.sanramonnonato.edu.ar/index.php/contacto>
39. <http://www.santafe.gov.ar/index.php/educacion/content/download/182333/890262/file/SECUNDARIA%20no mina%20de%20escuelas%20orientadas%2002.pdf>
40. <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>
41. http://www.uab.cat/web/postgrado/master-en-periodismo-de-viajes/informacion-general-1206597472083.html/param1-2812_es/param2-2011/
42. <http://www.uca.edu.ar/index.php/home/index/es>
43. <http://www.ull.es/>
44. http://www.ull.es/view/centros/cci/Plan_de_estudios/es
45. http://www.urjc.es/estudios/titulos_propios/comunicacion_turismo_2.0/index.html
46. <http://www.wdl.org/en/legal/>
47. <http://www.wdl.org/es/>
48. <http://www.wdl.org/es/>
49. http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf
50. http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf
51. <http://www.wipo.int/members/es/>
52. https://www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CC8QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.ull.es%2Fdownload%2Fcentros%2Fcci%2FCurso_20122013_3%2F2513845%2F229010905.pdf&ei=sjfZVJXXNdHsaNC7gCG&usg=AFQjCNHXqjN9oSVQl43_s32eqX-Up_BA&sig2=-IzNt1nHOcbrk28CF6MEWw&bvm=bv.85464276,d.bGQ

Concepción del Periodismo Turístico y la Necesidad de Formación del Profesional

En la actualidad ciertos aspectos de la tecnología, como tener una cámara de foto que filme o crear un interesante blog, parecen accesibles a quienes así lo desean generando que se puedan encontrar muchas ofertas comunicativas que rozan, con más o menos acierto, el mundo del periodismo, el marketing, la publicidad y claro está, el entretenimiento.

Este particular contexto de apertura y masividad hace que el turismo también se vea trastocado y necesitado de profesionales que cuenten, promuevan y difundan lo que a este ámbito se refiere, porque como todos sabemos lo que no se informa no existe.

De este modo las opiniones, justificadas o no, más o menos abiertas, se potencian al tiempo que surgen nuevas oportunidades de negocios unidos al periodismo y el turismo.

En este punto debemos diferenciar entre los opinólogos, los promotores y los periodistas turísticos pero ¿Qué son los periodistas turísticos?, ¿Existe tal cosa?

Este trabajo viene a tratar de echar luz a la situación existente en el ámbito del periodismo especializado y la facilidad con la que se le colocan adjetivos

haciendo de este un negocio desde sus orígenes que contribuyen al desconocimiento, de propios y ajenos.

Además se denomina periodismo turístico partiendo de las premisas ¿Existe?, ¿Se estudia?, ¿Se legisla?, ¿Qué características tiene?, ¿Hay una imagen unívoca al respecto?

Postura frente al periodismo, el turismo y al periodismo turístico

Definición de los tres conceptos

El periodismo, al igual que el turismo, puede ser tomado como herramienta para hacer dinero, actitud y filosofía que algunos adoptan.

Sin embargo pueden significar también un claro ejercicio de libertad. Esta concepción trae aparejadas muchas dificultades, escollos y sin sabores que ponen a prueba de forma cotidiana los principios, conocimientos y preceptos que cada profesional tiene ¿Quién puede decir que tal verdad es mejor o más valedera que la del otro?

Obviamente también significa satisfacciones y gozos ante la labor bien realizada, esa que nos permite abrir puertas, descubrir mundos, contar

verdades, develar misterios, dar voz a los que no la tienen y hacernos pensar.

Siempre pensar. Periodismo es una profesión, rentada o amateur, que abarca diferentes modalidades de trabajo como puede ser periodismo radial, gráfico, digital, entre otros además que tiene como fin último informar, de forma oportuna y veraz, al público destinatario.

Turismo

El turismo es todo el espectro que se genera a partir de la actividad que realizan las personas cuando planifican un viaje, cuando viajan y/o cuando permanecen en un lugar diferente al de su residencia, más allá de la duración que este pueda tener. Incluso se puede plantear también como parte del turismo la etapa pos-viaje. Como consecuencia existe una amplia demanda que necesitará de servicios (en el sentido más amplio del concepto) e infraestructura que trae aparejada toda una industria dedicada a este fin.

Los actores involucrados en el turismo exceden al individuo y la empresa prestadora de servicio haciendo más amplio y complejo el sistema.

El periodismo turístico es una especialización dentro de la profesión que tiene como eje el turismo. Esta rama del periodismo busca ahondar en las diferentes cuestiones relacionadas con el turismo, no siempre positivas y/o placenteras, superando barreras conceptuales y buscando poner en valor nociones como cultura, diversidad, medio ambiente, historia, problemáticas, economía, entre otras.

El periodismo, actividad y/o profesión bastardeados y ensalzados si los hay, requiere de un pensamiento profundo sobre sí mismo encarado con seriedad y compromiso por profesionales idóneos que excedan el ámbito exclusivo del periodismo. En ese mismo acto debe prestarse especial atención al periodismo turístico como especialización y la función que esta debe cumplir en la sociedad.

Para pensar esta especialización se debe abrir el juego a otros actores sociales que deben brindar su aporte como por ejemplo profesionales del turismo, organismos especializados del turismo, entre otros.

La pregunta que atraviesa transversalmente este trabajo es:

¿Necesitamos definir al Periodismo Turístico?

Cuando me enteré del concepto Periodismo Turístico a través de un post que ofrecía cursar un diplomado temático sentí casi de manera instantánea atracción por él. Pero no como un enamorado de su idea sino por el espanto que genera la utilización del periodismo como fuente de modernos estilos. De inmediato me puse a buscar una definición al respecto y encontré tantas respuestas dispares que, definitivamente, sentí que no había encontrado ninguna demasiado clara.

Kevin Flores en su presentación Prezi titulada Periodismo Moderno, disponible en la web, menciona varios tipos de periodismo. Por citar algunos menos conocidos figuran de Propuesta, Ambiental, Social, Investigación, Satírico, Hiperlocal, Preventivo y, por supuesto, Turístico.

Definitivamente el concepto existe y la gente le da entidad aunque no siempre lo llame de la misma manera, por caso algunos le dicen Periodismo Turístico, otro Periodismo de Viajes.

Para unos es una tarea sencilla mientras que para otros es casi un sacerdocio. Lo que no se dice es si para considerarse Periodista Turístico es necesario formarse o especializarse y tampoco en qué aspectos claves.

¿Qué concepción existe hoy del Periodismo Especializado?

El Ministerio de Educación del gobierno de España al respecto dice "en la prensa también podemos distinguir los contenidos en función de su grado de especialización. La complejidad de la actualidad y, en general, de nuestras sociedades ha provocado que la prensa y los periodistas evolucionen hacia unos mayores niveles de especialización. Existen publicaciones con una temática genérica y diversa y otras publicaciones que optan por especializarse en una materia de la cual se proponen informar en profundidad a sus lectores (...) Los periodistas, sin olvidarse de tener una visión amplia de la actualidad, necesitan cada vez con mayor intensidad un conocimiento profundo de aquella parcela concreta sobre la que informan a sus lectores.

Un periodista que escribe en la sección de economía requiere un alto grado de especialización en esa materia para poder comprender y comunicar con eficacia todas aquellas noticias de actualidad que repercutan en el mundo económico. Lo mismo sucede con un periodista especializado en deporte o con otro en política nacional, salud, ciencia, educación, entre otros.”.

Sin lugar a dudas el Periodismo Turístico debe ser considerado Periodismo Especializado ¿Por qué? Ángeles Rubio Gil en su artículo Periodismo turístico y formación especializada de tercer ciclo asegura que en lo que respecta al Periodismo Turístico “La principal característica de sus fuentes y contenidos es abarcar temas muy variados, y de interés para profesionales del sector y viajeros. Sin embargo, la documentación para la información turística es multidisciplinar en exceso, quizás más que cualquier otra información especializada nutriéndose del conjunto de áreas de conocimiento: Humanidades, ciencias sociales, y las ciencias naturales”.

Entender cómo se debe trabajar con múltiples fuentes y cómo informar brindando un conocimiento profundo

requiere sin lugar a dudas que cada periodista especializado esté debidamente formado.

Pensar en el turismo es muy complejo y suele suceder que ni los profesionales de la prensa toman real dimensión del sistema turístico ni los de turismo terminan de formar una idea acabada al respecto. Miguel Ledhesma, presidente de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos, expresa su idea sobre el sistema turístico diciendo: “El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas, ... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas”.

Luego enriquece su apreciación apoyándose en el especialista en turismo, Mario Carlos Beni, definiendo “Al sistema turístico como al conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo. Los atractivos turísticos, los servicios y la

infraestructura son los elementos básicos que posibilitan la actividad turística”.

Queda claro por qué el periodismo turístico debe ser considerado una especialización que como tal requiere de preparación y formación si se desea hacer con verdadero profesionalismo.

En cuanto al anteproyecto de Código Internacional de Ética de las y los Periodistas Turísticos impulsado por la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos no dice nada de forma expresa respecto a la formación académica como requisito indispensable, aunque si sostienen en el artículo 33 “Impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación y de espacios de capacitación en materia de turismo y especialización profesional”. Como forma de crear redes y espacios de especialización ellos llevan adelante el Diplomado en periodismo turístico lo cual marca la necesidad y preocupación al respecto.

Ya no tenemos duda de que el Periodismo Turístico existe y que es una realidad concreta. Nadie, o casi nadie, se opondrá a la especialización de los

periodistas pero ¿Quién la brinda y bajo qué concepción?

Haciendo un sondeo en Google para identificar las posibilidades educativas para la especialidad encontraremos que hay experiencias que se hicieron por única vez y no se repitieron más.

Este es el caso de 1º Curso de Capacitación en Turismo para Periodistas en Chile, este taller fue llevado a cabo en el año 2010 por la Municipalidad de Valparaíso. Otro caso a mencionar es la Carrera de Periodismo Turístico en el ITHU Politécnico de Montevideo, por citar sólo dos casos.

Dentro de la oferta educativa disponible en la actualidad podemos destacar

1. Taller Online de Crónicas de Viajes.
2. Asignatura optativa Periodismo turístico y de viajes. Grado en Periodismo, Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de La Laguna.
3. Curso de Periodismo Turístico.
4. Curso de Experto Universitario en Comunicación y Turismo 2.0: Blogs, redes sociales y marketing de contenidos

5. Diplomado en Periodismo Turístico.

6. Máster en Periodismo de Viajes.

Nótese la diferencia existente en la forma de denominar a la propuesta educativa en cuestión, esto complica aún más la posibilidad de tener una imagen acabada del periodista turístico pero también refuerza mi postura sobre la importancia de especializar al profesional.

En el listado se aprecia que la oferta esa excepción de la asignatura optativa, virtual; de carácter internacional y sólo el

Diplomado es gratuito los demás tienen costos y apuntan a diferentes aspectos como el centro de la propuesta educativa.

Como siempre ocurre en el mercado, podemos decir que hay para todos los gustos y posibilidades.

Por cuestión arbitraria de posibilidades pondré en comparación dos de ellos en sus aspectos teóricos básicos: Curso de Periodismo Turístico y Diplomado en Periodismo Turístico.

Curso de Periodismo Turístico	Diplomado en Periodismo Turístico
Docente: Carolina Reymundez	Docente: Miguel Ledhesma
Dirigido a personas interesadas en el periodismo turístico, docentes, estudiantes de periodismo, ciencias sociales o turismo, periodistas o productores de radio y TV que deseen acrecentar sus conocimientos sobre el género.	Si bien el curso estará dirigido a periodistas, comunicadores, profesionales del turismo, y a docentes y alumnos de estas áreas, todos son bienvenidos a participar.
Duración: Ocho semanas (dos meses)	Duración: Desde abril a diciembre
Programa Semana 1: Presentación e Introducción Semana 2: Marco histórico Semana 3: El relato de viajes Semana 4: Las fuentes del relato turístico Semana 5: Escritura Semana 6: Personajes Semana 7: Gastronomía, enología y ecoturismo Semana 8: Trabajo final, conclusiones, despedida y cierre	Programa Módulo 1: Diagnóstico e Introducción. Módulo 2: Géneros periodísticos. Módulo 3: Investigación periodística. Módulo 4: Periodismo escrito. Módulo 5: Periodismo radial. Módulo 6: Periodismo televisivo. Módulo 7: Periodismo digital. Módulo 8: Periodismo Turístico.
Objetivos Iniciarse en la escritura de crónicas de viajes, además de acercarse a la información turística de los medios.	Objetivos Los objetivos del diplomado son que el alumno pueda asumir una postura crítica y comprometida de la labor periodística en turismo; adquirir herramientas de escritura periodística, investigación y presentación radial, televisiva y digital; identificar posibilidades de comunicación alternativa en turismo y asumir un perfil de periodista ético, creativo y actualizado.

Requisitos	Requisitos
Conocimientos básicos de redacción periodística. Computadora con conexión a Internet.	Los únicos requisitos que deben tener en cuenta quienes se inscriban, son un manejo fluido del idioma español escrito y oral, y contar con una cuenta de Gmail, ya que todo el trayecto de la asignatura se basará en el uso de aplicaciones de Google.
Características	Características
El curso es teórico-práctico y requiere la participación activa del alumno. Incluye trabajos prácticos semanales y una evaluación final, con su correspondiente calificación.	Los estudiantes deberán realizar dos trabajos prácticos mensuales y obligatorios y un trabajo práctico final.
Arancelado	Gratuito

La formación del periodista turístico es una necesidad que no va a ocultar los comentarios erróneos, despectivos o cargados de malicia que la gente tiene al respecto, sin embargo se necesita preparación para poder "Formar" y transmitir una imagen correcta a la sociedad de lo que el profesional verdaderamente es para diferenciarse de lo que no debería ser.

La construcción de esta imagen debe ser producto de la formación profesional primero y el debate crítico y abierto en una segunda instancia.

En la encuesta que acompaña el presente trabajo es interesante ver cómo profesionales de la prensa ven al periodista turístico como "Promotor de los destinos turísticos del mundo", como profesionales del turismo no conocen la especialidad agregando luego que notan falta de preparación al periodista a la hora de hacer su labor o como ciudadanos comunes aseguran que son personas "con una buena posición económica" o "un «bon vivant»".

Dentro de las respuestas que no están incluidas en la encuesta pero que hablan de la desinformación y la falta de pensamiento crítico destaco la de

Turismo en Corrientes quienes respondieron "Somos periodistas políticos que armamos esta página de turismo para facebook como manera de promocionar la provincia. No sabría decirte por no ser periodistas turísticos específicamente", Carina Trifiletti, técnica superior de turismo, "Es muy largo de explicar, tendría que abarcar muchas cosas pero lo principal tener el conocimiento y la actitud para transmitir". Lula, técnica superior en turismo: "No conozco ningún periodista turístico... La imagen que más se acerca es la de conductores de programas turísticos que generalmente son modelos y deportistas o en su defecto dueños de Agencias de Viajes".

Al respecto, Carolina Reymundez, docente del Curso de Periodismo Turístico y autora del libro El mejor trabajo del mundo, afirma que muchos tienen fantasías sobre la profesión expresadas en estos términos:

– ¿Cómo no me dediqué a lo tuyo?

–Lo único que falta es que ahora digas que te queréis ir de vacaciones, sos una caradura che.

–A vos la vida te sonríe.

– ¿Y a eso llamás trabajar? ¡Andá!

– ¿No necesitás a alguien que te lleve la valija?

No obstante estas opiniones, la formación permitirá poder demostrar quién es un verdadero profesional apasionado por lo que hace y no únicamente por lo que percibe como salario. No sólo diciendo sino haciendo. La formación brindará respuestas hacia afuera del Periodismo Turístico y también puertas adentro. Formación que debe ser acompañada con mucha práctica, mucho viaje, mucho contacto con aquello que no nos es del todo familiar. Pero de ninguna manera creyendo ingenuamente que el sólo hecho de viajar ya es instrucción profesional lo que sería como pensar que entrar a un hospital nos hace médicos.

Formarse y especializarse permitirá, según entiendo, dar respuestas a preguntas muy duras pero necesarias como la de Jorge Gobbi, autor de Blog de viajes, "¿Por qué el periodismo sobre viajes y turismo es de tan baja calidad? Por lo general, cuando se lee suplementos de viajes y ve programas en la televisión por cable, es fácil encontrar un montón de publicidades disfrazadas. Es sabido que los operadores turísticos suelen invitar a los periodistas a visitar ciertos destinos para obtener una

cobertura más barata, y ahorrarse de paso la pauta de publicidad (...) Pero los lectores no tienen que saber ni sufrir esto; ellos quieren leer, supongo, información independiente. Y si no, que el medio avise que se trata de una publicidad.

El punto central es por qué a ciertos tipos de notas se le exigen unos parámetros de aceptabilidad -que sea noticia, que cubra la mayor variedad de opiniones posibles, que mantenga distancia de las fuentes, entre otros,- y por qué esto no se cumple en las secciones de turismo”.

Si evitamos hablar de ciertos aspectos fundamentales como formación profesional, códigos de ética, función social, salarios, prebendas, turismo y demás temas que suelen quedar en zonas grises no podremos avanzar en qué se entiende por Periodismo Turístico, aceptando que para unos es, como afirma Fiorella Murga Vásquez, “La recolección de datos, el análisis y la elaboración de la información referida a las actividades turísticas (...) Esta nueva rama del periodismo tiende a informar sobre el accionar relacionado con la superestructura, la planta y la infraestructura turística. También busca

producir un nuevo estilo para posicionar los productos turísticos de una región a través de los medios masivos de comunicación, realizando así un importante aporte desde la difusión y promoción de eventos y acontecimientos científicos, artísticos y culturales que generan el nacimiento y desplazamiento de corrientes turísticas hacia esos atractivos”. Mientras que otros profesionales se encuentran en las antípodas de esta concepción y prefieren visualizar al Periodismo Turístico como la tarea de “Informar, opinar y educar con honestidad. No difundir, ni promocionar o publicitar destinos turísticos, servicios y/o productos” como se menciona en el artículo 2 del anteproyecto de Código Internacional de Ética de las y los Periodistas Turísticos.

Para concluir la especialización del periodismo, que para algunas personas pasa de ser una ignota desconocida a la encargada de promover el desarrollo, el cuidado de la flora, fauna y cultura al tiempo que rescata las tradiciones que han sido olvidadas, tiene mucho futuro y su sanidad dependerá de la posibilidad que todos los profesionales puedan crear los espacios para generar debates, con actitud crítica, con el fin de construir y

formar, y no viendo en el que piensa distinto a “un enemigo” al que hay que vencer.

Tenemos que estar a la altura de lo que la sociedad demanda en cuanto a preparación y actitud porque, según lo dicho por sus miembros en la encuesta que realicé, lo que ellos ven de la profesión es un presente muy básico pero que debiera ser más profundo. No alcanza con el gusto por contar ni por viajar, no se puede seguir construyendo la imagen del hombre “de buena posición económica” que vive la gran vida.

Debemos poder dar una clara respuesta a quienes piensan que periodismo y turismo no van de la mano, tenemos que poder pensar al periodismo turístico con sus características y diferencias que lo hacen particular. Debemos pensar y discernir al periodismo turístico como una verdadera profesión.

Sin lugar a dudas el Diplomado en periodismo turístico sirve para repensar aspectos concretos del periodismo que por la práctica se tienen interiorizados como verdades irrefutables. Y en el plano específico del periodismo turístico permite conocer nuevos conceptos, enriquecer

nociones que con el paso del tiempo descubres que son básicas y por último comprender que se debe dar un debate urgente respecto a la profesión periodística y el rol que cumple en la sociedad y la imagen, como consecuencia, son transmitidas.

El anteproyecto de Código de Ética de la Alianza de Periodistas Turísticos de Latinoamérica resultó un excelente inicio sobre aquellos temas que más urticaria traen aparejados en los profesionales del sector pero que resultan indispensables para empezar a hablar el mismo idioma.

Visiones encontradas se plasmaron con firmeza y respeto porque como bien afirmaba Luis Herrero: “Los periodistas deben criticar, pero no azotar a nadie”.

Apartados

Mi pensamiento inicial sobre la visión que tienen las personas, especialistas o no, sobre los periodistas turísticos es que la sociedad posee una imagen muy vaga de lo que realmente son o deberían ser producto de la falta de formación específica y consecuente comunicación de parte de los periodistas turísticos.

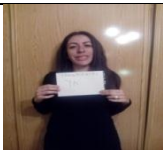
Incluso el turismo está asociado al placer, ocio y negocio por ende pensar en un periodista turístico como algo más que un vocero turístico, en este contexto, es casi imposible. Hay que poder establecer un criterio que nos permita decir algo más que la altura de un volcán, el precio de

una habitación o las fiestas patronales de un pueblo.

Con este criterio formulé la pregunta especificando, cuando fue necesario, que por imagen se entendía el rol, la función y demás aspectos que creyeran esenciales al periodista turístico.

¿Cuál es la imagen del periodista turístico que Ud. tiene?

• Profesionales del turismo

Juliana Santos Técnica Superior en Turismo	Ante todo debo decirle que no había oído hablar del término "Periodista Turístico". Luego de buscar en Internet de que se trataba esta especialidad periodística, debo decir que es una disciplina interesante y que en muchos destinos turísticos debería desarrollarse con responsabilidad y profesionalismo, lamentablemente no lo veo reflejado en nuestra localidad (Villa Gesell) al menos.
 Sara Ochoa de Alga Técnico superior en turismo	¿Periodista Turístico? Involucrarse en el turismo de los lugares que va a hablar.
 Tatiana López Licenciada en Turismo	Tiene que ser una persona muy expresiva, que hable al menos 3 idiomas, que hable con pasión de cada destino que visite. Interactúa con las personas del medio en el que se encuentra valora y da a conocer la identidad cultural de los destinos.
 Analía Pauluzzi Técnico en Hotelería y Turismo	Como todo periodista su función es la de comunicación de una realidad, hechos concretos ante la sociedad, al ser de turismo...hecho y realidades del turismo. Por eso tome a Fernando Gallardo como respuesta, debe haber muchos pero Fernando es un claro ejemplo de cómo toma hechos y cifras para dar una realidad concreta. Considero que un periodista que cubre la fuente turismo no solo debe retratar los sentimientos de un viaje sino las realidades. Lugares es una revista muy conocida en el país....sus notas son promociones de lugares con datos concretos....es una guía de viajes actualizada y maquillada. 4 apps imprescindibles si vas a viajar a Nueva York. Esta nota en un blog bastante

	buena es dar al lector un conjunto de herramientas concretas e información real de turismo, más allá de que este promocionando específicamente estas 4 herramientas y no otras.
 Florencia Stefanazzi Licenciada en Turismo	Para mí un periodista turístico tiene que conocer el lugar para el cual escribe... ya sea servicios, atractivos, conocer de cultura, gastronomía...
Gabriela Taborda Licenciada en Turismo	En cuanto a la pregunta que me formulas, debo decirte que considero que muchos periodistas se limitan a realizar meros relatos geográficos de los lugares y en realidad debería trascender un poco más. Tratar de transmitir con sus crónicas las emociones, las vivencias, los sentimientos. Creo que muchas veces sólo hace investigaciones desde un escritorio por eso los informes no llegan al público. Hay publicaciones, tanto gráficas como de tv que llenan espacios sólo con fotografías e impactantes imágenes pero dejan de lado a los lugareños, sus costumbres y sentimientos para con los turistas. El relato de los sonidos, los olores.... Y eso es, precisamente, lo que como periodistas deberíamos resaltar siempre, el conjunto de experiencias.
 Mariana Alfaro Licenciada en Turismo	No conozco muchos periodistas turísticos. En TV son improvisados que les gusta viajar, y no tienen preparación. En gráfica son periodistas que escriben sobre turismo. Nada más. Y hacen relatos de viajes y descripciones.
Amprotur Foro Profesionales Turismo Mendoza	Que hace promoción / marketing y no precisamente periodismo profesional en turismo. La información y su comunicación en tiempo y forma en la actividad turística quizás responde a contradicciones para el periodismo pero los efectos son claves para el turismo. Deberían ser licenciados en turismo especializados en periodismo

- **Ciudadanos**

Melina Núñez Ramos	Todo periodista turístico debe tener conocimiento del Turismo como fenómeno socio cultural y económico. Debe conocer la infraestructura en donde se desarrolla la actividad turística y sobre todo capacidad para indagar acerca de los intereses de turistas y prestadores. Capacidad para investigar todos los fenómenos que influyen en la actividad turística.
María Isabel Estévez	La verdad tengo una imagen poco formada, ya que conozco muy pocas personas que se dedican al periodismo turístico pero generalmente son personas que están en buena posición económica y pueden invertir en su profesión en viajes y materiales para que con los años logren cosechar sus frutos. Es una especialidad del periodismo que da sus frutos a largo plazo. Socialmente poco reconocida como profesión porque lo que opina la sociedad es que se la pasan bárbaro viajando de un lugar a otro. Necesitan de una buena formación en cultura general turismo e idiomas.
Marcelo Acosta	En verdad nunca me planteé la imagen de un periodista en particular. Creería que el periodista especializado en turismo ha de ser alguien que se caracteriza por viajar, conocer, comparar. Además lo veo como a un buen gourmet y buen sommelier. Finalmente, lo definiría como a un "bon vivant" (Persona que sabe disfrutar de los placeres de la vida).
Facundo Acoglanis	La prensa turística en su conjunto carga con la responsabilidad de ser herramienta fundamental, básica e iniciadora en la promoción del turismo, más regionalmente también valiosa al introducir socioculturalmente tanto al fomentador como al receptor, logrando una simbiosis que, si va acorde al respeto de la naturaleza del lugar, se convierte en principal actividad de sustento.
 Laura Vergerio	Esta pregunta me hizo pensar y concluí que nunca reparé en esa rama del periodismo; supongo que erróneamente considero "Periodismo Turístico" al que promociona a manera de publicidad o marketing los destinos turísticos del mundo. Digo "erróneamente" porque si existe una especialización del tema en la carrera (cosa que desconocía), seguramente no es para "promocionar", de eso se encargarán los publicistas. Todo lo que puedo aportar como respuesta, es que en distintas oportunidades me atraparon algunos programas televisivos que recorrían el mundo con sus cámaras y me permitían conocer lugares con su cultura, que me gustaría visitar. Lamento no tener más fundamentos!

• Gobierno

 Daniel Leguizamón Secretario de Turismo Ushuaia	Para nosotros y no es por definición un periodista turístico informa sobre los servicios, infraestructura del destino y la experiencia de los turistas, locales, gobierno y sector privado.
 Luisina Guevara Directora de la Dirección de Turismo, Medio Ambiente y Pesca El Chaltén	La imagen del periodista turístico que tenemos basándonos en nuestra experiencia es que muchas veces no conoce en profundidad el destino, o los puntos más importantes del lugar; del cual va hacer una nota o un trabajo.
Dirección de Turismo de San Pedro	Luego de plantear la pregunta entre mis colegas y compañeros de esta oficina de Turismo llegamos a la siguiente conclusión: "Un periodista Turístico es aquel que cumpliendo con la labor periodística se especializa en una temática particular, razón por la cual debería de estar interiorizado plenamente de las diferentes cuestiones que atañen a la especialización, en este caso el turismo. No solo es necesario que conozca los lugares de los que habla, escribe, entre otros. Sino que estén actualizados de las diferentes normas, leyes, convenios, resoluciones, entre otros de la actividad. Todo esto para que al momento de realizar su tarea el periodista turístico informe de manera lo más verosímil posible de una realidad concreta".
 Julio Barchuk Director de Turismo de Oberá	En la Ciudad de Oberá, y en la Provincia de Misiones, no hay periodistas especializados en turismo, lo que se publica no es en forma correcta y permanente. En el orden nacional si existen estos profesionales en la actividad, y son excelentes ya sea en medios gráficos, televisivos y radiales.

• **Empresarios**

 Juan Carlos Perea Granja Casablanca, La granja de Capilla del Monte	Mi visión del periodista turístico es el profesional que refleja a través de los medios una realidad, en este caso turística. No conozco a ningún periodista turístico, todos los que he visto son periodistas que se desarrollaron en otras áreas y que luego decidieron o tuvieron la oportunidad de realizar su actividad relacionada al turismo, pero arriesgando una definición podría decir que debe ser los ojos y oídos, en fin los sentidos que permitan vivenciar a los demás una situación, lugar, acontecimiento lo más fiel posible para que se conozca por otros. También reconozco que el plano de acción es muy diverso (el del turismo) y amplio y las oportunidades son vastísimas.
Claudio Marcelo Guevara Vivanco Turismo Cumbre Andina Ruta Cruz	No tengo una imagen preconcebida, me imagino que es un especialista que tiene como objetivo escribir, y difundir acerca de diversos lugares.
 José Oliva López Cabañas Panamá	El periodista de turismo debe enfocarse en resaltar las cosas de cada región, le falta ser más apasionado en buscar los lugares que son poco conocidos y que son muy exóticos, siento que muchos se van a lo fácil y repetitivo, el turismo es la travesía, es el descubrir cosas y lugares que pocos conocen, enfocarse en fauna, flora de las distintas regiones y sin dejar a un lado sus necesidades, destacar la cultura de cada lugar enfocarse en tradiciones que han sido olvidadas y tratar de rescatarlas. Siento que debe vivir la experiencia y mencionar las diferentes opciones que hay en una región.

• **Periodistas/comunicadores**

Enrique Pizarro Licenciado en Comunicación social/RadioMotiva.com)	Es un profesional con oficio para identificar y proveer información y recursos para hacer del viajar y conocer una experiencia placentera.
 Claudia Paredes Área de Prensa en Dirección de Turismo Ciudad de Córdoba	Imagino que cuando decís imagen te referís a perfil del periodista. Yo te puedo contar cuáles son las habilidades que a mi juicio debería tener un periodista que trabaja en el área de Turismo de un municipio, no abarcar a todos los periodistas turísticos, ya que nuestra tarea es muy diferente a la que se realiza desde un medio de comunicación. Conocimiento del destino, capacidad de obtener y manejar información, sensibilidad para captar aquello que rodea a la información y no está compuesto por datos (como emociones o sensaciones), amplitud de criterio para comprender otras culturas y orientarlas a comprender la nuestra y por supuesto, buena redacción y habilidades básicas en el manejo de tecnología que disponga. Como verás, todo puede adquirirse y perfeccionarse, así que ¡Mucha Suerte!
 Martin Mantegini www.culturasommelier.com.ar	Periodista turístico es un profesional que debe transmitir las bondades de un atractivo turístico siendo protagonista de cada uno de ellos. Debe conocer los perfiles de turista, sus preferencias y comunicarlas responsablemente para ser el mejor intermediario entre ambas partes. Debe ser curioso, flexible y abierto a descubrir el potencial de un sitio más allá de lo que esté disponible de información al turista.

- **Turistas**

Mónica Rosales Ventura Los Perales Argentina	Creo que el periodista dedicado al turismo, es importante para colaborar con los guías y dar a conocer los mejores lugares de un país.
Ludmila Anglas Lima/Perú	Uno que se preocupe por mantener los paisajes y que no sólo de a conocer lugares como lo hacen todos sino que concientice a como mantener y preservar estos lugares cuidando nuestro medio ambiente.
Dario Degiorgis Salsipuedes/Argentina	Sinceramente no sabía que existía esa rama del periodismo. Pero supongo que serán los que informan sobre lugares y tendencias para visitar en el mundo. Cada uno elegirá algún lugar especial que le interese publicitar y hacer conocer.
Lady Quiñones Lima/Perú	El periodismo turístico como su nombre mismo lo indica, está enfocado en informar todo lo relacionado al turismo, para que las personas (receptores) puedan conocer más de la cultura, historia, hoteles, gastronomía, entre otros, de un determinado lugar. Además investiga hechos anecdóticos, así como también derechos de los turistas o comunidades. En general es una rama del periodismo que en los últimos años viene alcanzando mayor demanda en los medios de comunicación.
 James Maraví Huancayo/Perú	Que gracias a los periodistas turísticos, la actividad no tiene límites de fronteras ni de idiomas, ya que forman una imagen de nuestro país, dando a conocer al mundo entero nuestras riquezas milenarias. Todo ello incentiva a un desarrollo integral de cada localidad con las mejoras de sus hoteles, carreteras, el cuidado de la naturaleza, entre otros.
Adriana Andreano Salta/Argentina	Creo que un verdadero periodista turístico debe captar la esencia del lugar... ser cronista no fotógrafo, debe mostrar cómo se vive en ese lugar.... que al ver o leer lo que el periodista produce... debe mostrar cómo es vivir en ese lugar.

• Contexto Legal argentino

En la Constitución Nacional, ley de leyes como suele llamarse, se menciona a la libertad de prensa en el Artículo 14, que hace referencia a las libertades civiles de todas aquellas personas que habiten el territorio, diciendo expresamente "(...) de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa". Más adelante, en el Artículo 32 referido a la libertad de prensa y la prohibición al congreso de reglamentarla, se dice "El Congreso federal no dictará leyes que restrinjan la libertad de imprenta o establezcan sobre ella la jurisdicción federal".

En la reforma constitucional del año 1994 se incorporó el Artículo 43 que en el tercer párrafo dice "Toda persona podrá interponer esta acción para tomar conocimiento de los datos a ella referidos y de su finalidad, que consten en registros o bancos de datos públicos, o los privados destinados a proveer informes, y en caso de falsedad o discriminación, para exigir la supresión, rectificación, confidencialidad o actualización de aquéllos. No podrá afectarse el secreto de las fuentes de información periodística".

A través del Pacto de San José de Costa Rica, documento esencial de los

Derechos Humanos, al cual Argentina adhirió en el año 1984 y le dio carácter constitucional una década más tarde, 1994, se toma posición sobre Libertad de pensamiento y de expresión y Derecho de rectificación o respuesta.

Artículo 13. Libertad de pensamiento y de expresión.

1º. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2º. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a)** El respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
- b)** La protección de la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral pública.

3°. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4°. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5°. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

Artículo 14. Derecho de rectificación o respuesta.

1°. Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentada y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.

2°. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.

3°. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

En lo que refiere al turismo la Ley 25.997 conocida como Ley Nacional de Turismo sancionada en el año 2004 y promulgada el 5 de enero de 2005 se estructura de la siguiente manera: "Objeto y Principios. Conformación del Sector. Comité Interministerial de Facilitación Turística.

Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación. Consejo Federal de Turismo. Instituto Nacional de Promoción Turística. Régimen financiero. Fondo Nacional de Turismo. Incentivos de fomento turístico. Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Protección al turista. Turismo social. Infracciones y sanciones. Disposiciones complementarias”, pero nada se dice en ella de periodistas y menos sobre periodistas turísticos.

La libertad de prensa es uno de los fundamentos de la democracia en nuestro país por tal motivo todo intento por acallarla es inconstitucional.

Como periodistas turísticos debemos trabajar en construir una imagen profesional y acabada que además de informar en tiempo y forma a la sociedad vaya en sintonía con el espíritu de la Ley Nacional de Turismo que “declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado”.

La Ley Nacional de Turismo “Tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la

promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad”.

• Contexto Ético

El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) presentó en el año 2006, en el marco del Primer Congreso Nacional de Ética Periodística, un documento sobre varios aspectos que hacen a la ética de los periodistas como “valores esenciales, los métodos y la visión del periodista como individuo”, entre otros.

Aquí destaco algunos de los puntos del Código de Ética que, según mi apreciación, son elementales y deben ser tenidos en cuentas por los periodistas turísticos:

1. Los periodistas que integran FOPEA se comprometen a buscar la verdad, a

resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información.

2. Son objetivos irrenunciables para el periodista el rigor y la precisión en el manejo de datos con el fin de alcanzar una información completa, exacta y diversa. La distorsión deliberada jamás está permitida.

7. Los métodos para obtener información merecen ser conocidos por el público.

14. La información debe ser claramente distinguida de la opinión.

18. Es incompatible con la profesión periodística la difusión de mensajes publicitarios explícitos o implícitos.

19. La información noticiosa y la publicidad deben ser claramente diferenciadas. La publicidad informativa, a veces denominada “publinota”, contraviene el principio fundamental e indispensable de caracterización, por lo que debe ser identificada como tal.

22. Ningún periodista debe aceptar pagos, retribuciones, dádivas ni privilegios de ningún tipo que pudieran pretender, de manera explícita o no,

incidir sobre un manejo informativo particular. Los sobornos y las prácticas extorsivas son una falta grave.

27. Deben rechazarse los regalos y atenciones que pudieran ofrecerse como resultado de su trabajo o sus conexiones profesionales. Corresponde devolver al remitente los regalos con una explicación sobre los principios de ética periodística que impiden aceptar cualquier tipo de retribución de terceros. Podrían exceptuarse de esta regla los obsequios de cortesía, siempre que su valor no exceda los 30 dólares estadounidenses.

28. Es recomendable que los periodistas sólo acepten viajes si son pagados por los medios en los que trabajan. En caso de acceder a una invitación paga, esta situación debe ser indefectiblemente explicitada en la cobertura para que el lector, oyente o televidente, pueda evaluar la imparcialidad del trabajo del periodista.

Los viajes que fueran meramente de placer o recreación no deben ser aceptados.

Al código de ética de FOPEA creo conveniente ampliarlo con aquellos puntos destacados en el anteproyecto de

Código Internacional de Ética de las y los Periodistas Turísticos de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos que como su nombre lo expresa son factibles de ser modificados en todo o en parte, sin embargo dicho documento se publicó así:

ARTÍCULO 2. "Informar, opinar y educar con honestidad. No difundir, ni promocionar o publicitar destinos turísticos, servicios y/o productos".

ARTÍCULO 3. "No generar contenido periodístico que pueda introducir en la sociedad la imagen de que el turismo es un fenómeno inofensivo y completamente positivo, que no presenta aristas peligrosas o negativas para los seres humanos y sus ambientes".

ARTÍCULO 16. "Evitar juicios de valor y dejar a un lado sus convicciones y creencias, entendiendo que la información debe ceñirse al marco jurídico y médico principalmente, cuando se trate de turismo de suicidio".

ARTÍCULO 17. "No facilitar el turismo sexual y denunciar cuando éste involucre a menores".

ARTÍCULO 18. "No condenar a los países donde se practique el turismo de drogas, la y el periodista deben tener una posición crítica y reflexiva frente a los problemas sociales, económicos, políticos y culturales que lo atañen".

ARTÍCULO 19. "Dejar de lado la información amarillista y la falta de compromiso con las comunidades visitadas cuando se trate de turismo abortivo, turismo de muerte y turismo pobrista".

ARTÍCULO 24. "Tener el mismo respeto y la misma actitud profesional con todos los destinos y sus actores sociales, sin importar si estos puedan aparentar ser más o menos desarrollados turísticamente".

ARTÍCULO 25. "No aceptar viajes, regalos o sobornos que comprometan su independencia periodística, y menos aún recibir favores o privilegios para publicar, suprimir, o alterar total o parcialmente alguna información".

ARTÍCULO 28. "Evitar que se dicten leyes que dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión, y denunciar a

aquellos sectores del turismo que impidan el acceso o manipulen la información”.

ARTÍCULO 31. “Citar a las compañeras y compañeros de los que se reproduce un texto y no plagiar bajo ningún concepto”.

ARTÍCULO 32. “Examinar sus propios valores e ideas y evitar tratar de imponerlos”.

ARTÍCULO 33. “Impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación y de espacios de capacitación en materia de turismo y especialización profesional”.

ARTÍCULO 37. “Concientizar a las y los turistas sobre la importancia de su buen comportamiento en los destinos turísticos y con las comunidades receptoras, cambiando la cultura de la exclusión y discriminación por la cultura de la inclusión y el aprecio de la diversidad”.

ARTÍCULO 42. “Abstenerse de usar calificativos que refuercen estereotipos, estigmatizaciones, generalizaciones, presunciones erróneas o presentaciones sensacionalistas cuando se hable del otro como extranjera o extranjero”.

ARTÍCULO 50. “Brindar información veraz, equilibrada, comprensible, que evite caer en cualquier exageración, sobre el desenvolvimiento de todos los actores sociales del turismo”.

ARTÍCULO 52. “Prestar especial importancia a las necesidades de los actores sociales del turismo que presenten alguna discapacidad, denunciando públicamente aquellas situaciones en las que sus derechos se vean avasallados. La discapacidad no debe ser nunca el centro de la información y se debe tener en cuenta que una persona con discapacidad debe ser tenida en cuenta siempre para dar su opinión o testimonio”.

ARTÍCULO 53. “Denunciar la explotación humana en cualquier de sus formas y más allá de lo que establezca la legislación vigente en cada país”.

ARTÍCULO 55. “Informar dando a entender que turismo y sustentabilidad son sinónimos, que el primero no es posible sin el segundo”.

ARTÍCULO 56. “Instruir a las y los turistas sobre la importancia de cuidar el patrimonio cultural y natural del sitio

visitado, denunciando aquellos casos de daño o tráfico de material y especies locales, así como de inclusión de materiales o especies que puedan alterar el equilibrio ecológico”.

ARTÍCULO 57. “Fomentar el cuidado del patrimonio tangible e intangible y denunciar cualquier situación que ponga en peligro su preservación”.

ARTÍCULO 58. “Evitar utilizar elementos o realizar coberturas periodísticas que puedan ser invasivas para el ambiente turístico, natural y/o cultural”.

ARTÍCULO 63. “Evitar el uso de los medios de comunicación con intereses personales, lucrativos, ilícitos o inmorales”.

ARTÍCULO 64. “Corregir las equivocaciones de la manera más rápida y clara como sea posible, y establecer sistemas que permitan que el público pueda alertar sobre posibles errores”.

ARTÍCULO 65. “Tratar críticamente a las fuentes entendiendo que la información a veces puede estar matizada por intereses personales o comerciales”.

ARTÍCULO 67. “No utilizar el rumor y las informaciones anónimas o los mensajes publicados en la web cuando no se haya verificado la verdadera identidad de la autora o autor”.

ARTÍCULO 70. “Participar de la conformación de comités de ética regionales que apliquen y pongan en funcionamiento el presente Código”. Artículo eliminado del trabajo pero dejado para no eliminar tu comentario.

Como expresara en el contexto legal, toda intención de reglamentar la actividad periodística en Argentina resulta anti constitucional es por ello que pensar en un código de ética resulta imperioso para todos aquellos que deseen ejercer la profesión.

Este código de ética debe ser la piedra basal en la formación de los periodistas turísticos para que sepan a qué atenerse y qué es lo que se espera de ellos.

Como sostengo en todo el trabajo el periodismo turístico debe entenderse como una especialización que requiere de un trabajo profundo y amplio para que los roles, derechos y límites sean claros pero no para imponerlos sino para ser consensuados, comprendidos y

respetados. Pero difícilmente esto sea posible si no se conoce de aquello que se trata.

Luego de establecer un código de ética del periodista turístico con estos principios será vital la consecuente comunicación a la gente para que se informe y comprenda cuál es la función de un periodista turístico y así pueda diferenciar entre profesionales y opinólogos.

Esta imagen que ofrezcamos no debe pensarse jamás como una piedra monolítica sino como algo dinámico que debe ser pensado de forma constante.

● **Recuadro: Pensamiento Crítico**

El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) y la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos a través de sus códigos de ética destacan la importancia que tiene para el periodista su búsqueda de la excelencia y la especialización profesional respectivamente.

FOPEA sostiene en su artículo 24: "La búsqueda de la excelencia es una constante en la vida del periodista y eso incluye su capacitación permanente y la mejora de sus prácticas". Por su parte la Alianza Latinoamericana de Periodistas

Turísticos trata el tema en el artículo 33 proponiendo "Impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación y de espacios de capacitación en materia de turismo y especialización profesional".

Como vengo sosteniendo, la formación de los profesionales es una necesidad como forma de plantear un debate formal y concreto en el cuál se traten aspectos que esencialmente tienen que ver con el plano moral en el cuál hay interesantes diferencias.

Sólo así podremos luego brindar una imagen acabada a la sociedad de lo que son, o debieran, los periodistas turísticos. Por ejemplo el artículo 27 de FOPEA dice "Deben rechazarse los regalos y atenciones que pudieran ofrecerse como resultado de su trabajo o sus conexiones profesionales (...) Podrían exceptuarse de esta regla los obsequios de cortesía, siempre que su valor no exceda los 30 dólares estadounidenses". Esta salvedad, aunque no sea el espíritu, deja abierta la puerta a los "presentes" que hacen que se borre con el codo aquello que se vino escribiendo 26 artículos atrás. Podríamos mencionar, además, cuánto representan esos 30

dólares de acuerdo a la cotización del momento pero será para un próximo trabajo.

En el caso del anteproyecto de código se leen comentarios como los que destaco a continuación:

- **Miguel Ángel García Brera:** "Felicitó muy sinceramente a los colegas que han trabajado hasta llegar a este anteproyecto de un código ético para el periodismo turístico. Sí diré que encuentro algunos artículos que van un poco más allá de lo que ha de ser nuestra profesión".

- **Feritza Parra:** "(...) Me gustó mucho leer estos artículos y me encantaron el 5 y el 6, los sentí mis favoritos".

- **Alejandrina Morelli:** "No estoy de acuerdo con el ARTÍCULO 5. El turismo es una actividad económica muy importante y es un eufemismo no hacer referencia al gran negocio para los empresarios, el ingreso para los gobiernos y las fuentes de trabajo que crea. Este artículo intenta tapar el sol con la mano. No entiendo cómo puede hacerse información turística sin difundir o promocionar lugares según dice en

ARTÍCULO 2. No difundir, ni promocionar o publicitar destinos turísticos, servicios y/o productos".

Sin duda que todos los periodistas, y máxime aquellos que desean especializarse en periodismo turístico, deben reflexionar y debatir sin buscar heridos sino puntos de contacto desde los cuales poder trazar un panorama más claro con respecto a lo que se entiende por periodista turístico con sus funciones, mitos y realidades.

Recuadro: Diferencias de Concepción

Dije al comienzo de este trabajo que la velocidad y el acceso a la tecnología brindan posibilidades insospechadas para el mundo del periodismo y también para el turismo, lógicamente. Sin embargo, no se puede decir de antemano que sean buenas o malas porque éstas decantarán para uno u otro lado de acuerdo a la utilización que el periodista turístico y la ética de su medio le indiquen. Gracias a las actuales posibilidades tecnológicas, por ejemplo, se puede realizar un Curso de Experto Universitario en Comunicación y Turismo 2.0 donde alguna de las materias específicas a ver

son Comunicación digital y Web 2.0; Estrategias de Marketing turístico 2.0; Nuevos paradigmas en el sector turístico; Planificación de la comunicación y Comunicación de crisis en el sector turístico, por citar algunas asignaturas.

Pero también los periodistas turísticos, gracias a la tecnología, "Pueden viajar y conocer el mundo" sin tener que moverse de la comodidad de su sillón.

Pese a que esta posibilidad existe de ninguna manera la abalo como forma de realizar el trabajo profesional.

Entiendo que se deba hacer un exhaustivo trabajo de preproducción que significa, según el anteproyecto, "investigar sobre la actualidad social, la historia, la gastronomía, los atractivos turísticos y la realidad empresarial de un destino turístico antes de visitarlo".

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su Código Ético Mundial para el Turismo. Por un turismo responsable expresa: "La prensa, y en particular la prensa especializada en turismo, y los demás medios de comunicación, incluidos los modernos medios de comunicación electrónica, difundirán una información

veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística.

Asimismo, tendrán el cometido de facilitar indicaciones precisas y fiables a los consumidores de servicios turísticos.

Para ese fin, se desarrollarán y se emplearán las nuevas tecnologías de comunicación y comercio electrónico que, al igual que la prensa y los demás medios de comunicación, no habrán de facilitar en modo alguno el turismo sexual".

Vale decir que para la OMT tecnología y difusión, por ejemplo, son temas que hacen también a los profesionales de la prensa especializada.

Sólo con formación, tolerancia y mucho viaje encima se podrá evitar medir "El éxito o fracaso de un destino o de una temporada, sólo en el análisis y publicación de datos cuantitativos, ya sean estos estadísticas o porcentajes".

Realizar un trabajo periodístico comprometido y profundo nos permitirá, en palabras de Miguel Ledhesma, "Brindarle un panorama honesto a la

gente de cómo son las cosas en el área turística”.

Noticias referenciales

El periodismo turístico requiere especialización por lo variado de sus fuentes y relaciones posibles con las cuales hacer la cobertura adecuada. Para muestra los siguientes ejemplos:

1. El turismo como salida a la crisis

En el artículo se habla del rol que está cumpliendo el turismo en la ciudad española de Lucena, conocida especialmente por sus maderas, y la forma en que están intentando revertir una dura situación económica a través de la promoción de un turismo hasta ahora relegado mediante el trabajo basado en su patrimonio cultural, gastronómico y artístico. En el artículo se aprecia cómo se relaciona al turismo unido a la economía y la historia.

<http://www.eldiadicordoba.es/article/provincia/1935602/turismo/como/salida/la/crisis.html>

2. Ingreso de periodista a Líneas de Nazca genera nuevo escándalo

El artículo en cuestión hace referencia a la situación en la que se encuentra un arqueólogo peruano que, como autoridad en las famosas líneas de Nazca, no veló ni impidió el accionar de un equipo periodístico japonés que accedió a la zona actuando fuera de la legislación peruana. Las líneas de Nazca, patrimonio cultural de la humanidad, ya había sufrido otro acto vandálico por parte de la agrupación ecologista Greenpace. En el artículo se aprecia cómo se relaciona el desconocimiento de la legislación del país visitado, la ecología y el turismo.

<http://www.abc.com.py/internacionales/ingreso-de-periodista-a-lineas-de-nazca-genera-nuevo-escandalo-1324170.html>

3. Dakar 2015: Boom turístico en Bolivia

En el artículo se habla de las expectativas que se tenía por parte de las autoridades ante la llegada del Dakar a Bolivia y las propuestas de generar paquetes que promovieran el turismo interno fomentado por la intención de establecer un día feriado a tal fin. En el artículo se aprecia cómo se relaciona el turismo con el deporte y la política doméstica.

<http://www.sitioandino.com/nota/143618/>

4. **Argentina es uno de los países con más turismo sexual infantil**

El artículo se basa en un informe del Unicef sobre cuáles son los países con mayor índice de turismo sexual infantil. Unicef y Ecpat International denuncian los motivos por los cuales se favorece dicha situación como es la ausencia de Estados que controlen con todas sus fuerzas esta situación. En el artículo se aprecia cómo se relaciona el turismo con una problemática tan aberrante como la prostitución infantil como oferta turística y esta situación a nivel internacional. <http://www.territoriodigital.com/nota3.aspx?c=3817250808569089>

5. **Periodismo de viajes en Internet**

El texto hace mención al primer foro de Periodismo Turístico 'Marino Martínez'

llevado a cabo en Cali. En dicho encuentro especialistas del periodismo turístico se dieron cita para hablar sobre diferentes aristas de la especialidad como la forma de desarrollar la actividad, la posibilidad de promocionar destinos, el impacto del turismo en la economía y el uso de las nuevas tecnologías como herramientas para desplegar el periodismo turístico. En el artículo se aprecia cómo se relaciona el turismo con economía, tecnología, función de la profesión y ética de los profesionales.

http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/periodismo_turistico_ejercicio_serio_de_investigacion_pub

Sólo mediante formación, pensamiento crítico y continuo debate es que podremos establecer una imagen del periodista turístico que sea comprensible por todos.

Dedicatoria

A Camila, Romina y “Yiyí”

Agradecimientos

A Camila por su amor

A Romina por su comprensión

A Mamá por tanto

A Miguel Ledhesma por sus disparadores de pensamiento

A todos los que colaboraron desinteresadamente brindando su punto de vista sobre el periodismo turístico

Email del autor ferrines@universidadcorporativa.com

Google + del autor [google.com/+JuanPabloFerrin](https://plus.google.com/+JuanPabloFerrin)

LinkedIn del autor ar.linkedin.com/pub/juan-pablo-ferrin/8b/57b/321/

Bibliografía

Libros

Constitución de la Nación Argentina: publicación del Bicentenario - 1a ed. - Buenos Aires: Corte Suprema de Justicia de la Nación / Biblioteca del Congreso de la Nación / Biblioteca Nacional, 2010.

Gil, Rubio. (2014) Periodismo turístico y formación especializada de tercer ciclo. En Esteve Ramírez, Francisco y Nieto Hernández, Juan Carlos (Eds.) Nuevos retos del periodismo especializado. Schedas colección universidad.

Web

Autores Varios. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Por un turismo responsable. 2015, de Organización Mundial de Turismo Sitio web:

<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Reymúndez, Carolina. (2014). Curso de periodismo turístico. 2014, de Periodismo.net Sitio web:

<http://www.periodismo.net/turistico/>

Código de Ética de FOPEA. (2006). 2015, de FOPEA Sitio web:

http://www.fopea.org/Etica/Codigo_de_Etica

Curso de Experto Universitario en Comunicación y Turismo 2.0: Blogs, redes sociales y marketing de contenidos. 2015, de Rey Juan Carlos Sitio web:

<http://expertocomtur20.com/curso/programa/>

Dakar 2015: Boom turístico en Bolivia. (2015), de Sitio Andino Sitio web:

<http://www.sitioandino.com/nota/143618/>

EFE. (2015). Ingreso de periodista a Líneas de Nazca genera nuevo escándalo. 2015, de ABC Color Sitio web:

<http://www.abc.com.py/internacionales/ingreso-de-periodista-a-lineas-de-nazca-genera-nuevo-escandalo-1324170.html>

Entrevista a Miguel Ledhesma: "Es necesario un cambio de paradigma en cuanto a lo que pensamos y creemos del turismo. (2014), de Alianza Latinoamericana de Periodistas Turístico Sitio web:

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/entrevista-a-miguel-ledhesma-es-necesario-un-cambio-de-paradigma-en-cuanto-a-lo-que-pensamos-y-creemos-del-turismo/>

Moreno, Gema. (2015). El turismo como salida a la crisis. 2015, de El día de Córdoba Sitio web:

<http://www.eldiadecordoba.es/article/provincia/1935602/turismo/como/salida/la/crisis.html>

Guía para citas y referencias bibliográficas. Facultad de Comunicación. Universidad de Piura.

http://www4.ujaen.es/~emilioml/doctorado/guia_rapida_de_citas_apo.pdf

Inscripción: Diplomado en Periodismo Turístico. (2014), de Alianza Latinoamericana de Periodistas Turístico Sitio web:

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/inscripcion-diplomado-en-periodismo-turistico/>

Gobbi, Jorge. (2004). Periodismo y turismo, una mala mezcla. 2004, de Blog de Viajes Sitio web:

<http://www.blogdeviajes.com.ar/2004/02/22/periodismo-y-turismo-una-mala-mezcla/>

Flores, Kevin. (2013). Periodismo moderno. 2013, de Prezi Sitio web:

<https://prezi.com/9xszwnb2lkdf/periodismo-moderno/>

Murga, Fiorella. (2010). Periodismo turístico. <http://espacioidigital.blogspot.com.ar/2010/07/periodismo-turistico.html>

Rs, Laura. (2015). 4 apps imprescindibles si vas a viajar a Nueva York. '2015, de Viaje al Atardecer Sitio web:

<http://www.viajealatardecer.com/2015/01/4-apps-imprescindibles-viajar-nueva-york.html#more-4656>

Ley 25.997 (2005). Ley Nacional de Turismo. Honorable Cámara de Diputados de la Nación. República Argentina.

<http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/cturismo/Legislacion/ley%20nacional%20de%20turismo.htm>

Ledhesma, Miguel. (2014) Trabajo Práctico N°5 Diplomado en periodismo turístico. PDF. No disponible en la web

Nexofin. (2014). Argentina es uno de los países con más turismo sexual infantil. 2014, de Territorio Digital Sitio web:

<http://www.territorioidigital.com/nota3.aspx?c=3817250808569089>

Objetivos. (2015), de Máster en periodismo de viajes Sitio web:

<http://masterperiodismoviajes.com/objetivos/>

Periodismo especializado. (2002), de Ministerio de Educación del Gobierno de España Sitio web:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque4/pag10.html>

Periodismo turístico y de viajes. (2012), de Universidad de La Laguna Sitio web:

www.ull.es/download/centros/ccl/Curso_20122013.../229010905.pdf

Periodismo turístico, ejercicio serio de investigación. (2014), de Gobierno de Cali Sitio web:

http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/periodismo_turistico_ejercicio_serio_de_investigacion_pub

Periodismo Turístico, nueva carrera. (2011), de El País Sitio web:

<http://viajes.elpais.com.uy/2010/12/03/periodismo-turistico-nueva-carrera/>

Periodismo.Com. (2014). El mejor trabajo del mundo. 2014, de Periodismo.com Sitio web:

<http://www.periodismo.com/2014/02/21/el-mejor-trabajo-del-mundo/>

Sea autor del Código Internacional de Ética de las y los Periodistas Turísticos. (2014,) de Alianza

Latinoamericana de Periodistas Turístico Sitio web: <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/tercera-etapa-codigo-internacional-de-etica-de-las-y-los-periodistas-turisticos/>

Taller Online de Crónicas de Viajes. (2015), de Literatis Sitio web:

<http://www.literatis.net/tallerdeperiodismodeviajes/tallerdecronicasdeviajes/tallerdeperiodismoturistico/escribirrelatosdeviajes/cronicasdeviajes.html>

Universia. (2010). Universidad del Mar patrocina curso de capacitación en Turismo. 2010, de Universia Sitio web: <http://noticias.universia.cl/vida-universitaria/noticia/2010/05/26/402720/universidad-mar-patrocina-curso-capacitacion-turismo.html>

¿Cuáles son las Tecno-Competencias que deben manejar los periodistas turísticos para el ejercicio de la profesión?

A lo largo del último año, he cursado el diplomado en periodismo turístico que dictó la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos.

En uno de los primeros textos, al iniciar el cursado, empezamos a trabajar sobre los conceptos de periodismo y turismo, en dicha oportunidad nuestro profesor, Miguel Ledhesma, exponía: "La práctica periodística se estructura principalmente a partir de tres funciones: El periodista, el público y la información; micro espacio al que se le suma de manera más directa el medio de comunicación propio, luego los demás medios de comunicación y las organizaciones turísticas en general (haciendo referencia a un periodismo de tipo turístico), y el sistema social en general."

Desde mi punto de vista, este esquema me ha permitido comprender aquellos principios que hacen a la esencia del periodismo y que en cierta forma comparte con el turismo un contexto complejo, donde factores históricos, culturales, sociales, tecnológicos, legales, naturales condicionan su desarrollo.

Es así como las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC's) han transformado diferentes aspectos de

nuestra vida, incluyendo al periodismo y el turismo.

Si pensamos en nuestras prácticas turísticas, y queremos comprar un pasaje aéreo ingresamos a la web de la aerolínea, para hacer una reserva hotelera y comparar tarifas podemos hacerlo en Booking (<http://www.booking.com>), si queremos leer opiniones de los huéspedes y puntuaciones entramos en Tripadvisor (<http://www.tripadvisor.com.ar/>), si además tal vez queremos conocer más en detalle algún pequeño pueblo que pensamos recorrer, seguro hay un bloguero dispuesto a contarnos donde ir.

Indagamos guías especializadas, y ya en nuestro destino, - y siempre que tengamos conexión- desde nuestro móvil sabremos cuantos km nos faltan, o podemos indicar nuestra ubicación desde Foursquare (<https://es.foursquare.com/>) o "twitear" (<https://twitter.com/>), "postear" en "face" (<https://www.facebook.com/>) nuestro estado, y colgar nuestra selfie en Pinterest (<https://www.pinterest.com/>).

Otro tanto ocurre en el mundo periodístico y de los medios de

comunicación , leemos cada mañana los periódicos en la web, recibimos en nuestro e-mail suscripciones de nuestras publicaciones favoritas, escuchamos noticias desde nuestro móvil y posteamos nuestra opinión en las redes que usa una estación radial, ante determinados hechos son los ciudadanos del mundo los que comparten desde múltiples redes fotos, vídeo, opiniones de lo que ocurre minuto a minuto, todos de alguna forma parece que nos transformamos en reporteros.

Las TIC´s han transformado las prácticas periodísticas y turísticas, y las formas de aprender. Hoy a través del e-learning, y de un tipo particular de curso denominado MOCC (curso en línea masivo y abierto) alumnos de distintos lugares de Latinoamérica hemos podido cursar el presente diplomado, hemos empleado herramientas de la web 2.0 para investigar, organizar, editar, compartir y colaborar en la construcción del conocimiento.

Sin lugar a dudas, hemos podido vivenciar a lo largo de nuestro curso la importancia de las TIC`s para el periodismo turístico, que tal como logramos expresarlo es una forma de

periodismo especializado, una actividad de gran responsabilidad que consiste en informar a la sociedad sobre el turismo como fenómeno actual. Hemos visto como gran parte de la práctica del periodismo turístico emplea las TIC`s, a tal punto que bien podrían algunos hablar de un ciberperiodismo turístico.

En nuestro caso, hemos de enfocarnos en la práctica y con ello creemos que es relevante contar con ciertas habilidades y competencias TIC`s, que nos permitan iniciar el camino para convertirnos en periodistas turísticos del siglo XXI.

Por ello en el presente trabajo expondremos una exploración bibliográfica-documental, sobre cuáles son las tecno-competencias necesarias que debemos asimilar para ejercer como periodistas turísticos profesionales.

Internet, turismo y periodismo

Desde mediados de la década del noventa, cuando explotara el crecimiento y uso comercial de la Internet, mucho se especuló en el sector turístico, los sistemas de distribución global (SDG) cambiaron la comercialización turística, luego la aparición de las OTAs (online travel Agency) hacían pensar en la

desaparición de las agencias de viajes, lo que no ocurrió, pero no nos quedemos allí.

Las TIC`s han cambiado las relaciones y reglas de juego, pensemos en las modalidades turísticas basadas en relaciones P2P (persona-persona) donde si quieres ir a Barcelona te contactas con alguien que te preste su casa e intercambiamos con alguien que desee visitar la Patagonia, para esto usamos una plataforma como <http://www.guesttoguest.com/es/>, o si deseamos rentar alquileres turísticos buscamos en Airbnb (<https://www.airbnb.com.ar>), lo cual ha tenido su repercusión en el sector hotelero, y esto solo es el principio de las nuevas forma de la e- economía.

Ni hablar de las ultimas aps móviles que cuando somos turistas podemos tener disponibles y otras más que como se cuenta en el artículo de La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1571075-como-hacer-que-la-tecnologia-te-ayude-en-tus-viajes>, nos ayudan a viajar.

Otro tanto se ha dicho sobre el futuro de las noticias y, en particular, de la prensa escrita. En un principio la Internet se vio como amenaza a la antigua forma de

producir y vender noticias que representa el diario de papel y, en términos más generales, a la forma tradicional de producir y consumir noticias.

Es interesante lo que comento Janine Warner (especialista en medios USA) en la siguiente nota <http://www.lanacion.com.ar/1327980-estoy-preocupada-por-la-supervivencia-del-periodismo>, donde comenta algunos de los errores de los medios americanos y los cambios en la práctica de su profesión, la cual plantea ciertas incertidumbres.

No cabe dudas, tanto en el turismo como en el periodismo, existen opiniones cautelosas y otras negativas respecto del impacto de la TIC`s.

Pero además otros analistas aducen que los periodistas son más necesarios ahora que nunca, si se quiere salir a flote de la avalancha de información que proporcionan Internet, los cientos de canales de televisión y los servicios de agencia o teletexto de gran inmediatez.

Según esta visión, los periodistas tendrán que ser quienes nos aclaren qué es importante y qué no; quienes nos alerten sobre las amenazas potenciales que

puedan estar surgiendo, cumplimentando así la denominada función de "vigilancia" o de "canalización de la atención" ("agenda-setting") que se le adjudica a los medios periodísticos.

Internet ha estremecido los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero además, ha abierto a la sociedad, en general, y a los periodistas, en particular, nuevas posibilidades y formas de contar historias. En el camino, ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de "nosotros hablamos, ustedes escuchan".

Todo ha cambiado y debemos prepararnos para este nuevo contexto donde, esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas competencias para ser periodistas turísticos profesionales.

Porque hablar de competencias TIC`s...

Debemos considerar al abordar nuestro tema, que cuando hablamos de perfiles profesionales, definidos por el sistema educativo argentino, no es común encontrar el termino competencias como

es el caso del sistema americano o el de la Comunidad Europea, con el libro blanco (Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación, en las áreas de Periodismo y de Comunicación Audiovisual, diseñado para planes de estudio que fomentan la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior EEES) donde se especifican las competencias para los periodistas por ejemplo.

En Argentina se habla de guías de buenas prácticas para la formación de profesionales en diversas áreas, aunque recientemente se está trabajando más el tema, pues el constante desarrollo y la creciente complejidad de uso de las tecnologías de la información en nuestra sociedad del conocimiento requieren de profesionales formados integralmente.

Consideramos importante abordar este tema, puesto que hemos observado que el periodismo turístico, bien podría ser una orientación para quienes estudian carreras de grado turísticas en nuestro país, perfil que la fecha no está contemplado en planes de estudio.

Pero que para quienes abordamos áreas específicas en la formación turística, el

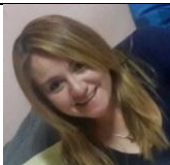
turismo es comunicación, y por ello consideramos importante conocer esas competencias que nos permitirán adentrarnos en el periodismo turístico o lo que podría ser ciberperiodismo turístico.

Para este trabajo, nos pareció oportuno contar con la opinión de quienes son profesionales turísticos, de quienes se están formando y de aquellos que en diversas posiciones están vinculados a la actividad desde el ámbito público u otras entidades. A tal fin hemos planteado interrogantes a dicho grupo: ¿Qué beneficios aportan las nuevas tecnologías

de información y comunicación a la comunicación del turismo?, ¿Cuáles son las herramientas, redes o aplicaciones de la web 2.0 o móvil, que en su experiencia le resultaron más útiles para el turismo?

Los datos sobre conocimiento y manejo de herramientas TIC's del grupo de interés, pueden ayudar a determinar las competencias requeridas para un perfil profesional de periodismo turístico.

Frente a estos interrogantes profesionales del turismo nos respondieron:

 Natalia Villanueva Técnico en Turismo Río Gallego	Las tecnologías de Información y comunicación benefician al turismo generando nuevos espacios donde brindar información, compartir conocimientos y crear opciones de empleos a distancia así como capacitación que ayuden al mejoramiento laboral del recurso humano. Las herramientas, redes o aplicaciones más útiles al turismo son aquellas que brindan información antes, durante el viaje: Permite compartir experiencias con otros usuarios como las redes sociales como facebook y Twitter así como vídeos que se comparten en plataformas como Youtube. La tendencia sigue en aumento y nacerán nuevas aplicaciones que ayuden al turista con sus decisiones y necesidades.
 Iana Curruhinca Técnico en Turismo Río Gallego	"Las nuevas tecnologías de información y comunicación fortalece al turismo, ya que en la actualidad todos tenemos la posibilidad al acceso de Internet. A modo de ejemplo, cualquier persona antes de tomarse vacaciones puede acceder y ver de manera previa los diferentes servicios/productos de lo que desea consumir." "Hoy por hoy se puede googlear todo.... es más fácil llegar al servicio, ver sus comodidades, precios, formas de pago; es más muchas veces se puede realizar consultas de manera online. Las empresas están más "amigas" del Internet."
 Marcela Altamirano Técnico en Turismo Río Gallego	Beneficios de las TICs al turismo, para las empresas facilitan la competencia entre ellas pudiendo desarrollar nuevos servicios multimedia interactivos y así mismo puede organizar la estructura administrativa propia de la empresa, registros, clientes, publicidad, tipos de cambios, contabilidad, entre otros. En cuanto a los consumidores amplias alternativas de servicios en un sólo click, mayor información de destinos.
 Marianela Knappe Técnico en Turismo Río Gallego	Los beneficios que aportan las nuevas tecnologías de información y comunicación al turismo son: Un mayor alcance de la información a toda la sociedad en todo lo referente a la actividad turística, desde los distintos destinos turísticos, los medios de transporte, entre otros. La constante interacción entre el turista y el lugar elegido como destino turístico a través de las redes sociales, los portales de turismo y otros. El aumento de la oferta turística debido a que las empresas del sector turísticos se

	debieron adaptar a estas nuevas tendencias del mercado. Las herramientas que me resultaron más útiles fueron las plataformas de las diversas aerolíneas que me facilitan realizar la compra de pasajes y posterior check in de los mismos y sus aplicaciones para los teléfonos celulares. También utilizo las redes sociales como Facebook y Twitter para saber e interactuar las distintas noticias en lo referente a la actividad turística en general. Son de gran ayuda las páginas web en general de los distintos lugares para obtener información acerca de que destino ir a conocer y visitar en un próximo viaje La aplicación Google Street View es de gran utilidad para recorrer una ciudad ante cualquier duda que se nos presente sobre la misma. Consideramos relevante también compartir en este trabajo la opinión de los futuros profesionales del turismo, por ello exponemos los comentarios de los estudiantes de turismo.
Noelia Gómez Estudiante de Licenciatura en Turismo UNPA-UARG	“Desde mi punto de vista las nuevas tecnologías junto con el internet dan lugar a una gran posibilidad para promocionar los destinos turísticos por la web, y así también una amplia gama de servicios y productos turísticos, con rapidez, reducción de costos, y una información actualizada en tiempo real. También es todo más accesible ya que los turistas pueden comprar sus pasajes en las agencias virtuales y asimismo generar reservas en hoteles con rapidez sin moverse de sus casas. Es así que podemos estar conectados de un lugar a otro sin límite de tiempo ni distancia.” “Las aplicaciones mas útiles Tripadvisor, (seatGuru), Minube, TouristEye (guía de viaje)”.
 Ariel Almendras Estudiante de Licenciatura en Turismo UNPA-UARG	“Las nuevas tecnologías de información y comunicación permiten no solo la rápida interacción entre proveedores de servicios turísticos y visitantes potenciales y/o efectivos, sino que también resultan de vital importancia para la comunicación entre estos últimos como generadores y distribuidores de experiencias, lo que resulta en un mayor alcance comercial de las empresas turísticas locales.” “Dentro de las redes sociales que son más útiles, a consideración personal, identifico a aquellas con plataformas intuitivas para utilizar en smartphones, pues es el modo principal y más rápido en que quienes se encuentran a la vanguardia y poseen mayor influencia dentro de estas redes comunican sus experiencias y opiniones. Se destacan Twitter, Instagram, Foursquare y Facebook.”
Federiko Wicle Estudiante de Licenciatura en Turismo	“En mi opinión los beneficios de las Tics son: Logran mayor conexión entre la oferta y la demanda turística, permite la flexibilidad, las empresas pueden lograr mayor difusión de sus productos y además cada estado puede promocionar su marca país.” Las herramientas que permiten lograr esto es Internet, como también las

UNPA-UARG	aplicaciones de los celulares inteligentes que logran en un pequeño aparato poder estar conectado a la red mundial y conocer la oferta y estar actualizado con los destinos turísticos y lo que venden.”
Alejandra Acevedo Estudiante de Licenciatura en Turismo UNPA-UARG  Analía Barría Estudiante Licenciatura Turismo UNPA-UARG de en	“Algunos de los beneficios de las TIC para el turismo: Apertura del mercado a escala global, compra y venta en tiempo real, mayor disponibilidad de la información, posibilita la interacción entre usuarios y el relato de su experiencia de viaje, abarata costos. Y compartir con otros usuarios su experiencia de viaje” Yo creo que facebook es una herramienta crucial ya que es de fácil operatividad y mayor alcance a usuarios en su tiempo de ocio. Al igual que los sitios web donde consultan, gestionan, cotizan y donde es posible concretar la venta de los servicios inclusive las nuevas tecnologías de información y comunicación para el turismo son altamente beneficiosas, creando una nueva posibilidad de inserción en el mercado de las empresas turísticas, es un cambio de paradigma, se pasa de la tradicional forma de vender el producto mediante una agencia de turismo que monopolizaba la información y el cliente solo debía confiar en su reputación, ahora cualquier persona tiene acceso ya sea a la información del destino, elegir empresas, analizar, seleccionar servicios, conocer virtualmente. Y luego podrá optar por alguna agencia local o cualquiera que crea confiable en el mercado. Además, destinos o empresas pequeñas que antes se le dificultaba promocionarse o estar al alcance de la comunidad global hoy en día encuentran una gran oportunidad, esta en cada una como aprovecharla. También, la empresa cuenta con nuevos sistemas o herramientas donde trabajan en tiempo real, y eso lo hace mas eficiente y crea valor para el cliente.” “En mi caso he utilizado redes sociales como el Facebook para la búsqueda de servicios, o de páginas web para la búsqueda de alojamiento, o de atractivos y sus servicios. Estos recursos fueron de gran utilidad ya que ahorras tiempo y dinero.”

También consultamos a quienes participan en entidades del ámbito público y en organizaciones no gubernamentales:

 Nadia Gugini Lcda. en Turismo Directora de Turismo Municipalidad de Río Gallegos	Las nuevas tecnologías de información y comunicación benefician al turismo de la siguiente manera: Por un lado valorar la información turística y las necesidades que tienen estas empresas para mantener y gestionar los flujos de información que genera la actividad, por otro lado le dan comodidad al turista para la búsqueda de dicha información, benefician a la inmediatez y fluidez de la información, al marketing de la empresa mediante las reservas online, a las promociones, a realizar comparaciones entre los productos y servicios, entre otros.” “Las herramientas mas utilizadas son: Google, facebook, páginas web de turismo.”
Carolina Caliva Centro de Informes Sec. de Turismo Municipalidad de Río Gallegos	Las tecnologías han diversificado la comunicación en todo el mundo. Su influencia en el turismo se han detectado en la demanda nueva q se comienza a detectar. Herramientas usadas: AMADEUS, SABRE, páginas web, Facebook y Hotmail.

Emanuel Tiberi Voluntario Centro de Interpretación Ambiental Rio Gallegos	El turismo es una de las pocas actividades económicas en la que no se requieren grandes desembolsos de dinero como inversión inicial. Si a ello se le suman TICs, de las cuales, muchas son económicas y de gran llegada al público dadas las circunstancias en la que está inmersa la población hoy en día, se genera un combo perfecto. Si bien la palabra "perfecto" se presta a cierta confusión, es una gran herramienta para el inicio de cualquier actividad turística dado que para realizar algo "básico", casi no requiere dinero. Ahora, si hablamos de una actividad turística ya establecida, no solo le permite ampliar el cliente o expandirse a nuevos segmentos, sino que también, permite hacer un "lifting" a la compañía, espacialmente con la utilización de aquellos TICs que tal vez hoy en día se encuentra de moda, por así decirlo. Creo que por una cuestión de gustos en cuanto a la orientación de la actividad y facilidad, Youtube y cualquier otro canal de vídeo (Vimeo, entre otros.). Por una cuestión que gran parte de la gente tiene Facebook, creo que debería tenerse en cuenta por más que yo no lo use pero no deja de ser una herramienta útil para dicha actividad. Finalmente, una herramienta un poco más "precisa" o para un público más crítico, dado que es pura y exclusivamente para subir fotos sin perder calidad gráfica. Esto, a la hora de vender destinos, y con fotos de buen nivel, es clave para concretar una venta.

Periodistas, TIC's y tecno-competencias

Las competencias son los conocimientos, habilidades, y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el mundo en el que se desenvuelve. En este trabajo intentaremos dilucidar las competencias TIC's o tecnológicas que requerimos en la práctica periodística.

En el cursado de nuestro diplomado, tomamos contacto con diversas herramientas, pero nos preguntábamos: ¿Qué implican las nuevas tecnologías y el entorno de Internet para la actividad periodística? ¿Qué es, sin embargo, lo que los periodistas piensan respecto a las nuevas tecnologías y de qué manera las utilizan en su trabajo? Es así, que fuimos indagando y tomamos algunas observaciones:

Ben Mutzabaugh Columnista de viajes de negocios del USA Today.com	"En el impreso es fácil sentir que se está en pleito con los lectores porque la gente encontrará una pequeña cosa equivocada. Así, como periodista usted se pone a la defensiva. Los lectores en un blog se unen a la conversación y lo ayudan. Ellos desean que usted consiga la historia correcta."
Michael Riley Ex editor del periódico The Roanoke (Va.)	"Ya no somos puramente compañías de medios; también debemos convertirnos en compañías de tecnología y eso significa que debemos elevar nuestro coeficiente intelectual (IQ) tecnológico para competir en un mundo transformado digitalmente"
Jonathan Dube Poynter Institute	"Esfuércese por la prosa vívida, apóyese en verbos fuertes y los sustantivos bien definidos. Inyecte a su escritura una voz distintiva para ayudar a diferenciarla de la multitud de contenido en la Web. Use humor. Trate de escribir en un estilo despreocupado o con actitud. Los estilos conversacionales trabajan particularmente bien en la Web. Las audiencias en línea están aceptando más los estilos de escritura no convencionales".

No cabe dudas que estas observaciones reflejan los cambios que exponíamos. La habilidad para producir un texto impreso ya no es suficiente para sobrevivir en el entorno digital. Es un error pensar que las nuevas habilidades para producir esos nuevos tipos de contenido son solo una nueva exigencia de los medios tradicionales para sobrevivir.

Se ha vuelto común decir que con Internet cualquiera puede ser un editor, también se escucha decir que cada vez más el periodismo se está produciendo fuera de los medios tradicionales. Tal vez esto sirve para demostrar que es el entorno tecnológico y no los medios el que está redefiniendo el perfil y las habilidades de los periodistas, y de cualquiera que quiera generar contenido en la Web.

Audios, vídeos, textos, infografías y fotos (<http://www.lanacion.com.ar/1334231-el-cerebro-de-the-big-picture-un-exito-a-pantalla-completa>) adecuadamente organizados pueden dar la opción al usuario de hacer una lectura no lineal de la historia (es decir, escoger el punto de entrada y el orden en que es seguida). La información contenida en bases de datos puede contar historias y permitirle al usuario personalizarlas. El contenido que el usuario puede manipular también

puede contar historias. El inventario se hace infinito...

¿Cuáles competencias?

Del buceo bibliográfico realizado hemos rescatado lo expuesto por C. Max Magee en su tesis de maestría de la Escuela de Periodismo Medill, de la Universidad de Northwestern (2005), mencionado por diversos autores, ya que investigó qué habilidades eran necesarias para trabajar en las salas de redacción digitales. Su trabajo expone 35 habilidades en total, entre las que se puede mencionar: HTML, Flash, usabilidad, cómo escribir para Internet, edición de audio y vídeo, administración de comunidades en línea, análisis de métrica, formas alternativas de contar historias, entre otros., que tal como se expone en algunos papers impactó a periodistas experimentados y jóvenes.

Desde nuestro punto de vista, rescatamos las competencias analizadas por Jenkins y Eshet-Alkali para los nativos digitales, estas son: Juego, Actuación, Simulación, Apropiación, Multitasking, Cognición distribuida, inteligencia colectiva, Juicio, Navegación transmedia, Networking y Negociación; pues tienen

una directa aplicación en el campo periodístico en general.

A continuación expondremos las competencias digitales para los periodistas turísticos que detectamos en función de un perfil profesional:

Juicio: Es necesario diseñar y enseñar estrategias de tipo documental para poder discernir la calidad de la información y la credibilidad de la fuente. Este último punto es de vital importancia debido a que la influencia del periodismo ciudadano es cada vez mayor, lo que obliga a mejorar los mecanismos de chequeo. Y donde la velocidad es uno de los atributos principales es necesario que el periodista turístico sepa reconocer los llamados "hoax", en donde se duplican casi a la perfección sitios Web informativos y de gobierno.

Habilidades de información o navegación transmedia: Es necesario que el periodista turístico sepa seguir el flujo y evolución de una noticia a través de distintos medios de comunicación y tipos de fuentes, sean esos tradicionales o no. Rescatamos esta habilidad ya que fue puesta de manifiesto en el cursado del diplomado cuando en algunos trabajos prácticos iniciamos un proceso

de reporte on line que incluyó la búsqueda de relatos, imágenes, vídeo y grabaciones de audio en foros y blogs. La navegación transmedia también implica la búsqueda constante de información en distintos sitios Web que no necesariamente tenga un corte informativo, así como la participación en redes sociales y foros para seguir el desarrollo de ciertos temas.

Apropiación o reproducción: Esta competencia podríamos situarla a nivel de supervivencia, debido a que el plagio o "copy paste" se han convertido en uno de los principales desafíos éticos del periodismo en los entornos digitales. Estaríamos hablando de la habilidad para discernir entre un plagio y una obra derivada. Para saber cuándo es lícito tomar prestadas ciertas imágenes y cuando no. En el diplomado hemos trabajado específicamente en estos temas de ética periodística, lo cual nos lleva al próximo conocimiento clave.

Conocimiento propiedad intelectual y derechos de autor: Desde el punto de vista cognitivo es necesario manejar los derechos de autor, conocer la Ley de Propiedad Intelectual, también se debe

saber utilizar sistemas de gestión de derechos de autor como los Creative Commons (www.creativecommons.org).

Branching skills o competencias

hipertextuales:

Es necesario recordar la barrera de carácter cognitivo que surge entre los inmigrantes y los nativos digitales y que se basa principalmente en la posesión de lógicas lineales y no lineales. Son dos formas de pensamiento distintas que influyen en tres cuestiones básicas para el periodismo: Cómo se almacena la información (memoria), cómo se produce el conocimiento y cómo se comunica o narra dicho conocimiento.

Data mining o minería de datos:

La habilidad para confeccionar, mantener y darle sentido a bases de datos. El poder está en la recopilación, procesamiento y difusión de información, es necesario que los estudiantes sepan utilizar bases de datos para producir nuevo conocimiento. Por ejemplo, la minería de datos en turismo puede ayudar a identificar patrones inusuales, hábitos y tendencias, temas de interés que como periodistas podemos abordar en nuestros artículos, de hecho cada año el sector espera información sobre las nuevas tendencias de viajes.

Producción de estructuras de narración no lineales:

Es otra habilidad hipertextual. Es necesario agregar la aplicación del hipertexto como forma de narración, tanto a entornos digitales, como analógicos. Por digitales hablamos de periodismo ciudadano, sitios Web, redes sociales, salas de chat tipo mundo y juegos de vídeo. Por analógicos, televisión tradicional, diarios, revistas y cine.

Un ejemplo novedoso es al caso de una revista impresa con un reproductor de vídeos

incrustados

(<http://www.mercado.com.ar/notas/marketing/8017874/es-posible-ver-un-aviso-de-video-en-una-revista-impresa>), que si bien es empleado en promoción, periodísticamente podríamos adaptarlo y aplicarlo al turismo.

Arquitectura de la información:

Disciplina encargada del estudio y análisis de la forma en que es organizada y presentada la información dentro de interfases hipertextuales, como sitios Web, teléfonos celulares, juegos de vídeo y todo tipo de plataformas interactivas. Esta constituye una competencia básica para que los periodistas turísticos puedan confeccionar mensajes en los entornos

digitales, que sean claros y entendibles para todas las audiencias.

Multitasking: Cabe señalar que ésta es una competencia previa que se requiere para desarrollar la construcción de espacios hipertextuales. Eso significa que el periodista debe manejar distintos planos, en lugar de ser un ente altamente especializado en un solo tema, esto implicaría una formación más generalista.

Convergencia: Significa que el periodista debe ser capaz de transitar de un medio de comunicación a otro. Debe saber escribir para radio, televisión, diarios y medios digitales. También debe ser capaz de editar vídeo, audio y manejar conceptos de arquitectura de información (Web) aunque trabaje para una diario.

Comprender y utilizar software sin necesidad de recurrir a entrenamiento formal: En un mundo en donde todo funciona bajo un formato digital, el manejo de software surge como una herramienta básica.

Manejo de códigos: Otra competencia que está asociada a comprender y utilizar software es la habilidad para utilizar código, para poder trabajar, editar y modificar las plataformas digitales sobre las cuales funcionan casi la totalidad de

los medios de comunicación actual, es necesario tener conocimientos básicos de lenguajes de programación, en especial HTML, php, java y action script. Sin un conocimiento básico de dichos códigos no es posible solucionar problemas, adaptar tecnología o utilizar las funcionalidades avanzadas de programas y sistemas de gestión de contenidos periodísticos como Wordpress, PhpNukem, Drupal, entre otros.

Inteligencia colectiva: Está en directa relación con la navegación transmedia. La inteligencia colectiva está fuertemente asociada a la utilización de las redes sociales como productores de conocimiento. De la misma manera, es necesario incluir la competencia de trabajo en red, que es la capacidad para formar y organizar equipos multidisciplinarios.

Habilidades socio-emocionales: En un mundo conformado por redes, en donde la multiculturalidad y la diversidad son la moneda de cambio, es necesario que los periodistas sean capaces de escuchar, comprender e interactuar con distintas subculturas. Es de esperar que esta competencia, en la gente que se dedica al turismo, estudiantes, idóneos, profesionales, está ampliamente desarrollada.

Conclusiones

En el presente trabajo final del diplomado, he intentado trabajar sobre un tema que desde mi punto de vista abre nuevas posibilidades de desarrollo profesional para los futuros profesionales del turismo.

El periodismo turístico, podría constituir una importante orientación a desarrollar en los perfiles universitarios de las carreras de turismo, para ello es clave determinar las competencias profesionales, en términos de habilidades y destrezas que deberíamos fomentar.

Ahora bien, tal como se expuso a lo largo del trabajo, el contexto donde hoy se lleva a cabo la práctica periodística y turística, es un entorno complejo, donde tal como hemos intentado denotar en particular el periodismo turístico está inmerso en la red y requiere del manejo de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC`s).

Por ello es que hicimos hincapié en las competencias TIC`s para el ejercicio del periodismo turístico.

Desde mi punto de vista, el haber transitado este diplomado, como curso abierto, masivo y en línea, donde nos vimos algunos más que otros, ya sea por ser nativos o inmigrantes digitales, a enfrentar los retos que nos impuso cada tarea al emplear diversas herramientas de la web 2.0, para investigar, organizar, editar, compartir y colaborar en la construcción del conocimiento, es en sí mismo un ejemplo, del conjunto de tecno-competencias requeridas para la práctica del periodismo turístico.

Asimismo, considero importante destacar el aporte de este diplomado al ejercicio ético de la actividad periodística, turística, profesional en general.

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico a mis padres, Gladys y Cacho, quienes siempre me han incentivado y acompañado a emprender nuevos horizontes e ir redescubriendo la propia vocación.

Agradecimientos

- A toda mi familia, en particular a mi querido sobrino Bautista que garabateo los suplementos turísticos con los que intentaba hacer mi tarea del diplomado.
- A mis amigas, colegas y compañeras del diplomado Viviana Navarro y Natalia Villanueva, por su gran generosidad y calidad humana.
- A mis alumnos de la tecnicatura y licenciatura en turismo de la UNPA-UARG, que en varias oportunidades me brindaron su colaboración y opinión.
- Al profesor Miguel Ledhesma, por su dedicación y profesionalismo a lo largo del cursado del diplomado.

Bibliografía

- Weaver, David. Periodismo y Nuevas tecnologías: Perfiles de los periodistas del siglo XXI. Research Professor, School of Journalism Indiana University. Bloomington, IN (USA). Traducción de Dader, José. CÍO n° 4.219-229. Servicio de Publicaciones UCM. 1999.
- ANECA (2005): Libro Blanco de los títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación. http://www.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf [fecha de consulta: 20 de enero de 2015].
- Ruiz Dávila, María (coord., 2004): Las TIC, un reto para nuevos aprendizajes: Usar información, comunicarse y utilizar recursos. Madrid, MEC/ Narcea.
- Benítez Antonio, Iglesias & Stepian, Esteban. Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual, Estudios sobre el Mensaje Periodístico 129 Vol. 18 Núm. especial octubre (2012) 129140 ISSN: 11341629
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40919
- Castells, Manuel. La Era de la Información. Economía, Sociedad. y Cultura. Vol. 1. La Sociedad Red. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- Castellón, Lucía & Jaramillo, Oscar. Competencias digitales para periodistas. Revista ALAIC, 2011 - alaic.net.
- Tic's, comunicación y periodismo digital - Tomo II, Volumen 2. Elías Said Hung. Universidad del Norte. 2010.
<https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=Ghry5w2Se6AC&oi=fnd&pg=PA1&dq=competencias+tic+en+periodismo&ots=LZpxbb2EBj&sig=tHqh3IJZdfNP1mARVwX1C1E6EEo#v=onepage&q=competencias%20tic%20en%20periodismo&f=false>

Linkcografía

- www.touraustral.com
- <http://es.labs.teads.tv/top-blogs/turismo>
- <http://www.tecnohotelnews.com/staff/>
- <http://blucansendel.com.ar/redes-sociales/los-destinos-argentinos-mas-exitosos-en-las-redes-sociales-en-2013/>
- <http://blucansendel.com.ar/redes-sociales/los-destinos-turisticos-argentinos-mas-exitosos-en-las-redes-sociales-en-2014/>
- <http://www.lanacion.com.ar/1334231-el-cerebro-de-the-big-picture-un-exito-a-pantalla-completa>
- <http://www.lanacion.com.ar/1327980-estoy-preocupada-por-la-supervivencia-del-periodismo>
- <http://www.lanacion.com.ar/1571075-como-hacer-que-la-tecnologia-te-ayude-en-tus-viajes>
- DIALNET (Difusión de Alertas en la Red)

El Desafío de hacer Periodismo Turístico

Durante el desarrollo de este Diplomado se reflexionó sobre el periodismo, el turismo, la ética, la historia, la oferta turística, el impacto de esta actividad en nuestras respectivas ciudades, entre otros ejes de análisis. Uno de los escenarios que más dificultad representó para mi fue el poder establecer contacto con las autoridades, empresarios y personas relacionadas con el sector turismo. Realizar un reportaje, una entrevista o redactar una noticia se convierte en un ejercicio complejo cuando no se tiene interlocución con los actores directos.

Tanto en el trabajo práctico No. 7 como en los preparativos para realizar este trabajo final, me encontré con la constante negativa de los actores o fuentes a ser contactados. A pesar de la fuerte presencia de redes sociales y de páginas webs que promueven contacto directo con una entidad o persona, el periodista turístico no tiene una tarea fácil para lograr información directa de las fuentes. Mi experiencia ha sido la siguiente; inicialmente pensé en realizar este trabajo sobre la creciente demanda de los fanáticos deportivos para visitar estadios como si fueran museos. Para ello intenté establecer contacto, tanto vía web

como Twitter y facebook con los estadios Azteca, La Bombonera y el estadio de River Plate. Para mi sorpresa, jamás recibí respuesta a pesar de mi insistencia durante varios días.

Posteriormente, pensé que la mejor alternativa era realizar un reportaje sobre el turismo arqueológico pues mi profesión y lugar de trabajo (Ministerio de Cultura de Perú) podrían ser una ventaja para acceder a las fuentes. Sin embargo esto no fue suficiente, pues una de las fuentes me remitió a buscar la información que necesitaba en una página web de uno de los sitios arqueológicos más visitados de Lima, en la cual no había mucho para mi reportaje. Luego de estas dos negativas en dos escenarios totalmente diferentes me pregunte sobre las dificultades que tienen los periodistas turísticos en el ejercicio de su profesión, especialmente en lo que se relaciona con el acceso a las fuentes de información mediante entrevistas.

En ese sentido, el periodismo en este documento será definido como la actividad que se dedica a investigar, debatir y divulgar información actual que tiene un impacto directo en la vida de una comunidad. El turismo es la actividad

de ocio que se realiza para salir de la rutina en donde, por lo general, existe un desplazamiento temporal fuera del sitio de residencia. Finalmente el periodismo turístico es la rama del periodismo que se interesa por investigar y divulgar temas que se relacionan o afectan directamente al turismo y a quienes están involucrados con este. El periodismo turístico no es una forma de publicidad de servicios y destinos turísticos, éticamente el periodista turístico debe abstenerse de dar opiniones a favor de algún oferente turístico.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, este trabajo final girará sobre dos cuestionamientos; ¿El poco posicionamiento del periodismo turístico en Perú es la razón por la cual las fuentes/entidades no se interesan por el acercamiento propuesto por un periodista de esta especialidad? ¿Asociar al periodismo turístico como una forma de publicidad hace que esta actividad pierda legitimidad y cabida en los medios de comunicación en Perú?

Luego de una corta búsqueda en la web y en las bibliotecas peruanas sobre libros o documentos que hablen de periodismo turístico, es muy poco lo que se

encuentra. Por lo general la información es el listado de los congresos de turismo realizados en el país. A excepción de Villar (2000), los documentos hacen referencia a la historia del periodismo en Perú, sin existir mención alguna sobre el periodismo turístico. Particularmente se encuentran guías "paso a paso" para hacer periodismo, sin embargo en la sección de cómo entablar contacto con las fuentes, sólo se limitan mencionar que estas se deben buscar con ingenio, antelación y ser insistente. No existen alternativas si al periodista le es imposible conseguir información directa de las fuentes (English, 1990).

Villar (2000) intenta una aproximación al periodismo turístico. Para ello hace un recuento de los principales cronistas, escritores y periodistas relacionados directa o indirectamente con el periodismo turístico. Sin embargo el texto se vuelve un resumen de las funciones, códigos y conferencias de la OMT así como un manifiesto de las ventajas económicas del turismo en donde la comunicación se remite a la información sobre la venta de un producto.

Este mismo autor menciona que la Asociación de Prensa Turística del Perú (PRESATUR) fue creada el 8 de enero de

1975 con el lema servimos al turismo, no nos servimos de él. Sin embargo el libro en mención presenta artículos más relacionados con el turismo que con el periodismo. Este autor deja la sensación que el periodismo es el medio y el turismo es el fin para conseguir beneficios económicos.

Según cifras de MINCETUR (Ministerio de Turismo y Comercio Exterior de Perú), en el 2013 arribaron a Perú más de 3 millones de turistas extranjeros, si bien la cifra final del 2014 no ha sido publicada, se sabe que para octubre se acercaba a los 3 millones. A pesar de este evidente auge del turismo a este país, las ofertas académicas relacionadas con programas de formación académica en comunicación social y periodismo no incluyen cursos o especializaciones en periodismo en turismo.

Esta poca presencia del periodismo turístico en el ámbito del periodismo y del turismo permiten preguntarse; ¿Es esta la causa para que sea difícil conseguir entrevista e información directa de las fuentes? ¿En Perú el periodismo en turismo se asocia únicamente con la publicidad y venta de productos y servicios?

Para conocer qué idea existe acerca del periodismo turístico, hice dos preguntas a un grupo de conocidos y amigos. Quería saber cómo definen a este tipo de periodismo y en qué temas debe centrarse. Las respuestas entorno a la definición del periodismo en turismo se relacionan con la promoción de lugares, atractivos y datos para viajeros. La gran mayoría de los entrevistados coincide en que Lima no es una ciudad apropiadamente “publicitada” en términos turísticos y es allí donde el periodista debe hacer su aporte, sacando a la luz nuevos atractivos para que turistas y locales puedan conocer más la historia de la ciudad.

En el caso de los peruanos entrevistados, consideran que el periodismo turístico en Lima debe centrarse en mantener informado al ciudadano de las actividades que organizan museos, bibliotecas y otras entidades pedagógicas así como en la agenda cultural de la ciudad. Adicionalmente se considera que el periodismo en turismo debe incluir el impacto económico y social de las actividades turísticas así como las carencias que tienen sitios de potencial interés turístico a los cuales el estado no ha prestado la atención necesaria.

En ese sentido el periodismo turístico está asociado principalmente con la información que publicita una actividad o destino. Un periodismo que denuncie las falencias en los servicios y abusos al consumidor no es entendido como periodismo turístico. De igual modo, un periodista que se interese por evidenciar la potencialidad de un destino hasta ahora no conocido, no se concibe como periodista turístico. ¿Están condenados los periodistas turísticos a hacer notas de dos párrafos dando tips de viaje a sus lectores?

Considero que el problema inicia con la falta de una agremiación sólida y profesional que tenga presencia tanto en los medios de comunicación como el del turismo. En internet la presencia gremial es casi nula, las páginas encontradas no están constantemente actualizadas ni se encuentra información que detalle la "agremiación de periodistas turísticos de Perú". Da la sensación que cada quien va por su lado, haciendo su trabajo acorde con las exigencias propias del jefe de turno.

MINCETUR y PROMPERU (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), al ser las entidades estatales

encargadas de velar por la promoción de turismo en Perú, deben ser entes que fomenten un periodismo turístico organizado, objetivo, ético y útil para denunciar las falencias de la oferta turística en Perú. En este momento, estas entidades únicamente promueven la formación de guías oficiales de turismo mediante el instituto CENFOTUR.

Para tener otra perspectiva sobre este tema entrevisté a Rodrigo Vilca (RV), director representante de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos de Perú;

AV: ¿Cuales son los temas sobre los cuales se debe centrar el periodismo turístico en Perú?

RV: El periodismo turístico abarca todo aquello relacionado a la industria de viajes: Aviación comercial, hotelería, turismo, gastronomía, organización de eventos, transporte, patrimonio cultural, conservación ambiental, políticas de turismo, entre otros.

Muchos medios del periodismo turístico prefieren especializarse únicamente en algunas de estas áreas. Por ejemplo, tenemos en aviación comercial a AerolatinNews.com, mientras que en

hotelería podemos encontrar a HotelNewsNow.com, por citar sólo algunos ejemplos del exterior. También esta sub especialización se da en Perú con algunos medios que en realidad no han tenido tanto éxito, excepto por aquellos dedicados a la gastronomía, los cuales se han multiplicado en los últimos años gracias a este boom.

Otro campo del periodismo turístico es la crónica de viajes, siendo aquí la revista Vamos el principal exponente.

AV: En su ejercicio profesional; ¿Qué dificultades ha tenido en la búsqueda de información y fuentes?

RV: Por lo general, los medios del sector turismo se valen no solo de sus propias noticias, notas de prensa que llegan a redacción, entrevistas y eventos cubiertos por sí mismos, sino también deben recoger las noticias relacionadas al sector que son publicadas por medios masivos y que no están especializados en turismo. En tal sentido, siempre debo leer con cautela las notas de otros medios no especializados, ya que podrían distorsionar o enfocar incorrectamente la información por falta de conocimiento en el tema. Sin embargo, no he tenido mayores problemas. Citar la fuente de la noticia es fundamental. Cuando alguna publicación de otro medio no ha sido

clara, siempre he preferido acudir a la fuente directa para dar una información veraz a los lectores.

AV: ¿Existe suficiente formación académica para profesionales que quieran dedicarse al periodismo en turismo en Lima?

RV: Existen pocas opciones académicas para el periodismo especializado y menos para el periodismo turístico, excepto en periodismo gastronómico sobre el cual apareció una maestría para periodistas que quieren especializarse en este tema.

AV: ¿Cuál cree usted que es la idea que tienen los peruanos del periodismo en turismo?

RV: Creo que la mayoría piensa que consiste únicamente en viajar, tomar fotos y escribir crónicas. Sin embargo, el desarrollo del turismo en el Perú es un tema complejo que es transversal a muchas actividades económicas. Por tanto, el periodismo turístico debe cumplir un gran papel desde el análisis crítico y la investigación, algo que es practicado por casi ningún medio especializado.

AV: ¿Cómo ve usted el futuro del periodismo en turismo en Perú?

RV: Con optimismo, ya que gracias a la existencia de una mayor

profesionalización y capacitación de los prestadores del servicio, el nivel de juicio crítico es cada vez más elevado en el sector. En ese sentido, el nivel de exigencia en la calidad del producto y el interés por la información será cada vez mayor

Este trabajo ha sido un abrebocas de los problemas que enfrenta el periodismo turístico en Perú al ser un área de la comunicación desconocida o al ser entendida como una forma de publicidad para vender lugares y servicios de un destino en particular. A diferencia de otros tipos de periodismo, el periodismo turístico no se concibe como una herramienta de denuncia sobre las dificultades y problemáticas del turismo en un lugar, solo se espera que informe acerca de los lugares de interés y atractivos que ofrece un destino turístico.

Considero que este desconocimiento y falta de posicionamiento de este tipo de periodismo en la sociedad peruana es la razón por la cual hacer entrevistas y conseguir información de interés para realizar un reportaje o preparar una noticia sea particularmente complicado. En lo personal he tratado de desarrollar dos temáticas para este trabajo final pero tuve que desistir por la falta de acceso a

la información y la negativa de las fuentes ante mi pedido de una breve entrevista.

El turismo no solamente es la actividad que se realiza como ocio, es también una manera de reafirmar el orgullo y la identidad nacional, fomenta el sentido de pertenencia al hacer una gran conexión con la historia y la geografía de un país. Propios y extraños pueden aprender sobre un sitio en particular al hacer turismo. Por otro lado, es innegable el impacto económico que tiene el turismo en un país.

¿Cuales son los retos del periodismo turístico? ¿Debe ser regulado por el estado? Los retos del periodismo turístico en Perú se relacionan con el posicionamiento de la profesión tanto en el escenario de la comunicación como en el del turismo. Para ello se debe valer de la creación de un gremio organizado que le permita salirse de la producción de información que ofrezca un destino o servicio turístico. Considero que el estado también debe promover este tipo de periodismo para que este no solo sea una herramienta de promoción turística de los distintos destinos que ofrece Perú. Debe ser también una forma para evidenciar las falencias y problemas en los destinos y ofertas existentes así como una forma

de sacar a la luz potenciales turísticos hasta ahora no conocidos.

Finalmente resaltar que a través de las distintas actividades desarrolladas en este diplomado pudimos comprender que hacer periodismo turístico no es una tarea sencilla. Se necesita tener paciencia, ética, liderazgo, capacidad de

observación y de síntesis, iniciativa y creatividad para que este ejercicio profesional no se convierta en un simple modo de publicidad. Es necesario que nuestra labor como periodistas turísticos sea una actividad integral para no dejar de tener un impacto positivo y proactivo en nuestra sociedad.

Apartados

Sujetos:

A continuación las dos preguntas hechas a peruanos y extranjeros. Las personas autorizaron la publicación de sus datos (excepto uno) pero no de sus fotografías

1. ¿Qué entiende por periodismo turístico?
2. ¿En qué temas cree que debe centrarse el trabajo de periodista turístico en Lima?

● Profesionales del turismo:

María Guadalupe Chumpitaz Cavero, Guía oficial de Turismo, Lima	1. Es mostrar lo todo lo valorado dentro de la cultura, historia, turismo del país que fomenta lo bueno, lo malo entre otros. que se vienen dando en el país 2. Sería bueno centrarse en las deficiencias que existen por parte de las autoridades sobre los diferentes puntos turísticos.
Luis Atauchi, Guía oficial de Turismo, Lima	Periodista turístico estudioso investigador realidad de un poblado ciudad región o país en sus riquezas geográficas y culturales, economía, y atractivos recreativos, y también de sus problemas.
Rosmery Salazar, Guía oficial de Turismo, Lima	Debería enfocarse en los monumentos arqueológicos pues mucha gente ni conoce y en las rutas alternativas de lima cómo sus calles, bares, plazas históricas.

● Ciudadanos:

Paola Tejada, Historiadora del Arte, Lima	1. Es la recopilación de la mayor cantidad de información a cerca de un lugar turístico. Enfocado en las actualizaciones, novedades y acontecimientos de cada sitio turístico y el público que lo visita. 2. El periodista turístico en Lima debe centrarse en las actualizaciones del lugar turístico que del que va a tratar, así como en las apreciaciones del público que lo visita. Ejemplo: el Convento de los Descalzos tiene un nuevo programa de guiado y talleres para jóvenes, además de ofrecer una serie de conferencias sobre arte colonial. La atención al público se ha renovado y tiene mayor afluencia de público joven y todo gracias al apoyo de la Fundación Telefónica. Además debe haber un medio de difusión masivo ya existente que publique estas noticias, se sabe que el

	público en Lima muy poco consume boletines o revistas de cultura. Esto garantiza la llegada de la noticia a la mayor cantidad de público posible (periódicos El Trome, Perú 21, El Comercio).
Carla Rodríguez, Diseñadora Gráfica, Lima	1. Se dedica a la recolección y transmite información referida a la historia de lugar, sus costumbres, comidas típicas, ideología, características climáticas y geográficas así como también sus atractivos recreativos. 2. En promover, dar a conocer las distintas actividades que ofrece nuestra agenda cultural.
Juan León, Arqueólogo, Lima	1. Entiendo por periodismo turístico una especialidad de las ciencias de la comunicación que busca informar a las personas sobre los distintos atractivos que tienen los sitios para lograr así que estos sean visitados. Una especie de trabajo de seducción. Este tipo de labor debe informar no solo sobre dichos atractivos, sino también sobre las condiciones de transporte, tiempos, alojamiento, alimentación, dificultades, entre otros. Es decir, todo aquello que es necesario saber para planificar un paseo o viaje y, así, acercar a una variedad de visitantes al lugar según sus necesidades o posibilidades (ya sea de tiempo, dinero, interés, gustos u otros). De esta forma el visitante tendrá una idea cabal del sitio tanto en cuanto los aspectos favorables como desfavorables del lugar, por lo que se debe cumplir con informar honestamente 2. Los temas que me parecen deben ser tomados en cuenta, además de los ya conocidos que son los relacionados a los sitios arqueológicos, coloniales y republicanos (que sin embargo aún falta profundizar y hacer conocer) son los de paisajes naturales y los relacionados a los principales personajes de la historia limeña. Por ejemplo, revivir algún periodo importante de la pictórica peruana mostrando los centros de reunión de los artistas, los sucesos que los inspiraron, los domicilios de cada uno de estos, anécdotas conocidas y, sobre todo, su obra... todo documentado. Lo mismo puede suceder con los poetas, escritores, héroes, entre otros. De tal manera que el visitante, a través del recorrido de los lugares y contemplación de objetos relacionados a estos, llegue a sentir los hechos sucedidos y sus personajes pero, sobre todo, conocer su obra para apreciarla y/o entenderla como expresión de un momento de nuestra vida como país. Creo que de esta forma la puesta en valor agregará un elemento que permitirá una mejor apropiación del patrimonio por parte de la población.

● **Gobierno:**

Anónimo	1. No sé exactamente qué significa periodismo turístico. Si se trata solo de reseñar o dar noticia sobre un determinado tópico de turismo, sería enfocar el periodismo de forma muy sesgada. 2. Creo que el trabajo periodístico debe involucrarse en cuestiones más allá del turismo, interpelando a la opinión pública en otros temas relacionados: economía, cultura, inclusión social, entre otros.

● **Empresario:**

Humberto Ramírez, Ingeniero, Lima	1. Labor de investigación y difusión de aspectos turísticos al público en general, pienso que el periodismo turístico ayuda a conocer más nuestros lugares turísticos 2. Difundir más lo relacionado con huacas en Lima, desde preservación, conservación hasta hacer conocer a qué cultura pertenecieron o en que horario se pueden visitar. Pienso que retirando las huacas más conocidas de la capital, el resto de monumentos tienen un abandono alarmante o no se les ha promocionado adecuadamente para que puedan ser visitados por el público peruano o extranjero. ¿Por qué no existe un circuito de huacas en Lima? Increíble el patrimonio que tenemos y que no sabemos dar a conocer al mundo.

● **Periodistas/comunicadores:**

Javier Lizarzaburu, periodista, Lima	1. Una faceta del periodismo que se especializa en dar a conocer destinos, locales, nacionales o internacionales. En algunos medios es un ejercicio que se realiza vinculado a empresas hoteleras, compañías de aviación y otros servicios. Esto puede ser una limitación para la veracidad de lo que se expone. También existe la cobertura más alternativa y quizás más sincera, que se hace sin auspicios directos. En una época de globalización es probablemente una de las tendencias informativas que más ha aumentado. 2. En el caso de Lima creo que una tarea importante es abandonar los clichés, hacer investigación propia y usar tus propias imágenes (interiores), tus textos, tus sugerencias. Veo que hay una tendencia generalista que tiene un efecto negativo: por hablar de todo, se habla de poco y en el fondo se termina conociendo nada. Un impacto de esto es quitarle valor al patrimonio. Solo el Centro Histórico de Lima tiene más de 1,900 monumentos e inmuebles de valor monumental, pero cuando ves las guías sobre la ciudad nunca se hace referencia a más de 10 sitios. Además, por

	supuesto, está la deuda pendiente con la Lima prehispánica de la que todavía se sabe nada y que hace a la ciudad tremendamente original.
Rafael Reyes, Comunicador, Lima	1. Es un nuevo término que seguramente muchos estudiantes de periodismo, que recién entran a las aulas, deben relacionar con viajar a lugares paradisíacos y escribir sobre estos, pero lo cierto es que es mucho más complejo. El periodismo turístico busca destacar las bondades de algún lugar en específico, sean éstas referidas a la belleza natural de la zona, características tecnológicas de alguna urbe, su arqueología, carácter cultural de su población, etcétera. El periodista turístico debe ser objetivo y sus notas fidedignas, de tal manera que no debe caer en la exageración y crear demasiadas expectativas a su audiencia, pero al mismo tiempo, no debe perder el toque mágico que invite al turista a darse una vuelta por el lugar que describe. 2. A mi parecer el periodista turístico en Lima, tiene una misión un poco distinta. Lima no es una ciudad que destaque por ser muy atrayente para el turismo, comparado con otros destinos afamados de nuestro país, por lo que debe buscar destinos alternativos dentro de la ciudad y promocionarlos. Estar empapado de los circuitos poco conocidos, pero atractivos de la capital. En esta línea, tenemos destinos interesantes para los turistas, como los paseos a las Islas Palomino, donde el viajero puede nadar con lobos marinos o el recorrido por el sitio arqueológico de Pachacamac. De alguna forma el periodista turístico podría sacar provecho de que Lima es el punto de encuentro o despegue para enrumbar hacia los más famosos destinos del Perú.
Camila Montaña, Lima	1. Es el tipo de periodismo que muestra un lugar y lo "dibuja" para que los lectores conozcan cómo es, qué se puede hacer, cómo se vive, etc. Creo que debe ser de inmersión, pues de otra manera el periodista no podría contarle a ciencia cierta al lector cómo es ese lugar o quedaría como una guía de viaje plana y llana. 2. Pequeños lugares para comer, guacas en la ciudad, peñas, mercados, playas. Salir de lo típico como Miraflores, Barranco y San Isidro, para darle espacio a esos otros lugares, más bien desconocidos, pero de mucho valor cultural.

● **Turistas:**

Nancy Barbosa, Docente, Colombia Janeth Vargas, Ingeniera, Brasil	1. Es una profesión que se encarga de consultar, constatar, y dar a conocer los lugares que sean de interés para el turismo, los sitios de fiesta por gusto y edades, los lugares donde comer de acuerdo a los gustos de los turistas, donde comprar no solo los recuerdos que se llevan de cada país sino la ropa o accesorios que se produzca y caracterice el lugar, esto se logra visitando cada establecimiento que pueda ofrecer algo de interés al turista y comprobando que cumple las expectativas y luego dándolo a conocer por medio de cartillas, volantes o centrando esta información en los sitios oficiales que cumplen esta función. 2. En los lugares de comida por el renombre que tiene Lima en este aspecto, en los lugares para conocer, en donde hacer compras, en su manufactura de textiles, dulces y plata. 1. Toda aquella divulgación de lugares para que sean visitados y promovidos. 2. Creo que el periodismo ha hecho un buen trabajo con la gastronomía, pero, han descuidado el resto, es decir como llegar a los sitios que opciones son las mejores, en la forma que he conocido el país ha sido a través de la guía Lonely Planet, creo que Perú debe tener mayor divulgación en internet, se que hay paginas que se encargan de armar planes, pero, considero que la información no es fácil para entenderla y no tan fácil acceder a ella. Falta también promoción del turismo urbano que incluya tours en bici y paradas en sitios importantes, entiendo que existe, pero falta divulgación, ya que Lima da para hacer recorridos interesantes.
Alexandra Rodríguez, Historiadora, Colombia	1. Es el periodismo especializado que informa al viajero o turista todo lo relacionado con la industria turística, con el fin de divulgar la historia, la cultura, el aspecto económico, social, el político y las riquezas geográficas de un país. 2. El periodista turístico debe conocer la realidad del país y su proceso histórico, en tal sentido debe conocer y centrar su trabajo en: - Manifestaciones artísticas - Costumbres - Gastronomía - Celebraciones tradicionales - Procesos sociales - Procesos políticos significativos

Contexto

Contexto legal periodismo: Generalidades

Ley 15630 El Estado Peruano reconoce en todo el País la profesión de periodista. El requisito es tener el Título Profesional otorgado por una Universidad.
Ley N°23221: Se crea el Colegio de Periodistas del Perú. Se aprueban los Estatutos del Colegio de Periodistas del Perú que consta de (8) Títulos, ciento diez (110) artículos y una disposición final; y el Código de Ética Profesional, que contiene siete (7) capítulos y nueve (9) artículos.
Ley N° 24724 establece en su Art.1° "Que la jornada ordinaria para los periodistas será no mayor de cinco días ni mayor de cuarenta horas a la semana, sea cual fuere su centro de trabajo, sin perjuicio de los beneficios alcanzados por Ley o por convenio"
Ley 2534 Libertad de información, ética periodística. Remuneraciones, vacaciones y jubilación y derechos laborales para los periodistas

Contexto legal turismo: Generalidades

Ley 29408 de 2009 Establece principios de la actividad turística
Desarrollo sostenible
Inclusión
No discriminación
Fomento de inversión privada
Descentralización
Calidad
Competitividad
Identidad
Conservación

El estado peruano crea MINCETUR como el ente que vigila, fomenta y promueve todo lo relacionado al turismo. También debe velar por la protección a los derechos de los turistas y prevenir el turismo sexual en menores de edad. Dentro de MINCETUR se establece PromPerú como la comisión para la promoción de las exportaciones y turismo de Perú

Contexto Ético del periodismo: Generalidades

Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú Principios Generales
Buscar la verdad, ser honestos, defender la libertad de información, ubicar informaciones y documentos cuyo origen haya sido plenamente verificado, sin suprimir, desnaturalizar, ni añadir hechos que puedan tergiversar la información.
Respetar la vida privada de las personas. Su función es social y dirigida al desarrollo integral del hombre y la sociedad.
El periodista está obligado a: la intimidad, igualdad, la verdad, la opinión, la moral.
No al sensacionalismo. Cuidado con la violencia. No juzgar. Respetar la inocencia infantil. La noticia es un bien público más que un factor de orden económico. Emplear adecuadamente el idioma.

Contexto Ético del Turismo: Generalidades

Código de Ética Profesional de los Agentes de Viajes y Turismo del Perú Principios Generales
Prudencia, honestidad y buena fe
No debe realizar gestiones o acciones desleales
El licenciado en Turismo deberá abstenerse de formular comentarios, críticas o controversias sobre materias relacionadas con la política pública, que estén inspirados o sostenidos económicamente por intereses privados
Permitir, cometer o contribuir a que cometan injusticias

Congresos de Turismo realizados en Perú en los últimos años

2015	Fiexpo Latam
2013	Perú Market Travel (PMT)
2013	Concurso Nacional de Periodismo Turístico
2013	Feria Internacional de Turismo
2012	Talleres para impulsar el turismo interno

Dedicatoria

A mis estudiantes del curso Comunicación y Sociedad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2003-2007), a ellos por enseñarme el bello oficio de la comunicación.

Agradecimientos

Quiero agradecer a Miguel Ledhesma por su paciencia al contestar mis múltiples preguntas y a las personas que colaboraron con este trabajo final dándome su opinión sobre el turismo y el periodismo.

Email

alema81@gmail.com

Google+

+Alejandra Valverde

LinkedIn: Alejandra Valverde

Bibliografía

Fuentes impresas

- English, Earl. 1990. Periodismo Académico. Educar. Bogotá.
- Sánchez, Isaac. 1991. El Turismo y el periodismo en el Perú de hoy. ASERPRENSA. Lima
- Villar, Hernán. 2000. Tour en el tiempo. 50 años de periodismo turístico. Universidad San Martín de Porres. Lima

Fuentes virtuales

<http://portal.cenfotur.edu.pe/> Consultado el 26/01/2015

- Códigos de ética de periodismo

[http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/d99575da99ebf305256f2e006d1cf0/26daaf8d6ada4b300525747300608f67/\\$FILE/02534.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/d99575da99ebf305256f2e006d1cf0/26daaf8d6ada4b300525747300608f67/$FILE/02534.pdf) consultado el 7/01/2015

<http://www.fpp.org.pe/pagina-ejemplo/> consultado el 13/01/2015

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IIN7yYXhC_wJ:profcarlospalominopareja.pbworks.com/f/C%25C3%25B3digo%2Bde%2B%25C3%25A9tica%2Bperiod%25C3%25ADstica%2Bdel%2BColegio%2Bde%2BPeriodistas%2Bdel%2B.doc+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe consultado el 13/01/2015

- Código de ética de turismo

<http://faolex.fao.org/docs/pdf/per89826.pdf> consultado el 7/01/2015

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtualData/Tesis%20para%20marcaci%C3%B3n%20\(para%20Inform%C3%A1tica\)/2011/armas_mc/armas_mc.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtualData/Tesis%20para%20marcaci%C3%B3n%20(para%20Inform%C3%A1tica)/2011/armas_mc/armas_mc.pdf) Consultado el 8/1/2015

<http://www.apavitperu.org/index.php/megamenu/item/9-c%C3%B3digo-de-%C3%A9tica> consultado el 13/01/2015

<http://www.coliturlima.org/portal/reglamentos/codigo-etica-colitur.html?showall=1> 13/01/2015

- Cifras sobre turistas en Perú 2013 y 2014

<http://peru21.pe/economia/mincetur-peru-recibio-mas-316-millones-turistas-extranjeros-2013-2169502> consultado el 14/01/2015

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459> consultado el 14/01/2015

Periodismo Turístico en Perú

<http://www.repturperu.com/> consultado el 10/01/2015

<http://deperu.com/concursos/concurso.php?con=234> consultado el 10/01/2015

<https://prezi.com/yzilvkiida20/periodismo-turistico/> consultado el 11/01/2015

http://www.apturchile.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=1307&Itemid=3 consultado el 11/01/2015

El Periodista Turístico Freelance: Retos Éticos y Revalorización de su Imagen en el Gremio

En una sociedad tan abierta a las comunicaciones el ejercicio de una carrera como el periodismo tiende a ser percibido como un oficio que cualquiera puede realizar.

Las redes sociales han traído un sinfín de oportunidades las cuales son aprovechadas para la difusión de informaciones en todos los ámbitos, pero ¿cualquiera puede ser periodista? ¿Aunque no trabaje en un medio de comunicación? ¿Aunque no haya cursado una carrera universitaria? Una de mis motivaciones para la elección de este tema es la necesidad imperiosa de promover el reconocimiento de la labor del periodista, sobre todo el independiente, entendiendo como independiente no quien ejerce su derecho a la libre expresión, sino quienes también conocidos como Freelance desarrollan su carrera asumiendo día a día el riesgo, la aventura y la enorme responsabilidad de tomar las riendas de su futuro profesional.

Por medio de esta investigación se pretendo hacer del conocimiento colectivo los retos del libre ejercicio en materia ética, mostrar un poco de qué forma realizan su labor, su motivación para desligarse de las grandes empresas,

si realmente este desprendimiento es total o parcial, y el aporte invaluable de estos trabajadores en materia comunicacional.

De forma específica este trabajo estará orientado hacia el comunicador especializado en la fuente turística, tema del cual hablaremos a profundidad a lo largo de esta entrega.

El periodismo turístico es una especialización de la comunicación social orientada a la investigación, denuncia y procesamiento de informaciones surgidas en el ámbito del traslado, ya sea por recreación u otras razones como salud, creencias religiosas, desarrollo profesional, entre otras. Esta especialidad va más allá de los viajes y el esparcimiento, está centrada en la comunicación de temas referentes al desarrollo de espacios turísticos, tradicionales y no tradicionales, las actividades asociadas a esos lugares y cómo estas dos afectan su entorno desde el punto de vista, social y económico, entre otros.

Para el presidente de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos, Miguel Ledhesma asociación creada en

Argentina en el 2011, "El común de la gente cree que el periodismo turístico debe difundir y promocionar, colaborando con los destinos y con las empresas allí instaladas; cuando en realidad, la publicidad es contraria a la ética del periodismo" señala en el portal de sociedad (Ledhesma Miguel. SF. Quiénes somos

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/quienes-somos/>)

Pero ¿Cómo diferenciar entre periodismo y promoción turística? En este punto radica la labor del profesional quien debe estar capacitado para adoptar una visión amplia considerando aspectos sociales, siendo capaz de ser una voz para los ciudadanos, con una actitud crítica en la que no solo se reflejen las bellezas estructurales de un área como sus hoteles o fiestas, sino el acervo cultural y la denuncia de irregularidades.

Como en cualquier otra especialidad periodística, el comunicador tiene la

El Periodista turístico Freelance

FreeLancer es todo aquel que trabaje por cuenta propia, es su propio jefe y administra su tiempo según su

responsabilidad de ser acucioso, y aunque esta temática es usualmente relegada en la mayoría de los medios masivos colocándola como una guía de entretenimiento, es función del periodista mantener los verdaderos valores de su carrera "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)." (Ruschmann Doris, Thomé da Cruz, Mario Henrique, Duquia Giumelli Olivia. Sep. 2009. Análisis de los procesos de producción y recepción de los artículos periodísticos sobre turismo. Brasil http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000500004)

conveniencia. Este término surge de la pluma del escritor Sir Walter Scott para definir a aquellos mercenarios medievales (Free: libertad, Lance: Lanza) cuyos servicios podían ser solicitados por quien

los necesitara y no seguían los mandatos de un señor específico.

Actualmente, sólo en Estados Unidos existen más de 53 millones de personas autónomas laborales “hay ya más Freelance, dice, que votos recibieron Bill Clinton o Ronald Reagan para ganar la presidencia del país” afirma un estudio de la empresa Elance en conjunción con la Asociación Independiente Freelance Unión en éste país, según reseña Elconfidencial.com.

Aunque no existen cifras precisas de la cantidad de periodistas turísticos dedicados al libre ejercicio de su carrera, el “Informe Anual de la Profesión Periodística 2014”, investigación anual realizada por la Asociación de la Prensa de Madrid en la que se encuesta a 2.167 periodistas de toda España, se puede observar que entre los profesionales que trabajan para una compañía, el 53% lo hacen para medios y el 47% lo hacen para empresas en labores de comunicación. Con respecto a la generación de medios nuevos por parte de periodistas autónomos sólo un 1,7% se dedicaba a la temática del turismo compartido con gastronomía y viajes.

El ser FreeLancer es por definición ser un emprendedor, y ésta es una de las

épocas históricamente más aptas para desarrollar un oficio en libertad, sobre todo debido al desarrollo tecnológico, el cual crea una interconexión nunca antes vista en el planeta. ¿Pero por qué alguien querría librarse de la seguridad de un empleo fijo? Por qué preferir la labor independiente a un trabajo en la empresa privada o pública. Para muchos periodistas elegir no es una opción, crisis económicas, altos índices de desempleo, para otros la necesidad de crecimiento y la incapacidad de expresar su punto de vista en medios tradicionales los hace saltar al vacío y tomar el riesgo.

Para Valentina Quintero, periodista venezolana dedicada a la fuente del turismo desde hace casi tres décadas, el comunicador independiente especializado tiene un desafío importante que afrontar, lograr que la información transmitida sea confiable “el mayor reto es ser siempre profundamente objetiva y profundamente confiable y que la gente sepa que en lo que tú dices puede confiar a ciegas en eso porque además le vas a decir exactamente de qué se trata, en el sitio se come muy bien pero hay plaga a las 6 de la tarde, la carretera es malísima aunque el paisaje es una maravilla, o sea

que seas muy precisa, ese es el mayor reto.”

Viajera y periodista por convicción, asegura además que los receptores finales del mensaje, ya sean lectores, radioescuchas o espectadores, son a los únicos a los que el reportero debe su fidelidad, y con esta premisa en mente es que precisa que sus trabajos “no tengan ningún sesgo de interés comercial” comentó.

Otro de los desafíos del periodista de viajes, ahora desde el punto de vista práctico es la necesidad del autofinanciamiento. Las pautas, cuando se es parte de un medio, son asumidas por la empresa de forma total, pero ¿qué sucede cuando el periodista debe realizar la cobertura sin apoyo monetario? para Quintero, la respuesta de esta interrogante radica en el término compromiso “No es solo que es lo que me gusta hacer. Eso es ya un compromiso con el país este trabajo que yo lo asumo como una responsabilidad, de mostrarle Venezuela a los venezolanos para crear sentido de arraigo, por esto lo que yo puedo ganar en presentaciones, eventos o en la radio es algo que yo invierto en los viajes y con eso alimento

el periódico, la página web, la radio...” explicó.

Pero ¿qué sucede con las críticas relacionadas con los *fam press* o viajes de familiarización para periodistas? Esta práctica usual consiste en una cortesía que los propietarios de líneas aérea, hoteles, entre otros ofrecen a los comunicadores para que puedan conocer en primera persona los servicios que ofrecen “el objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, mejorando la comercialización a futuro” (Wikipedia. 13 feb 2014. Viaje de Familiarización

http://es.wikipedia.org/wiki/Viaje_de_familiarizaci%C3%B3n) la principal polémica que rodea esta actividad es la posibilidad de que se fracture la capacidad de mantener un discurso ético y orientado hacia la expresión de la verdad y la búsqueda del bien común ante la presión del obsequio.

Para Quintero ésta aseveración no es del todo cierta “Todo el que trabaje con Turismo realiza los viajes de familiarización, el problema no es las personas que tienen una línea aérea o un campamento, el problema está en los dueños de medios porque ellos debería

pagarle a sus periodistas que trabajan en la fuente de turismo para que hicieran estos viajes pero evidentemente esto es un costo demasiado alto ellos no lo van a asumir y por eso el que tiene una posada o un campamento tiene derecho a ofrecer la estadía a los periodistas para que conozcan lo que está ofreciendo y está en el periodista aceptarlo o no, no creo que eso signifique que tomen el periodismo como algo frívolo o que no respeten a los periodistas de turismo, para nada ellos están cumpliendo con su trabajo..." afirmó.

Daniela Mogna es periodista independiente y entre su experiencia se cuenta la cobertura de eventos para un medio especializado en turismo. Luego de haber transitado en medios privados y ejercido su carrera de forma autónoma la cuestionamos sobre la diferencia entre ambas modalidades "El periodista que trabaja en un medio siempre tiene normas y parámetros en cuanto a redacción y a la forma de transmitir la información, obviamente porque es un medio de comunicación reconocido y se deben seguir sus lineamientos, en cambio el periodista que trabaja por su cuenta Freelance tiene un poco más de libertad, pero siempre el que trabaja en un medio

o fuera de él, siempre tiene que mantener la veracidad y objetividad de la información porque esa es la ética del periodista. No comparto la crítica sobre los obsequios, desde que tengo uso de razón los medios de comunicación son para cubrir información de cualquier tipo por ejemplo en el ámbito social o de entretenimiento siempre ha habido habitaciones para cubrir los eventos y cortesías, es la única manera de que la gente pueda transmitir lo que pasa en ese evento, no comparto las críticas siempre y cuando se mantenga la información veraz y oportuna" nos comentó.

La recepción de obsequios y cortesías son parte del día a día del periodista turístico, y su aprobación entra dentro de la polémica relacionada con la fragilidad ética reflejada en los comunicadores de la actualidad, David De Matteis, corresponsal internacional en Venezuela del medio de comunicación estadounidense Martí TV, asegura que "el tema de recibir "pagos" por reseñar cualquier tipo de noticias siempre ha sido mal visto por el medio y el gremio periodístico, en los grandes canales y cadenas televisivas siempre te comentan y explican que está prohibido y hasta te

puede costar tu puesto de trabajo, pues se está utilizando el medio audiovisual y su exposición mediática para recibir beneficios para el periodista y se puede confundir con palangrismo, que en términos periodísticos es cuando un periodista o medio de comunicación utiliza "la pantalla" para favorecer intereses de otras personas o instituciones por encima de la objetividad o de la verdad."

¿Pero qué marca la diferencia entre un obsequio y la venta de tu ética profesional?

"Yo creo que en nada si una persona que tiene una posada o un restaurante y quiere hacerte un regalo y tú puedes aceptar que si un folleto que si una agenda a lo mejor están ofreciendo el desayuno, yo no creo que haya problema siempre y cuando eso no signifique a que tú te comprometes o te sientes obligado porque recibiste alguna prebenda, sería ofensivo que tú te negaras a recibir alguna cosa dependiendo de lo que sea porque en Venezuela somos muy generosos somos muy atentos siempre queremos atender a la gente y si te brindan un café un pedacito de torta que se yo sería una grosería, en Venezuela probablemente en otros países la cosa no sería así, en Venezuela en mi experiencia

debo aceptar algunas cosas para que la gente no se sienta ofendida pero eso no me compromete" Afirmó Quintero.

Falta de cobertura de periodismo turístico

Es común observar la significativa diferencia entre el volumen de noticias relacionadas con turismo y política, economía, entre otros. en los medios de comunicación. Con excepción de las temporadas vacacionales, esta fuente ha venido siendo relegada a "relleno" o entretenimiento. Ante esta realidad, es deber de los comunicadores especializados exigir la apertura de espacios para que exista mayor difusión "No toda la responsabilidad de la falta de presencia del turismo en los medios es del propio sector turístico. También los periodistas y los medios tienen su parte de culpa. Los medios por los intereses económicos que defienden. Y los periodistas por conformarse con las notas de prensa, por no investigar por su cuenta. Pero, claro, hay que contemplar que, a fin de cuentas, los medios también son una industria, un sector económico, con sus intereses. Aunque también es cierto que los lectores exigen al periodista un alto nivel de ética que no se exigen a sí mismos o a otros colectivos. (De la Rosa José Manuel. 24 de abril 2012.

Turismo y medios de comunicación. o-medios-comunicacion.html)
http://www.hosteltur.com/179880_turism

Sujetos

Con la intención de conocer más ampliamente sobre el tema y cómo es percibido por la colectividad decidimos encuestar a 05 sectores conformados por ciudadanos comunes, profesionales del turismo, periodistas, miembros de diversos entes gubernamentales, empresarios y periodistas.

A éstos sujetos se les realizaron las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál cree que es el principal reto de un periodista Turístico Freelance y de qué forma considera que su labor es percibida por el gremio?
- ¿Qué piensa de las críticas hacia los periodistas que aceptan cortesías como viajes, estadías, u obsequios de parte de empresas para cubrir un evento o hacer reseñas. Considera que estos pueden llegar a lesionar la ética del profesional?
- ¿Cuál considera que es la función fundamental de los periodistas en el ámbito turístico y cree que el hecho de pertenecer a un medio de comunicación o no (si es Freelancer) cambia el modo en que expone ante la colectividad las informaciones y denuncias?

A continuación sus respuestas:

Profesionales del turismo

 Luciano Levrero Rep. Línea "C" Costa Cruises en Venezuela	"Un periodista de turismo debe encargarse de Informar a la colectividad acerca de las bondades y posibles problemas en un lugar específico, para quienes hacemos vida en el ámbito turístico su participación es fundamental ya que nos ayuda a dar a conocer las fortalezas y las debilidades de los servicios que prestamos"
 Valentina de Cornet Agente de Viajes, Panamá	"La función principal sería la de informar sobre los sitios de interés local y mundial a las personas que los leen. Sitios nuevos o de moda. Siempre es importante la publicidad y darse a conocer. Más hoy en día donde el internet ha quitado mucho mercado al agente de viajes (sea que trabaje en una agencia o como Freelancer). O que deben destacar los agentes son sus conocimientos y la atención personalizada que es lo que distingue de cualquier página de internet y, una manera de dar a conocer esos plus es a través de los medios de comunicación"

 Stephany Vélez Estudiante de Ingeniería en Turismo y Hotelería, Chile.	“Los periodistas turísticos son los encargados de dar a conocer al mundo las maravillas turísticas de cada sitio por más remoto que sea, y su aporte se refleja en el crecimiento del lugar en sí y sus alrededores”
 June Vallario, CTC Gerente, Expedia Cruise Ship Centers, Weston, USA.	“Yo creo que la relación es que ayudan a las agencias de viajes a promocionar, y lleva a las personas a que visiten las agencias de viajes, lo cual es muy importante para nosotros y mejor para las personas”
 Nadia Folic Consultora de Cruceros y Vacaciones, USA	“Es importante para los periodistas escribir sobre viajes y el mundo de los viajes con precisión y con cuidado de hacer muchas declaraciones sensacionalistas que hacen que no sea completamente precisa y es muy importante aconsejar a los pasajeros, viajeros y clientes que busquen la guía de profesionales en viajes. La gente no sabe la importancia que tiene buscar a un profesional un consultor de viajes y cuando un periodista escribe debe ser informativo, los periodistas deben tener una estrecha relación con el agente de viajes para que los guíe, al final es la decisión del pasajero lo que deseen y cómo hacerlo pero deben tener toda la información reunida y tener fuentes confiables para ayudarlos”

- **Ciudadanos**

 Fabiola de Oliveira Comerciante, Venezuela	"Creo que la función principal de un periodista sin importar su especialidad es informar a la gente sobre las cosas que pasan en el mundo, si es turístico pues sobre temas como viajes y la naturaleza. Me parece que si es Freelance tiene más libertad para expresar lo que realmente piensa que si tiene que dar cuenta a un jefe de todo lo que escriba"
 Daniela Flores Profesora, Venezuela	"Bajo el libre ejercicio creo que un periodista aunque siempre debe regirse por ciertas normas, tiene mayor albedrío en cuanto a los temas que desarrolla y en la manera en que los expone"
 Blanca Colmenarez Ama de Casa, Venezuela	"Los periodistas turísticos tienen el deber de hacer conocer las cultura y la naturaleza además de lo relacionado con viajes, creo que si trabajan de forma independiente son más honestos y dicen realmente lo que piensan"
 Janette Villareal Gerente entidad Bancaria, Venezuela	"La función principal de los periodistas en este ámbito es investigar y recopilar información concerniente al tema, que permita transmitir a través del medio de manera verificable y veraz lo relacionado al turismo"

 Fabiana Linares Estudiante, Venezuela	"Creo que los periodistas tienen la potestad, con su trabajo de fomentar y enriquecer el turismo así como también la tienen para frenarlo, mediante el ejercicio de la profesión un periodista puede degradarla siendo de vital importancia para el turismo"
 Denise Arencibia Director – Latín América Visit Florida	"Los periodistas independientes son muy importantes en el desarrollo turístico del estado. Encontramos que periodistas independientes tienen afiliaciones con varias publicaciones de turismo y ellos escriben diferentes ángulos de las historias y publican en diferentes medios"

- **Gobierno**

 Fernando Carrasco Ministerio de Turismo Venezuela (MINTUR)	Por lo general trabajamos a través de la agencia venezolana de noticias y medios del estado para divulgar las informaciones pero procuramos mantener buena relación con cualquier profesional que desee conocer más sobre las bellezas naturales que Venezuela tiene para ofrecer. No hubo una tercera persona que quisiera declarar o responder en este punto.

- **Empresarios**

 Gino Maldera Empresario, Estados Unidos	"Creo que el deber de un periodista debe ser manejarse de manera objetiva y veraz con su público, independientemente si trata temas turísticos o no"

 Lucia Colina Empresaria, Estados Unidos	"Creo que los medios de comunicación y los periodistas forman parte fundamental en la parte turística y empresarial, ya que los mismos impulsan al crecimiento y desarrollo. Son una fuerte herramienta para llevar la voz de las comunidades más pequeñas a ser escuchadas"
 Luis Di Girolamo Empresario, Estados Unidos	"Considero que es Informar, promocionar o denunciar de modo objetivo cualquier evento, situación o circunstancia que se presente"

- **Periodistas/Comunicadores**

 Valentina Quintero Periodista, Venezuela	"(El principal reto de un periodista de viajes es) Que su información sea confiable, que no tenga ningún sesgo de interés comercial es muy fácil que porque eres periodista y porque te pagan te tratan bien y entonces te parece que debes hablar bien de esos sitios independientemente de que tengas algunas críticas? a la única fuente a la que nosotros les debemos es a quienes nos leen, el mayor reto es ser siempre profundamente objetiva y profundamente confiable"
 Daniela Mogna Periodista, Venezuela	"La función de un periodista que cubre la fuente turística es resaltar los atractivos que ofrece un país o estado, bien sean históricos y de entretenimiento..."

 David de Matteis Periodista/ Corresponsal Martí Noticias en Venezuela	“Depende el país donde se realice el trabajo o cobertura periodística, por ejemplo, en Venezuela, donde está muy limitada nuestra carrera, a falta de buenos contratos o condiciones laborales, está muy bien aceptado los trabajos free lance, por ejemplo en época de elecciones o de protestas, o sucesos relevantes, es un ingreso importante y generalmente se paga en dólares. Están muy bien visto por el gremio, de hecho los periodistas con más experiencia, reconocimiento y credibilidad, son los que casi siempre trabajan free lance para importantes medios internacionales.

- **Turistas**

 Eleana Girón Ama de Casa, Venezuela	“No creo que esté mal que un periodista acepte obsequios pequeños como de promociones si está haciendo su trabajo, creo que quién no es ético sin importar lo que reciba siempre va a actuar mal, los periodistas que trabajan en turismo tienen la bella tarea de mostrar las maravillas naturales del mundo”
 Carmelo Da costa Argentina No quiso ser fotografiado	“Los periodistas turísticos informan sobre viajes y turismo, acercan los atractivos del mundo a los ciudadanos, y creo que si son FreeLancer trabajan con más objetividad y son capaces de denunciar de forma más sincera lo bueno y lo malo en cualquier situación”
 Jesús Martínez Empresario, Venezuela	“La función principal de los periodistas en este ámbito es investigar y recopilar información que motive la visita, recreación y mejora de los parques y sitios turísticos”

 Jesús Ilarraza Venezuela	"Su función es hacer un documental de los sitios de interés como centros comerciales, hoteles, restaurantes, enfocándose en la cultura del país"
 Loreye Betancourt Venezuela	"El periodista turístico debe atraer al turista con los medios sociales haciendo hincapié en la historia del país, su cultura, y paisajes naturales que se puedan disfrutar, además de explicar las formas de transporte que se pueden usar"

Contexto Ético

Existen aproximadamente 190 organizaciones que asocian a periodistas colegiados alrededor del mundo y la mayoría de ellas ha desarrollado su propio código de ética, a fin de normar la labor de sus agremiados, la polémica en torno a este tema se presenta ya que estos principios no tienen atribuciones de ley por lo cual el cumplirlos o no radica en el libre albedrío del comunicador "No es un conjunto de reglas, más bien una guía que anima a todos los que se involucran en el periodismo a asumir la responsabilidad de la información que proporcionan, sin importar el medio" tal como es expresado en la página web de

la Sociedad de Periodistas Profesionales SPJ en sus siglas en Inglés. (Código SPJ de Ética

Revisado 06 de septiembre 2014 a las 4:49 pm CT en la Convención Nacional de SPJ en Nashville, Tenn.
<http://www.spj.org/ethicscode.asp>)

No hay registro de la cantidad exacta de agrupaciones gremiales de unión periodística orientada hacia el tema del turismo pero Europa demuestra ser uno de los puntos geográficos más activos en este punto "El viejo continente encabeza el ranking con 36 asociaciones, seguido por América Latina con 23. Asia se lleva el tercer lugar con 10 y América del

Norte, África y Oceanía cierran la lista con 5, 4 y 3 entidades. Por otro lado, el país con mayor cantidad de agrupaciones de periodistas turísticos es España, seguido por Francia y los Estados Unidos” (Periodistas Turísticos. SF.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-periodismo-turistico-en-el-mundo/>

Contexto Político

Para el comunicador turístico la fuente gubernamental es una de las más importantes y consultadas, Ministerios de Turismo, de Ambiente, Transporte y Vialidad entre otras, aportan importantes datos que enriquecen la investigación del periodista.

Las organizaciones y fundaciones con o sin fines de lucro, también son fuentes vitales de estadísticas y datos que el periodista necesita para sentar las bases de su trabajo. Una de las instituciones más relevantes en este sentido es la Organización Mundial de Turismo, una entidad asociada a las Naciones Unidas que desde 1975 busca promover el Turismo en el mundo. Como periodistas quizás sería prudente exigir a la OMT y otras asociaciones tan influyentes sobre la necesidad de que ejerzan un papel más activo en temas como la mercantilización

del turismo por encima de la preservación de los recursos naturales, la necesidad de que se creen lazos más fuertes con los periodistas que se dedican al tema turístico a fin de realizar acciones conjuntas a favor de cambiar la forma en que la población concibe el turismo, valga la redundancia, para marcar una diferencia en este sentido a corto, mediano y largo plazo.

Contexto Legal

No existen leyes que de forma específica regulen la labor del periodista turístico independiente. Aquel profesional que decida ejercer de forma libre debe seguir básicamente la constitución de, el o los países donde se desarrolle profesionalmente, así como la legislación emitida por organizaciones internacionales reconocidas y aprobadas legalmente, y los estatutos del instituto en el cual se haya colegiado.

Los códigos de ética profesionales son la mejor guía de acción de un periodista, en ellos convergen las normas para el buen cumplimiento de sus labores desde el punto de vista moral.

Los comunicadores de la fuente turística no están exentos de legislaciones nacionales e internacionales, y por eso deben ser especialmente precavidos al elaborar su trabajo “Los peligros de la difamación y otras trampas; privilegio calificado y difamación intencional; el delito de calumnia; y la necesidad de imparcialidad y exactitud. Las restricciones a la información judicial, y los peligros de desacato al tribunal cuando los asuntos son sub judice. La Ley de Secretos Oficiales, derechos de la prensa y una breve mirada a los derechos de autor tareas de evaluación incluyen: Revisión de pasajes para el contenido difamatorio Producir un informe crimen seguro, justo y preciso” (London School of Journalism. Travel. SF. <http://www.lsj.org/web/travel.php>)

Contexto Histórico

Sus inicios se remontan a las crónicas del historiador y geógrafo griego Herótodo de Alicarnaso autor de “Historia” una obra que narraba de forma nunca anteriormente vista la Grecia del año 430 A.C. Este libro dividido en nueve partes es una radiografía sencilla y clara para la época, la realidad de ese país y se

mantiene aún en la actualidad como referencia en la narrativa universal.

Il Millione, o Los Viajes de Marco Polo fue una de las más relevantes crónicas de viajes, en la que se relatan las vivencias del veneciano Marco Polo en Asia durante la época medieval, historias que se convirtieron en de las referencias más conocidas en esta temática. El periodismo turístico siempre fue parte de la literatura pero sólo hace más “si bien esta especialización tiene apenas poco más de medio siglo de existencia, desde sus orígenes y hasta la actualidad, ha sido confusa y malinterpretada su aplicación por la mayoría de los periodistas” señala en el portal de sociedad Ledhesma (Ledhesma Miguel. SF. Quiénes somos <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/quienes-somos/>)

No existen datos puntuales de cuándo surge la primera producción televisiva con temática turística, estructurada de forma periodística.

A pesar de la desinformación encontramos que existen programas como Discover Wisconsin que por 27 años consecutivos ha llevado a la población información sobre las bondades turísticas de esa región de Estados Unidos.

Otro ejemplo es el show Getaway creado en Australia en el año 1992, el más antiguo de la zona.

En América Latina el espacio Bitácora dirigido por Valentina Quintero quien recorrió Venezuela, desde 1994 hasta 2008, llevando a los televidentes a un conocimiento en profundidad de las bondades culturales y naturales de esa nación.

Referencias noticiosas

La ciudad Española de Toledo realizó un convenio con el sistema llamado Chinese Friendly, una institución concebida para promover la cultura y el turismo Chino en el mundo, abarcando principalmente el continente Europeo. Con este acuerdo se buscó la difusión de los atractivos de Toledo en pro de atraer nuevos visitantes a la zona.

<http://www.eldigitalcastillalamancha.es/dos-prestigiosos-e-influyentes-periodistas-chinos-de-visita-de-trabajo-en-toledo-179922.htm>

Esta crónica narrada por un periodista independiente, grafica sus experiencias en una visita a Marruecos. Altamente descriptiva y crítica te traslada hacia el

lugar mostrando la cara no tan visible de este lugar turístico.

<http://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2015/02/21/nosotros/NOS-13.html>

Los riesgos de un periodista en una zona de guerra aumentan exponencialmente si éste trabaja de forma independiente, como se puede observar en esta nota de CNN México para el 2013” “reportó que al menos 70 periodistas han sido asesinados desde que comenzó el conflicto en Siria; más de 80 han sido secuestrados y unos 20 están desaparecidos” según el Comité de Protección de los Periodistas”

<http://mexico.cnn.com/mundo/2014/09/03/los-periodistas-freelance-estan-en-la-linea-de-fuego-de-los-conflictos>

Este texto contextualiza la figura del Freelance en la época actual. Valiéndose de estadísticas explica por qué el formato de trabajador independiente, en cualquier área en la que decida desarrollarse, es de acuerdo a especialistas el mejor modo de laborar y lo seguirá siendo en el futuro.

http://www.elconfidencial.com/mundo/2014-10-31/la-revolucion-freelance-un-tercio-de-los-estadounidenses-ya-son-autonomos_420895/

Este artículo de opinión denuncia la presunta politización de uno de los eventos de promoción turística más importantes de México El Tianguis. La autora asegura que lejos de ser un espacio para resaltar las bondades de este país, en el convergen intereses económicos que desvirtúan su verdadera función.

<http://www.reportur.com/opinion/2015/02/23/es-necesario-pagar-la-gente-para-que-vaya-al-tianguis/>

<http://www.teleprensa.com/malaga/el-alcalde-entrega-al-periodista-javier-almellones-el-decimo-sol-de-oro-de-comunicacion-y-periodismo-turistico.html>

Conclusiones

Desarrollo integral, profesionalización y la internalización de temas fundamentales como el respeto y la crítica, orientadas hacia el bien común es definitivamente uno de los principales retos del periodista turístico de la actualidad.

Más allá de las guías, mapas y comercio de tiempos compartidos quien decide dedicar su vida a informar a la colectividad sobre temas como el turismo tiene el deber de ser un objeto de cambio y transformación a través del conocimiento, y esos propósitos sólo pueden lograrse con bases éticas sólidas y que lleven al periodista a realizar un trabajo de calidad cada vez que salga a la calle.

En esta investigación procuramos demostrar que la independencia y sentido de pertenencia hacia el deber ser, son la diferencia entre una labor bien hecha o una simple dramatización sobre lo que es el verdadero periodismo, sin importar si éste forma parte de un medio de comunicación o no.

Los retos de un Freelance y la forma en la que afrontan los problemas diarios nos hacen pensar, basados en este trabajo investigativo, que es la vía más adaptada al futuro de ejercer el periodismo en cualquiera de sus especialidades y aunque las grandes cadenas noticiosas no están cerca de desaparecer, ni creemos que así deba ser, esto permitirá el desarrollo de medios alternativos vanguardistas, que en el caso del periodismo turístico, serán una nueva manera de exponer al mundo la realidad de lo que sucede, sea positivo o negativo, a fin de llevar progreso a la comunidad.

Dedicatoria

A mi hija que es el principal motor de mi vida, mi mayor felicidad y compañera. Mi esposo que ha escuchado mis problemas y secado mis lágrimas, mi mejor amigo, Gracias.

Email: Marianacarrillog@gmail.com

Google + del autor: [google.com/+MarianaCarrilloperiodista](https://plus.google.com/+MarianaCarrilloperiodista)

LinkedIn del autor: MarianaCarrillo

Bibliografía

- Chinese, Friendly. SF. Home. <http://chinesefriendly.com/quienes-somos-2/>
- De la Rosa, José. Turismo y Medios de Comunicación. 2012.
http://www.hosteltur.com/179880_turismo-medios-comunicacion.html
- Fundamentos del Periodismo. <http://html.rincondelvago.com/fundamentos-del-periodismo.html>
- Incardona, Juan Ignacio. Las distintas caras de Marrakech. 2015. El Litoral.com.
<http://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2015/02/21/nosotros/NOS-13.html>
- International Center For Journalist. SF. Pasos para iniciar una carrera como Freelance
<http://www.icfj.org/resources/secci%C3%B3n-1-medios-de-comunicaci%C3%B3n-hispanos/pasos-para-iniciar-una-carrera-como-freelancer>
- Watlington, Laressa y Soto, Roxana. Sección 4: Periodismo Emprendedor. International Center of Journalist.
<http://www.icfj.org/resources/secci%C3%B3n-1-medios-de-comunicaci%C3%B3n-hispanos/secci%C3%B3n-4-periodismo-emprendedor>
- Ledhesma, Miguel. Periodismo Turístico. <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/periodismo-turistico/>
- López, Casimiro. Tarifas colaboradores Freelance: Con la soga al cuello. 2013
<http://comunicacion-estatal.blogspot.com/2013/02/tarifas-colaboradores-freelance-con-la.html>
- López, María. Freelance. ¿Involución o Evolución del Periodismo?. 2014
<http://www.anuariocritico.es/2014/articulo.php?id=363>
- Lowpost.com. SF. [Cómo afecta la evolución del periodismo a los redactores freelance.](http://lowpost.es/blog/como-afecta-la-evolucion-del-periodismo-los-redactores-freelance/)
<http://lowpost.es/blog/como-afecta-la-evolucion-del-periodismo-los-redactores-freelance/>
- Miguelez, Eva. Radiografía del Freelance. <http://www.lancetalent.com/blog/radiografia-del-freelance/>
- Muerza, Alex. 2001. Periodistas Freelance (o la historia del ingenioso hidalgo Don Quijote).
<http://www.saladeprensa.org/art194.htm>
- Panamá. Committee to protect journalists. <https://www.cpj.org/CPJespanol/paises/panama.htm>
- Pressnet. Freelance.

<http://www.pressnetweb.com/SERVICIOS PARA PERIODISTAS/ASOCIACIONES PROFESIONALES DE PERIODISTAS/FREELANCE FREELANCERS ASOCIACIONES PROFESIONALES/frelances freelancers asociaciones profesionales 1.htm>

- Pichiua, Sofía. Medios alistan directrices de seguridad para periodistas Freelance. Clases de Periodismo. 2015.

<http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/02/11/medios-alistan-directrices-de-seguridad-para-periodistas-freelances/>

- Gil, Quim. Ética y deontología periodística en la Sociedad de la Información.1999.

<http://www.saladeprensa.org/art90.htm>

- Ruschmann, Doris y otros autores. Análisis de los procesos de producción y recepción de los artículos periodísticos sobre turismo. Brasil, 2009. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000500004

- Rushton, Simón. Los periodistas freeance están en la línea de fuego de los conflictos.2014.
<http://mexico.cnn.com/mundo/2014/09/03/los-periodistas-freelance-estan-en-la-linea-de-fuego-de-los-conflictos>

-Sociedad de Periodistas Profesionales Código de Ética. <http://www.spj.org/ethicscodeSP.asp>

- Suay Amparo. 12 de mayo de 2013. Nace una plataforma de empleo online para conectar periodistas Freelance y editores.

<https://amparosuy.wordpress.com/2013/05/12/nace-una-plataforma-de-empleo-online-para-conectar-periodistas-freelance-y-editores/>

-Uribe Erika. SF. Freelance, ¡atrévete a emprender! <http://www.consultoria-pyme.com/91-1-Freelance,+%A1atrevete+a+emprender!.html>

- Wikipedia. Herótodo. <http://es.wikipedia.org/wiki/Her%C3%B3doto>

- Wikipedia. Herótodo. http://es.wikipedia.org/wiki/Marco_Polo

Imágenes

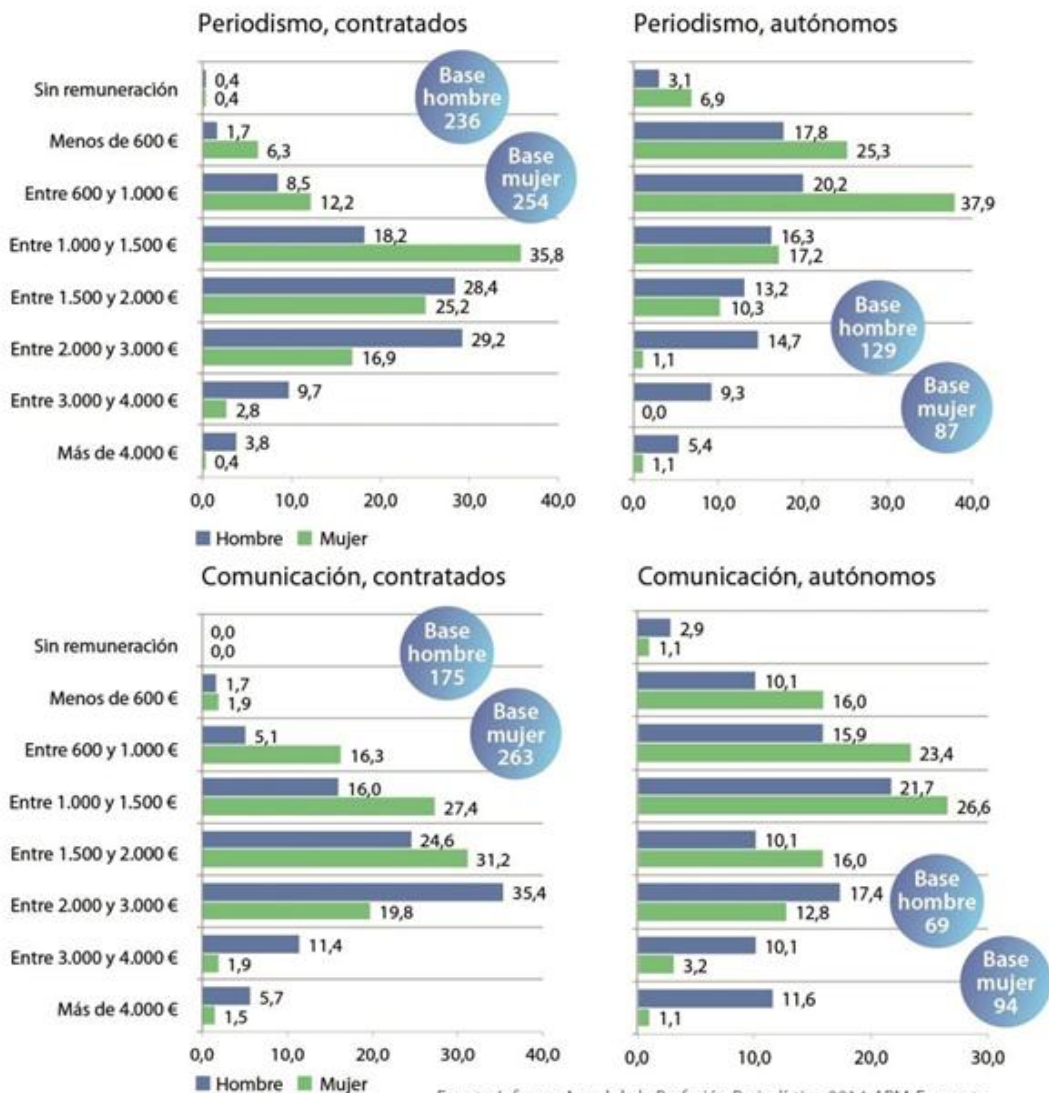
- Tabla 2, 18, 34, 35. <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2012-las-cifras-mas-aproximadas-del-sector-periodistico>

Anexos

Tabla 2

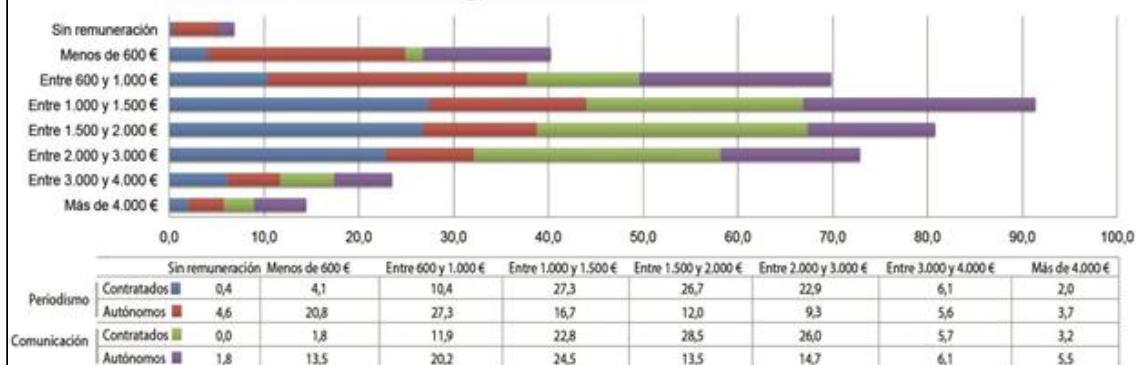
Trabajadores por cuenta ajena en
periodismo y comunicación



Tabla 35 Nivel medio de ingresos, diferencia por sexo

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014. APM: Encuesta profesional, 2014. Cifras absolutas de la base de encuestados y porcentajes.

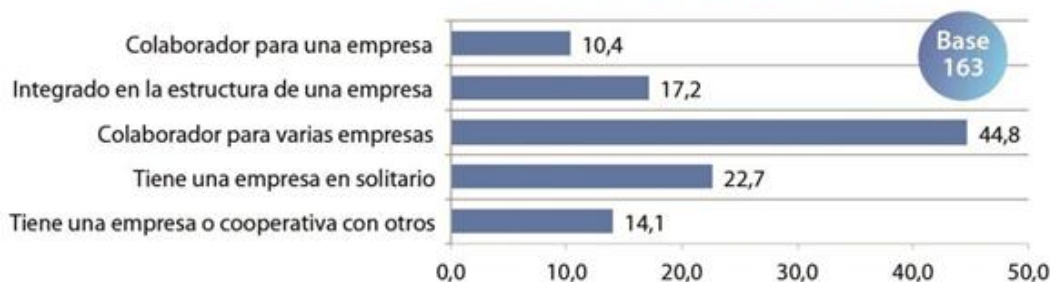
Tabla 34 Nivel medio de ingresos mensual



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014. APM: Encuesta profesional, 2014. En porcentajes.

Tabla 18

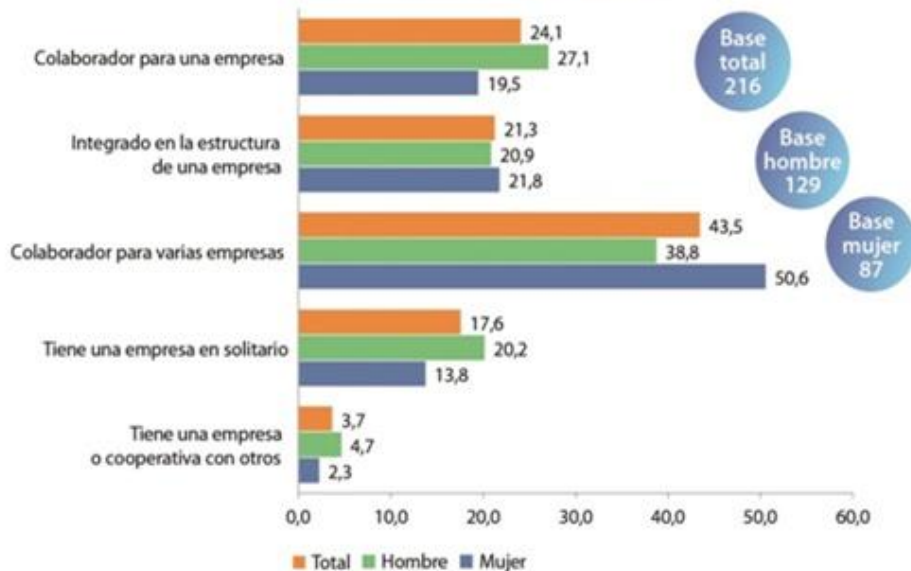
Tipología de trabajo de los comunicadores autónomos



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014. APM: Encuesta profesional, 2014. Cifras absolutas de la base de encuestados y porcentajes. No suma 100 porque la pregunta permitía varias respuestas.

Tabla 10

Tipología de trabajo de los periodistas autónomos

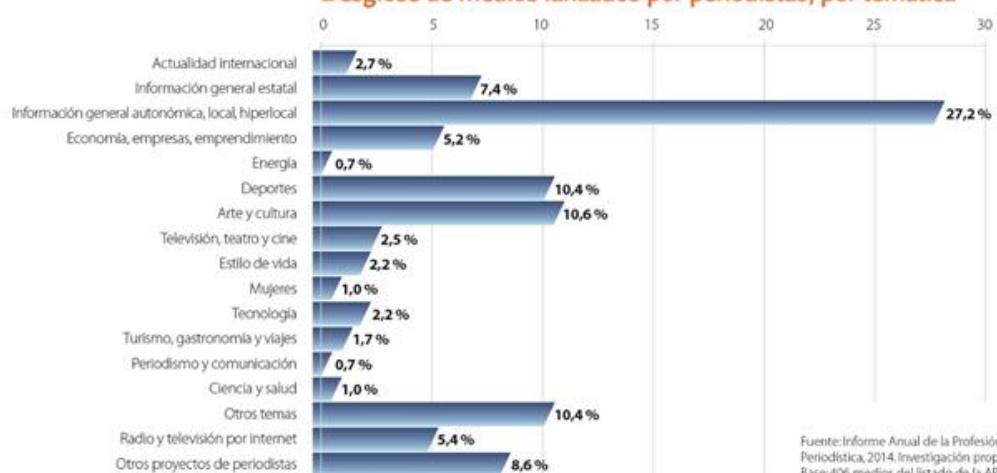


Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014. APM: Encuesta profesional, 2014.

Cifras absolutas de la base de encuestados y porcentajes. No suma 100 porque la pregunta permitía varias respuestas.

Tabla 2

Desglose de medios lanzados por periodistas, por temática



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014. Investigación propia. Base: 406 medios del listado de la APM.

El posicionamiento de los Gestores de Reservas y el Periodismo Turístico

El presente trabajo pretende echar luz en uno de los interrogantes que me surgió luego de cursar el diplomado en periodismo turístico dictado por la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos. Ese interrogante es, básicamente, si los gestores de búsqueda y reservas de lugares turísticos y las opiniones en ellos vertidas vienen a ocupar un lugar dejado vacante por los periodistas turísticos como proveedores de información.

Presentación

Para plantear mi postura frente al periodismo, el turismo y al periodismo turístico, retome las definiciones que prepare para el primer trabajo del diplomado y logre modificarlas y creo que enriquecerlas con toda la información y experiencia que a lo largo del cursado he adquirido.

Este es el resultado: El periodismo a mi entender es una actividad que debe realizarse de forma profesional y responsable, ya que tiene por finalidad la de comunicar hechos, información, datos, historias y acontecimientos relevantes de la manera más fidedigna.

El hecho de incluir, extractar y seleccionar qué debe ser comunicado les

da a los periodistas, comunicadores y medios un poder tan importante que se equipara al de algunos gobiernos y por ello es que se intenta manipular, presionar y condicionar a la prensa.

Un periodista profesional mostrará a la audiencia donde debe poner su interés y cuáles son los acontecimientos importantes, aquellos que incomodan por ejemplo, el deber del periodista por ello también el de formar un pensamiento crítico, de alguna manera buscará educar a la audiencia y por supuesto también tendrá la oportunidad en esa tarea de entretener, ya que de otra manera no tendrá quien lo lea, vea o escuche.

En palabras de Ryszard Kapuscinski: "El trabajo de los periodistas no consiste en pisar las cucarachas, sino en prender la luz, para que la gente vea cómo las cucarachas corren a ocultarse".

Lo fundamental en esta actividad y que en ocasiones no se enseña en las universidades es que esta labor se debe realizar con gran valor, en busca de exponer la verdad por más incómoda que parezca. Por ello, las informaciones periodísticas deben tener su sostén de fuentes, pruebas y análisis profesionales.

Mi definición de turismo tiene que ver con el disfrute de una salida, ya sea una experiencia corta o larga en el tiempo o si el lugar es a miles de kilómetros o dentro de la misma localidad en la que vivo. Se relaciona con descubrir un lugar que no conocíamos o redescubrirlo a través de una nueva actividad por ejemplo explorar un lugar a través de un parapente, se trata de recorrer, disfrutar de diferentes atractivos, excursiones, destinos culturales, religiosos, entre otros.

Es una actividad que cada uno diseña con antelación con un propósito específico, ya sea el de compartir en familia, con amigos, compañeros de estudio, laboral o simplemente el de alejarse de la rutina con un viaje solitario para descansar. Es decir que dependiendo de cada persona el destino turístico será de características específicas al objetivo del viaje, la temática, la compañía, los recursos y muchos etcéteras más.

Como una conjunción de ambos puedo establecer que el periodismo turístico es aquel que se ejerce con responsabilidad para informar y transmitir el placer de conocer, descubrir y viajar a diferentes destinos. Realizando las bellezas naturales de cada lugar y considerando la idiosincrasia propia, sus valores, su

cultura, aportando siempre para que el turismo se ejerza de manera responsable y de forma sustentable.

En este mismo sentido el periodista educa, forma a los receptores de su mensaje en cuanto a la valoración correcta de cada experiencia, el periodista colabora con los destinos turísticos en la manera que transmite sus características, atractivos, servicios, y posibilidades con sinceridad, sin engaños y valorando los aspectos propios que hacen a la cultura del lugar.

Antes de comenzar este trabajo tenía dos suposiciones que me movilizaban a investigar, por un lado la idea predominante, por el común de las personas, de ver al turismo como una industria, un negocio y oportunidad económica y por el otro el acceso a internet y especialmente a las páginas de reservas on line como fuentes de información.

Esto sumado al hecho del poco conocimiento de lo que es el periodismo turístico me llevó a preguntarme si no hay un terreno sumamente mercantilista en internet con relación al turismo que se

debe reformular. Inicialmente estaba convencida que si, se deben recuperar espacios y por ello he realizado este trabajo para demostrar las oportunidades que esperan a que el periodista turístico se posicione como fuente fidedigna de información.

Mi visión preliminar de las empresas que ofrecen a través de la web la posibilidad de realizar reservas y consultas a los diferentes destinos turísticos, hoteles, paseos y gastronomía, entre otros, era que se trataba de codiciosas compañías que buscaban lucrar a través del interés en participar y comentar de la gente por medio de un sitio donde se valore su opinión, cobrando suntuosas cifras a quienes deseen ser parte de sus miembros.

Lo importante de ellas es la información, los datos que ofrecen a los turistas y futuros visitantes de los lugares que ofrecen, pero esa información al no ser realizada por profesionales del periodismo turístico ¿no son espejismos contruïdos por el mejor postor?, ¿Pueden ser escritos bajo diferentes motivaciones y no la de brindar información fidedigna? Seguramente algo de eso hay, pero sin embargo más de 25 millones de visitantes

al mes consultan tan sólo una de ellas: TripAdvisor para buscar datos de sus futuros destinos turísticos.

Luego del trabajo realizado en base al uso de las fuentes durante el diplomado y como analizamos a las nuevas tecnologías como una fuente casi inagotable de información, ya que nos permiten compartir experiencias, lugares, sentires, aventuras y hasta podríamos decir exageradamente sabores a través de fotografías, videos, audios y la combinación de todos ellos es que me decidí por plantear el interés y casi necesidad de los usuarios de compartir experiencias on line como una realidad actual a la que debemos atender y promocionar en post de la difusión de contenidos responsables sobre el turismo y el periodismo en concordancia con una visión sustentable de los recursos y el entorno, conciencia sobre la valoración de la biodiversidad, las especies autóctonas y las culturas y tradiciones de los diferentes lugares.

Para presentar este tema en lugar de realizar una sola pregunta a 24 personas (5 profesionales del turismo, 5 ciudadanos, 3 gobierno, 3 empresarios, 3 periodistas - comunicadores, 5 turistas) decidí realizar una encuesta de 6

preguntas a un universo más grande, un total de 54 personas, en la mayoría turistas en Capilla del Monte para tener información cuantitativa de peso sobre la visión de las compañías de reservas en línea y del periodismo turístico en particular.

Y por otro lado realice una encuesta de carácter más cualitativo a un representante de cada sector planteado fuera de los ciudadanos y turistas, es decir un representante del gobierno, un empresario, un profesional del turismo y un periodista.

Investigación

En cuanto a las compañías de reservas online se encuentran quienes las consideran la biblia de los destinos turísticos y que agradecen en cada oportunidad que tienen de la existencia de las mismas y por otro lado se encuentran aquellas personas que le quitan los cuernos al diablo para colocárselos a quienes administran dichos sitios web.

Al comenzar la investigación para este trabajo descubrí que la intervención de las empresas de reservas en algunos casos no sólo se trataba de un negocio, ya que existen algunas que no cobran ninguna comisión por el sistema que ofrecen y también hay acuerdos entre estas compañías y la Unesco, por

ejemplo, que tienen por objeto valorar los casi 900 destinos catalogados como patrimonios de la humanidad. Así es que podemos asegurar que el interés de estos sitios no es el puro sentido mercantilista, pero voces opositoras también señalan que estar relacionados a una organización de tal jerarquía como la Unesco no es más que una estrategia de posicionamiento.

El beneficio económico que representa un portal de reservas es tal que es difícil creer la versión romántica de ser fuente de datos para los turistas y portadores de voz para los prestadores de servicios.

La participación de las personas en internet es una condición de la sociedad de la comunicación, definida por el sociólogo Manuel Castells como "aquella que utiliza, tanto intensiva como extensivamente, los ordenadores informáticos y las redes telemáticas como canales de comunicación e información".¹

Lo que si no puede negarse es el interés que motiva a los turistas (y a los internautas en general) a compartir las experiencias vividas en sus viajes y es lo que el sociólogo español asegura: "El

gran cambio se ha producido en los últimos 10 o 12 años con la difusión de la comunicación horizontal, es decir aquella que no va de uno a muchos si no que va de muchos a muchos y cada uno emitiendo y seleccionando sus propios mensajes a través de internet y esto ha abierto las fronteras de la comunicación a cualquier persona que puede organizarse su propio canal de comunicación y su propia red de comunicación". También señala que la gente hoy tiene muchísima mayor capacidad de intervenir a partir de Internet que en cualquier otro momento de la historia.

Castells advirtió que las empresas de internet tienen que aceptar la libertad de expresión de Internet porque eso es lo que busca la gente: expresarse, organizarse y relacionarse libremente. De lo contrario, los usuarios buscarán otros espacios sociales donde se respete el derecho a manifestarse y no se establezcan censuras.²

Las principales críticas a los sitios de reservas en línea son la falta de instrumentos de control en cuanto a la veracidad de los contenidos e informaciones vertidas en dichos portales, aunque ellos mismos aseguran tener

personal y software abocados a tal fin, siempre se presenta la duda ante algunos comentarios mal intencionados, como asegura el periodista Alejandro Domínguez en su artículo Las mafias de TripAdvisor³. Pero por otro lado el control exhaustivo en la participación de quienes opinan va en contra de la libertad de expresión que el internauta precisa.

Para poder visualizar en el universo encuestado el grado de conocimiento que presentaban sobre la temática a indagar se les consultó en primera instancia si conocían alguna web de reservas a lo cual contestaron un 93% en forma positiva y el 7% de manera negativa, es decir que 50 personas conocen y sólo 4 no conocían ninguna.

Esto presenta visiblemente el posicionamiento de dichas páginas, en una segunda pregunta sobre el uso propiamente dicho de estas webs para realizar reservas la posición se revierte ya que sólo el 30%, es decir 16 personas efectivamente realizaron una reserva a través de estos sitios. Siguiendo con esta línea la tercera pregunta consulta si se han utilizado estas páginas web para buscar información de los diferentes lugares a lo que el 83% de los

encuestados respondieron que sí, es decir sólo 5 personas menos de aquellos que las conocen también las utilizan como fuente de información, aunque no en igual medida para realizar reservas.

Como para finalizar las preguntas sobre los sitios de reservas, solicite a los encuestados que nombrasen a las webs de reserva que conocen, los resultados más significativos fueron, de 78 menciones:

21 menciones de TripAdvisor, es decir 27%

19 menciones de Booking, es decir 24%

16 menciones de Despegar, es decir 21%

El ítem que le sigue con apenas el 5% es solocamping.com

Esta encuesta nos permite ver en un universo compuesto por turistas visitantes en su mayoría de la ciudad de Córdoba, Argentina, cuál es el grado de conocimiento y utilización de los sitios web dedicados a realizar reservas y en igual medida el reconocimiento de periodistas turísticos o programas de esa misma especialización.

Las preguntas 5 y 6 de la encuesta se tratan respectivamente sobre el

conocimiento de los encuestados con respecto a algún periodista turístico o programa/publicación de periodismo turístico y las cifras son muy llamativas:

El 73% de los encuestados, es decir 43 de ellos aseguran no conocer a ningún periodista turístico y de los que se arriesgan a nombrar a alguno, la mayoría los confunde con presentadores o conductores de televisión (Iván de Pineda o Marley, por ejemplo).

En cuanto a programas o publicaciones de periodismo turístico los encuestados participan más ya que sólo el 37% (23 encuestados) aseguran no conocer ninguno de estos programas.

Entre los más nombrados encontramos a aquellos que son esencialmente de paseos y viajes, (resto del mundo por ejemplo) a otro nivel y con un 16% se sitúa Misión Córdoba y Descubrir América que presentan destinos turísticos poniendo el foco en la cultura propia de cada lugar, dan pie a la presentación de la idiosincrasia y aquellas características que le pertenecen, todo esto acompañado por una lírica que los distingue.

En cuanto a las publicaciones impresas sólo tuvieron 4 menciones (Cash de

Página 12, Revista Lugares, Turismo de La Voz del Interior y Viajes de Clarín).

Estos números lo que muestran a simple vista es el nivel de posicionamiento desigual entre las páginas de reserva como portales de consulta de información y datos útiles a la hora de programar salidas y diseñar vacaciones con respecto al conocimiento del periodismo turístico como especialización y fuente de información fidedigna.

La base de este trabajo reside en la necesidad y gusto de las personas en participar en las redes sociales y en compartir sus experiencias a través de internet, en este caso experiencias turísticas, en sitios especializados que valoren sus opiniones y datos. Por supuesto del otro lado se encuentran las empresas que al entender esta situación capitalizan esas opiniones a través de la creación de portales que a través de sus sistemas de publicidad y comisiones representan unos de los negocios más rentables del turismo on line.

Manuel Castells, sociólogo y profesor universitario en la Universidad de Berkeley (California), director del Internet Interdisciplinary Institute en la

Universidad Abierta de Cataluña, durante una entrevista con Sergio Martín analizó las conflictivas relaciones que el poder político mantiene con las nuevas tecnologías, dando por sentado el gran posicionamiento y familiaridad que las personas tienen con el uso de las mismas en su vida cotidiana, la gente busca expresarse libremente y eso solo lo logra a través de Internet.²

Lo que se intenta demostrar aquí es cómo esta necesidad de expresarse es traducida por sagaces empresarios en rentables negocios.

Descubro entonces un espacio donde el profesional del periodismo turístico debe intervenir para asegurar que los principios éticos de la comunicación fidedigna se cumplan en beneficio del bien común, el uso responsable de los recursos, respetando la biodiversidad, la cultura y las tradiciones propias de cada destino.

El mayor aporte del diplomado en este trabajo se materializa cuando tuvimos oportunidad de ver las fuentes de información de un periodista turístico que pueden estar en los lugares menos pensados y que se debe tener una postura abierta a los diferentes aportes en base al respeto, por ello aunque no

considero que las informaciones de los sitios de reservas sean todas reales y fidedignas creo que es en la búsqueda por tener mayor puntos de vista que uno

crece y puede aportar un mejor conocimiento.

Fundamental en este punto realizar un cruce de fuentes, informantes y datos.

Conclusiones

A través de las encuestas y entrevistas realizadas, he llegado a la conclusión de que las empresas que ofrecen sistemas de reservas en internet brindan un servicio de consultas de datos y opiniones que el turista utiliza para poder analizar las opciones disponibles en destinos turísticos. Por supuesto estos servicios están sujetos a acuerdos y conveniencias entre los prestadores y los alojamientos y paseos, por lo tanto no está garantizado que la totalidad de las opciones pueden encontrarse en dichas páginas de reservas.

Además debemos ser realistas y saber que no todas las opiniones vertidas en dichos portales son verdaderas, ya que existen diferentes situaciones que llevan a algunas personas a escribir cosas que no son reales a través de estos espacios como se ha podido constatar en las entrevistas a empresarios del sector y hemos podido leer en las noticias relacionadas al tema.

La recomendación que se repite por parte de profesionales del turismo y especialistas es que los paseos y alojamientos no estén sujetos exclusivamente a estas páginas de reservas y que busquen el posicionamiento en las redes sociales, a través de páginas y portales propios en los que puedan expresar las actividades y reflejar las visitas que realmente se presentan en sus lugares.

Otra conclusión que se me hace palpable, es que lo que está faltando es el posicionamiento en igual medida de sitios y espacios en internet propios del periodismo turístico donde la cobertura de los diferentes destinos no está marcada por un interés comercial sino que se realice de modo profesional por entendidos en la materia y en donde la gente pueda interrelacionarse para que los datos e informaciones sean verdaderos y fiables, con el propósito de ser reales agentes en el desarrollo del turismo como una actividad sustentable, con la correspondiente puesta en valor de las características propias de cada destino, sus recursos naturales, culturales y de tradición.

Un dato a destacar, más que curioso para mí fue la respuesta obtenida por el periodista con más de 10 años de oficio, de la localidad de La Cumbre Sergio Cepeda, que no puede contestar mis preguntas porque no era especialista en turismo, si ven las preguntas

ninguna requería de un especialista, es más algunas eran las mismas que le pregunte a los turistas.

Antes de decirme que no podía responder esta misma persona se mostró muy interesada en poder ayudarme con el trabajo en sí, lo que me lleva a pensar que no fue por falta de interés hacia mi persona que no contestó sino que se debe más al temor de quedar mal ante una respuesta incorrecta, como esta situación llamó mucho mi atención es que decidí incluirlo en el trabajo.

Sujetos: Esta sección fue modificada de la manera informada en la sección de fundamentación.

Entrevistas a: Profesional del turismo, gobierno, empresario y un periodista comunicador



Entrevista para Sandra Bassi, directora, responsable de guías educativas en granja de fauna silvestre y dueña del Complejo Especializado Casablanca, la granja de Capilla de la localidad de Capilla del Monte.

Sandra como dueña, guía y administradora de un complejo turístico

1. ¿Cuál es tu opinión con respecto a las webs de reservas on-line?, ¿Tienen un lado positivo y otro negativo o son puro beneficio?

Son buenas. Tienen ambos lados: positivo y negativo. A veces mediante el trato personal o mediante la web propia se consiguen otras variantes que no están en las webs de reserva on line.

2. ¿Cuál es el sitio de reservas, a su entender, más importante en la actualidad?, ¿Por qué?

Booking.com, despegar.com, Tripadvisor, por cantidad de usuarios y opiniones.

3. ¿Qué aporte representa para el turismo contar con estos sitios de reservas?

Me parece que la gente accede fácilmente al conocimiento del sector, a las opiniones, a los mapas de ubicación. Con lo que se facilita el intercambio y se promocionan lugares que de otra forma no se conocerían.

He podido corroborar en el sitio Tripadvisor que tienen 10 opiniones muy positivas con respecto a sus servicios.

4. ¿Qué seguimiento realizan de dichas participaciones?

Por el momento no hemos hecho seguimiento, pero es un dato importante y se pueden tomar esas participaciones también para los blogs o páginas propios.

5. Por último y cambiando un poco de tema, ¿Podría nombrar algún periodista turístico?

Mario Marcik (aunque en realidad no sé si es periodista), en su momento ¿podría nombrar algún programa de radio o tv, o publicación de periodismo turístico?

En el camino – Destino T.V.



Entrevista a Gustavo de Figueredo, Director de Relaciones Institucionales Agencia Córdoba Turismo

1. ¿Cuál es su opinión con respecto a las webs de reservas on-line?, ¿tienen un lado positivo y otro negativo o son puro beneficio?

Considero que tienen un beneficio muy grande para todos sus usuarios que es la intención de compartir información y datos útiles con turistas y promocionar destinos. Los aspectos negativos como en todo están presentes, pero creo que no oscurecen su gran labor. Es por ello que en las capacitaciones que la ACT brinda se incluyen charlas al respecto, ya que los prestadores de servicios turísticos deben conocer todas las oportunidades disponibles que estos sitios tienen para ofrecer.

2. ¿Cuál es el sitio de reservas, a su entender, más importante en la actualidad?, ¿Por qué?

TripAdvisor es a mi entender el más importante a nivel mundial por la cantidad de consultas y usuarios.

3. ¿Qué aporte representa para el turismo contar con estos sitios de reservas?

Hacen a la conectividad, las personas en cada vez mayor medida utilizan internet y las redes sociales de manera cotidiana y por ello es esencial contar con webs y diferentes personas que presenten sus comentarios, fotos, recomendaciones y todos los datos para realizar una mejor experiencia en los diferentes destinos.

He podido corroborar que en los espacios de capacitación brindados por la Agencia se brinda un segmento especial a las redes sociales como facebook y Twitter.

4. ¿Por qué considera relevante dicha formación?

Todos los contenidos relacionados a las tendencias de búsquedas regionales y globales, marketing online, herramientas y conceptos claves sobre gestión de ventas y posicionamiento son fundamentales para todos los prestadores de servicios y en especial para aquellos del sector turístico, ya que es esencial ser visibles para los próximos visitantes y atender a todas sus consultas.

5. Por último y cambiando un poco de tema, ¿Podría nombrar algún periodista turístico?, ¿Podría nombrar algún programa de radio o tv, o publicación de periodismo turístico?

Hay grandes periodistas dedicados al turismo, puedo destacar en la provincia a Marcos Altamirano y Ricardo Guarino de Misión Córdoba y Descubrir América, sólo por nombrar un buen ejemplo.



Entrevista para Lorena Zeug, administradora del Hotel Petit Sierras de la localidad de Capilla del Monte

Lorena como administradora de un hotel y participante activa en la Cámara de Turismo de Capilla del Monte

1. ¿Cuál es tu opinión con respecto a las webs de reservas on-line?, ¿tienen un lado positivo y otro negativo o son puro beneficio?

Las actuales web de reservas desde la óptica hotelera generan muchos beneficios, crecimiento en las ventas nacionales e internacionales, respaldo de compra y de utilización de la reserva, y en caso de no presentarse cobrar la misma – comentarios positivos o negativos de los clientes, lo cual sobre más comentarios positivos se posiciona el hotel – dichas empresas cobran una comisión del 20% igual que cualquier agencia mayorista. Para el turista se garantiza la reserva y la confianza con la empresa proveedora.

2. ¿Cuál es el sitio de reservas, a su entender, más importante en la actualidad?, ¿Por qué?

Actualmente despegar y en segundo lugar booking.

3. ¿Qué aporte representa para el turismo contar con estos sitios de reservas?

Es muy importante para el turismo dichos servicios, generan confianza al turista y al prestador.

4. He podido corroborar en el sitio Tripadvisor que tienen 3 opiniones negativas con respecto a su hotel durante una reserva por 7 días a través de groupon,

¿Cuál considera que fue el factor principal de tales críticas?,

¿Hubo una situación particular en esa fecha que influyó en la prestación del servicio?

Si, y sinceramente no la respondí por dicho medio, si no directamente a la persona que reservó, groupon es una venta masiva a muy bajo costo, dicha persona tenía un Groupon de 7 noches para utilizar en baja temporada pero quería venir en julio y la única habitación disponible era en planta baja, la misma cuenta con todos los servicios, calefacción, tv, caja de seguridad, secador de cabello etc. Y la persona jamás se quejó en el hotel para tratar de solucionarle el problema, humedad no hay y tengo fotos testigo de respaldo.

Además si estaba tan disconforme como expresa puede pedir a Groupon la devolución de su voucher, si

el primer día genera las quejas. También pasó, no en mi hotel, que la competencia se crean cuentas y bajan la reputación del otro.

5. Luego de esa experiencia y teniendo en cuenta esas opiniones, ¿Tomaron alguna medida o cambio con respecto al servicio?, ¿Volvieron a ofrecer servicios a través de groupon?

Ante cualquier queja uno busca mejorar y que el próximo cliente no realice la misma queja, todo lo que se puede mejorar se mejora – seguimos trabajando con Groupon colocando más condiciones, porque la empresa no es la culpable de dicho inconveniente, y Groupon nunca recibió la queja.

6. Por último y cambiando un poco de tema, ¿Podría nombrar algún periodista turístico?, ¿Podría nombrar algún programa de radio o tv, o publicación de periodismo turístico?

Conozco a Carolina Raymundo que realizaba notas en diario La Nación.



En el caso de la entrevista al periodista Sergio Cepeda, de canal 11 La Cumbre con más de 10 años de experiencia, me paso algo muy curioso ya que le hice mi presentación en persona explicando la temática de la entrevista y luego se la envió por mail con las siguientes preguntas:

- 1. ¿Cuál es su opinión con respecto a las webs de reservas on-line?, ¿Tienen un lado positivo y otro negativo o son puro beneficio para el turismo?**
- 2. ¿Cuál es el sitio de reservas, a su entender, más importante en la actualidad?, ¿Por qué?**
- 3. ¿Qué aporte representa para el turismo contar con estos sitios de reservas?**
- 4. ¿Los ha utilizado como forma de obtener algún dato o información?**
- 5. Por último y cambiando un poco de tema, ¿Podría nombrar algún periodista turístico?, ¿Podría nombrar algún programa de radio o tv, o publicación de periodismo turístico?**

Y como respuesta obtuve lo siguiente:

Hola,

Te agradezco pero no estoy en condiciones para responder tus preguntas porque no soy un especialista en turismo. Soy "un periodista de oficio" y creo que ese cuestionario te lo debería contestar algún profesional que se haya especializado en la materia, gracias lo mismo y saludos.

Sergio Cepeda

Si bien podía realizar la entrevista a otro periodista, me pareció sumamente gráfico con respecto a la situación de desinformación y también desinterés con respecto al periodismo de especialización en sí y del turístico en particular. En un nuevo contacto le consulté si podía nombrarme alguna página web de reservas y me contestó que no conocía ninguna.

Contexto Legal

En nuestro país la libertad de expresión es un derecho que está amparado desde la Constitución Nacional como un derecho fundamental y por ello no se puede legalizar para que existan correcciones, cohesiones o controles previos a que se publiquen las ideas, noticias e informaciones, es decir todo lo que represente censura previa se encuentra fuera de la ley en nuestro país y esto se encuentra legalizado en el artículo 14 de la Constitución Nacional que garantiza a todos los habitantes de la Nación gozar del derecho de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa. Además en el pacto de San José de Costa Rica, aprobado por la ley 23.054 de marzo de 1984, también se garantiza la libertad de expresión a través del artículo 13 sobre libertad de pensamiento y expresión.

En cuanto a la legalización el turismo en nuestro país se encuentra regularizado a través de la ley nacional de Turismo número 25.997, promulgada con fuerza de ley a partir de enero de 2005. Dicha ley regula desde objetivos y conformación del sector hasta la protección al turista, infracciones y sanciones.

Además como estamos hablando del uso de internet también debemos hacer mención a los principios internacionales que garantizan la libertad de expresión en internet, para lo cual debo citar la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en su principio nº 1 que sostiene: "La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas.

Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática". Además del principio nº 2 que debemos sumar: "Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente". Por último agregar de su principio nº 5, la siguiente frase: "La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley".

Contexto Ético

El contexto ético que debemos tener presente con respecto al turismo creo que está muy claro en el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT (Organización Mundial del Turismo), fundamentalmente cuando sostienen: "Afirmamos el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico. Expresamos nuestra voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada, y

proclamamos solemnemente con ese fin los siguientes principios:

Quisiera destacar el artículo 1 en cuanto a la contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades, quisiera citar además como esencial a los artículo 3 y 4 que consideran al turismo en relación al desarrollo sostenible y el aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad. y por último destacaría las obligaciones que deben cumplir los agentes del desarrollo turístico.

En cuanto a la ética en relación al periodismo quisiera citar el Código de FOPEA, Principios éticos para la práctica periodística, el cual presenta en forma contundente los valores que todo periodista debe respetar: "a buscar la verdad, a resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información" además "Son objetivos irrenunciables para el periodista el rigor y la precisión en el manejo de datos con el fin de alcanzar una información completa, exacta y diversa. La distorsión deliberada jamás está permitida". Sólo por citar lo que mayor relación presenta con el presente trabajo.

Otro contexto a tener en cuenta:

Dentro de los contextos legales y éticos planteados se deberá tener en cuenta que cada una de las páginas de reservas tienen para sus participantes, ya sean alojamientos o prestadores de servicios, como los usuarios que vierten sus opiniones allí sus propios y detallados contratos que contienen términos y condiciones de uso, de los cuales quisiera presentar como datos curiosos, ya que no puedo citarlos a todos completamente, a:

- Booking.com se reserva exclusivamente la propiedad de todos los derechos, título e interés en (todos los derechos de propiedad intelectual de) (la apariencia (incluyendo la infraestructura) de) la página web donde el servicio tiene disponibilidad (incluyendo los comentarios de los clientes y el contenido traducido), y no tienes derecho a copiar, recopilar, enlazar a, publicar, promocionar, vender, integrar, utilizar, combinar o utilizar el contenido (incluidas las traducciones y los comentarios de los clientes) o nuestra marca sin un permiso por escrito nuestro.**4**
- La información que mostramos está basada en la información que nos proporcionan los establecimientos. Aunque intentamos que nuestro servicio sea lo más preciso posible, no podemos verificar ni garantizar que toda la información sea exacta, completa o correcta. Tampoco nos hacemos responsables de errores (como errores manifiestos y tipográficos), interrupciones (debido a caídas temporales y/o parciales del servidor o a reparaciones, actualizaciones y mantenimiento de nuestro sitio web u otros motivos), información imprecisa, engañosa o falsa, o falta de información.**4**

Noticias que hablan del tema y presentan una posición relevante al debate

TripAdvisor: “Nuestro secreto del éxito es haber llegado pronto. Cuando empezamos había pocas páginas de viajes con opiniones”

En esta entrevista al Ceo y fundador de TripAdvisor Stephen Kaufer se realiza un recorrido desde los inicios de la compañía hasta los desafíos a futuro, pasando por la situación con respecto a los usuarios, los motores de búsqueda y la concepción particular de la competencia. Además ofrece un recorrido de cuál es el funcionamiento básico de las páginas de reservas a través de internet.

<http://www.itespresso.es/tripadvisor-viajes-paginas-stephen-kauffer-116096.html>

Las mafias de Tripadvisor

En este artículo Alejandro Domínguez analiza desde el caso de un conocido como las páginas webs de reservas se pueden prestar para realizar extorsiones y hasta mala reputación a los alojamientos que no se dobleguen ante las amenazas y busquen realizar su propia experiencia en la web, a través de sitios propios.

<http://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/social-24-7/2013/01/08/las-mafias-de-tripadvisor-3956>

Manuel Castells: “La sociabilidad real se da hoy en Internet”

Si bien en esta entrevista Castells habla de su experiencia personal y los cambios que los movimientos sociales han desarrollado a lo largo del tiempo, la idea esencial del artículo es que a través de Internet se crea sociabilidad y como es la condición de libertad la que hace eso posible, incluso en territorios bajo regímenes totalitarios.

http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Manuel-Castells-sociabilidad-real-hoy-Internet_0_967703232.html

UNESCO y TripAdvisor se unen para promover apoyo de turistas a Patrimonio Mundial

En este artículo se cuenta como desde TripAdvisor se colabora con Unesco para que se valoricen aquellos destinos identificados como Patrimonio Mundial en una lista de 890 destinos naturales y culturales. Además desde la empresa se comprometieron en donaron un millón de dólares para supervisar el estado de conservación de dichos lugares.

[http://www.un.org/spanish/News/story.a
sp?NewsID=16880#.VPjIM3yG9bM](http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=16880#.VPjIM3yG9bM)

Cómo Funciona Booking. Los Manejos de un Negocio muy Rentable...

En esta nota se pone de manifiesto cuales son las ganancias que le corresponden a los prestadores de estos servicios, a través de las comisiones que se le cobran a los usuarios y también lo que le cobran a los alojamientos para pertenecer a sus filas. Al igual que el artículo de Domínguez el consejo es la autogestión, manejar la propia visibilidad en internet, posicionarse por su cuenta.

[http://www.theblendedmarketing.com/20
11/06/como-funciona-booking-los-
chanchullos-de-un-negocio-muy-rentable/](http://www.theblendedmarketing.com/2011/06/como-funciona-booking-los-chanchullos-de-un-negocio-muy-rentable/)

Dedicatoria

A mi familia que en su conjunto me inculca el gusto por el esfuerzo.

Agradecimientos

A cada uno de los que me ayudo, aportando su granito de arena para que pueda seguir adelante con este proyecto. A Juan por su paciencia, amor y compañerismo.

Email del autor: degiorgis@universidadcorporativa.com

Google + de la autora: Romina Degiorgis

<https://plus.google.com/u/0/106593132087154912930/about>

LinkedIn de la autora: <https://www.linkedin.com/in/rominadegiorgis>

Bibliografía

Libros

Constitución de la Nación Argentina: Publicación del Bicentenario - 1a ed. - Buenos Aires: Corte Suprema de Justicia de la Nación / Biblioteca del Congreso de la Nación / Biblioteca Nacional, 2010.

Castells, Manuel. "La Era de la Información. La Sociedad Red." Alianza, 2005. Editorial. S.A. Madrid.

Web

Autores Varios. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Por un turismo responsable. 2015, de Organización Mundial de Turismo Sitio web: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Código de Ética de FOPEA. (2006). 2015, de FOPEA Sitio web: http://www.fopea.org/Etica/Codigo_de_Etica

Ley 25.997 (2005). Ley Nacional de Turismo. Honorable Cámara de Diputados de la Nación. República Argentina. <http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/cturismo/Legislacion/ley%20nacional%20de%20turismo.htm>

Ledhesma, Miguel. (2014). Trabajo Práctico Nº 2 Diplomado en periodismo turístico. PDF. No disponible en la web.

Booking.com Términos y condiciones <http://www.booking.com/content/terms.es.html?dcid=4&sid=d2b3c26955742c49155e88b73b0186c6>

Notas

1 Castells, Manuel; (2005) "La Era de la Información. La Sociedad Red." Alianza Editorial. S.A. Madrid.

2 Manuel Castells en entrevista con Sergio Martín para Europa Abierta "Los gobiernos odian internet" Manuel Castells, catedrático de sociología y urbanismo.

3 Las mafias de TripAdvisor, Alejandro Domínguez. <http://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/social-24-7/2013/01/08/las-mafias-de-tripadvisor-3956>

4 Booking.com Términos y Condiciones

<http://www.booking.com/content/terms.es.html?dcid=4&sid=d2b3c26955742c49155e88b73b0186c6>

Ética y Responsabilidad en Venezuela: Pilares del Periodismo Turístico

El periodismo es una actividad dirigida a informar de forma oportuna y aportar conocimientos acerca de un hecho o situación de interés social para un grupo de personas.

El periodista polaco, Ryszard Kapuscinski, dijo en una entrevista que le hicieron para El País de España (2002) "el deber de un periodista es informar de manera que ayude a la humanidad y no fomentar el odio o la arrogancia. La noticia debe servir para aumentar el conocimiento del otro y el respeto del otro".

Para cumplir con esta función, el periodista debe comprender el entorno socio – económico en el que está inserto el hecho o situación y comprometerse a ofrecer datos e información que contribuyan en la definición del acontecimiento.

El turismo genera información de interés para los ciudadanos por referirse a una actividad realizada por quienes emprenden un viaje por placer a un lugar diferente al de su residencia, con la intención de conocer e interactuar con el espacio y su gente. Por ello, el turismo implica interconexión y relación con las esferas sociales, culturales, económicas y

políticas que hacen vida en el lugar. Hacer turismo siempre implica un aprendizaje.

Según el comunicador social perteneciente a la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turístico, Miguel Ledhesma, el turismo "es todo el espectro que se genera a partir de la actividad que realizan las personas cuando planifican un viaje, cuando viajan y cuando permanecen en un lugar diferente al de su residencia. Existe entonces una demanda que necesitará de servicios y así surge una actividad dedicada al ocio".

Ledhesma especifica que no son solo los turistas ni las empresas los únicos actores del sistema. Por el contrario, también participan los gobiernos, las comunidades, los profesionales, las organizaciones no gubernamentales e incluso la información que se maneje sobre el destino turístico forman parte de la actividad.

Por esta razón, el trabajo periodístico derivado de los datos que produce este sector debe incluir a todos los factores anteriormente mencionados, con la intención de informar de forma responsable y ética, ofreciendo nuevos

conocimientos de utilidad para la comprensión del sistema.

El periodismo turístico es definido entonces como “la rama del periodismo que informa sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística, sobre el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven los turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas. Erróneamente suele creerse que el periodismo turístico difunde o promociona cuando ninguna de esas actividades corresponde a la actividad periodística, sino a la publicidad y el marketing” (Ledhesma en Wikipedia).

Considerando que el auge del turismo y de las empresas dedicadas a él ha permeado la relación entre el comunicador social y su fuente, tratando de imponer la agenda mediática para beneficiar sus productos y servicios, es necesario revisar y valorar los factores que permiten desarrollar un trabajo periodístico en esta fuente basado en la ética y en la responsabilidad del periodista con el lector y usuario.

La experiencia de quienes se dedican a esta fuente y al ejercicio del periodismo

en general, así como la revisión de los códigos de ética que regulan esta actividad en Venezuela aportan conocimientos vitales para validar los trabajos periodísticos frente a los pilares de la ética y la responsabilidad, tomando en cuenta que son estas las bases de todo producto comunicacional que sea catalogado como periodístico.

La ética en periodismo se refiere al conjunto de normas morales que deben acompañar el desarrollo del trabajo periodístico y que es asumido por el gremio en la práctica. La relevancia de discutir el tema de la ética en el periodismo turístico es tal que ocupó una de las ponencias iniciales del Primer Congreso Turístico de Periodistas y Profesionales Latinoamericanos, realizado el pasado mes de octubre de 2014 en Argentina, cuyo eje temático fue “Desafíos éticos en el siglo XXI”.

La ética y la responsabilidad no se pueden separar del periodista a la hora de la práctica, por ello es importante indagar en el ejercicio de los pares, conocer sus opiniones y estrategias para mantenerse apegados a estos pilares aún en desfavorables condiciones informativas.

Sujetos

¿Qué requisitos debe tener un trabajo periodístico para ser ético y responsable?

Profesionales del periodismo en la fuente turística:

Marilyn Pino, periodista de la Guía Turística del diario de circulación nacional El Universal

"La ética es la vía para el manejo correcto de los datos y una presentación amena al lector".

Lorena Gil, editora del Suplemento Viajes del diario de circulación nacional El Nacional

"En esta fuente hay unos linderos muy próximos entre hacer publicidad y ofrecer un sitio porque al periodista le parece un lugar idóneo para el turismo. En esa frontera es que debe destacar la formación del periodista para presentar la información de la forma más honesta posible".

Mileika Marcano, periodista y Directora por Venezuela en la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos.

"Sí existe una vía para hacer un trabajo periodístico ético en la fuente turística y es proceder con responsabilidad, profesionalismo, moral y ética ante cualquier circunstancia".

Profesionales del periodismo:

Vanessa Ortiz, periodista de la fuente científica en el Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas

"Un requisito fundamental para realizar un trabajo periodístico ético es el uso de declaraciones de fuentes vivas provenientes de diversas áreas del conocimiento o con criterios divergentes".

Sabina Ojeda, periodista de la fuente científica en la Revista Más Salud

"Un trabajo periodístico ético debe ser independiente desde su concepción pues debe idearse para revelar, investigar o interpretar situaciones relevantes que importen a la colectividad, no para satisfacer intereses específicos de empresas o personas".

José David Angulo, periodista de la fuente política. Actualmente labora en la oficina de prensa de la Alcaldía del Municipio El Hatillo

"El trabajo periodístico ético y responsable debe atarse estrictamente a la información corroborada".

Martha Hernández, periodista "Independencia e imparcialidad, equidad, verdad, precisión, responsabilidad y mucha humanidad definen al periodismo ético".
Turistas:
Liliana Morales, antropóloga "Un trabajo responsable debe incluir las voces de los pobladores y quienes hacen vida en el lugar".
José Alberto Martínez, administrador "La cobertura turística debería incluir más información sobre ecoturismo y turismo de aventura para quienes no viajan en los paquetes convencionales de turismo. Sumar estos puntos de vista también aporta cualidades para un trabajo responsable
Bruno García, camarógrafo "Me gustaría encontrar más información en los medios de comunicación acerca de diferentes rutas para hacer turismo y más detalles sobre el hospedaje".

Contexto

Los códigos de ética del ejercicio periodístico comenzaron a escribirse en el siglo XX, cuando el comportamiento profesional y moral de los comunicadores sociales comenzó a ser valorado en la práctica por las academias y el público receptor de la información.

Entre los primeros códigos de ética para periodistas en el mundo resalta el de la Asociación de Editores de Kansas (Estados Unidos) aprobado en 1910. Posteriormente otros estados del mencionado país se sumaron a la iniciativa, hasta que tres años después la Federación de Asociaciones del Gremio de la Prensa de Estados Unidos elaboró un primer código de ética colectivo para

establecer los límites morales del ejercicio periodístico.

En 1983 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) publicó el Código Internacional de la Ética Periodística. El documento sintetiza 10 preceptos a tomar en cuenta para garantizar el derecho a la información verídica en el mundo.

La preocupación por el desarrollo de un periodismo responsable y de calidad impulsó a la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap) a la declaración de un Código Latinoamericano de Ética Periodística, convencida de que "la existencia del progreso moral y de que con la sucesión de etapas históricas la

humanidad ha logrado e impuesto puntos de vista éticos que expresan intereses comunes y son válidos para el género humano”, se suscribe en el documento.

Por su parte, el Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela (CNP), aprobó en la I Convención Nacional del CNP, celebrada en 1973, el Código de Ética del Periodista Venezolano. Este instrumento concibe a la libertad de expresión como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre, que dada su importancia debe tener regulaciones y criterios éticos, a fin de evitar la tergiversación del hecho informativo.

En ese sentido, el CNP consideró necesario elaborar un código de conducta que guíe el ejercicio profesional de los comunicadores sociales venezolanos. La última actualización del documento data de enero del año 2013.

En este caso, el cumplimiento del Código de Ética es de carácter obligatorio según se establece en la Ley del Ejercicio del Periodismo del país. Entre los artículos fundamentales de este instrumento cabe mencionar el derecho de la población venezolana a recibir información veraz, oportuna e imparcial, producto de la verificación y comprobación de la misma a través la contrastación con las fuentes idóneas.

El documento norma la ética y el comportamiento que debe tener un periodista venezolano al realizar su trabajo, indistintamente de la fuente que tenga asignada.

El tipo de fuente impone condiciones especiales a la ética del periodista. Tomando en cuenta que la cobertura del hecho noticioso tiene cualidades diferentes, aún cuando compartan preceptos básicos, la Alianza Latinoamericana para Periodistas Turísticos impulsa la construcción colectiva de un código de ética que regule el ejercicio periodístico de quienes informan acerca de la actividad turística. La iniciativa constituye un hecho inédito en esta región, al tratarse de las normas morales específicas para la cobertura de una fuente en particular.

El instrumento, todavía en elaboración, inició con la revisión de 55 códigos de ética periodística y 37 de ética relacionada con la actividad turística, lo que propuso 70 artículos que defienden y promueven el trabajo periodístico de forma ética y responsable en la rama del turismo.

Entre las principales normativas planteadas se menciona “informar, opinar y educar con honestidad. No difundir, ni promocionar, ni publicitar destinos turísticos, servicios y /o productos”.

Esta preocupación ha sido recurrente en la fuente turística, pues ha sido complicado comprender que el viaje, el disfrute, el ocio y todo lo que está relacionado con estos tópicos (contexto social, económico, político, etc.) son insumos para el trabajo periodístico en esta fuente. Sin embargo, esto no implica que el periodista deba estar condicionado personalmente ni profesionalmente por

las empresas que se dedican a la actividad turística.

Por esta razón, es necesario fortalecer las conductas éticas y profesionales de los comunicadores encargados de proporcionar información confiable, responsable y verificada de los destinos turísticos y de todos los aspectos que interceptan al turismo.

“Muchas veces el periodista turístico piensa que su trabajo es ir por la vida aceptando viajes y alojamientos gratuitos a cambio de artículos periodísticos que benefician a las empresas que auspician los recorridos”, señaló el profesor del Diplomado en Periodismo Turístico, Miguel Ledhesma, durante una sesión teórica del curso.

Derribar esos falsos esquemas e impulsar la construcción de información periodística de calidad y ajustada a la realidad y necesidades de los turistas es una tarea que, en gran medida, está encomendada a la ética y a los principios morales del profesional.

Parte de la responsabilidad periodística versa en la importancia de ofrecer información no solo útil, sino también contrastada con otras, a fin de que sea el lector o público el que pueda tomar la decisión más conveniente. Para lograrlo es necesario contar con testimonios, experiencias, entrevistas y datos que sustenten la información.

Evitar textos con informaciones publicitarias sin contenido que respalde,

en todo caso, la propuesta afecta el trabajo periodístico.

Por ejemplo, el artículo “Altos Mirandinos una región para disfrutar del clima de montaña” publicado en el diario El Avance <http://diarioavance.com/de-tu-interes/turismo/altos-mirandinos-una-region-para-disfrutar-del-clima-de-montana/> brinda información escueta sobre el destino turístico y finalmente hace publicidad a un portal web que ofrece diversos atractivos y empresas del estado Miranda.

Lo mismo ocurre en el texto “Curazao, excelente opción para el Carnaval” <http://www.laverdad.com/turismo/68705-curazao-excelente-opcion-para-carnaval.html>, publicado en el diario La Verdad, en donde no se ofrecen datos específicos acerca de los atractivos que puedan encontrarse y tampoco cuenta con declaraciones de ninguna fuente viva, por lo que parece ser un artículo generado a través de un “viaje de prensa” sin tomar las previsiones de enfocar periodísticamente la información generada.

Pacto de Ética

Informar de forma precisa, responsable y confiable requiere de formación, criterio y comportamiento ético. Por esta razón la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), diversas asociaciones regionales de periodistas y los gremios nacionales han trazado los lineamientos morales y de conducta básicas del

periodista ante el hecho noticioso y su tratamiento.

“Para ser buen periodista primero hay que ser una buena persona”, decía el periodista Ryszard Kapuscinski, en una entrevista concedida al Mundo de España. La frase le otorga importancia a la conducta moral del comunicador ante cualquier circunstancia, pues esta cualidad le hará tomar las decisiones más acertadas y responsables en el ámbito laboral. El profesional polaco también resaltó la dependencia del trabajo periodístico con la gente, lo que le imprime una responsabilidad social.

Los fundamentos éticos para el periodismo comenzaron a construirse en el siglo XX ante la valoración de una práctica profesional ajustada a un tratamiento informativo adecuado. Fue en 1910 cuando en Estados Unidos la Asociación de Editores de Kansas aprobó el primer manual de esta naturaleza. A esa iniciativa se sumaron diversas organizaciones del país norteamericano, hasta que en 1923 se publicó el código Cánones del Periodismo a manos de la Sociedad Americana de Editores de Periódico de Estados Unidos.

Después de más de 60 años en los que se han proclamado diversos códigos de ética para regir la profesión en el mundo, la Unesco estableció nueve normativas internacionales y esenciales para el ejercicio periodístico. Entre estas destacan el derecho del pueblo a contar con información verídica, la adhesión honesta del periodista a la realidad sobre la que le toca trabajar, la responsabilidad

social que implica el tratamiento informativo, la integridad como requisito fundamental para el periodista, el respeto a la vida privada y a la dignidad de los demás, así como el respeto por el interés público, los valores universales y la diversidad cultural.

De la misma manera, la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap) propuso 11 medidas que garantizan un comportamiento ético y responsable en el tratamiento de la información ofrecida por el periodista. Bajo estos preceptos se considera que “la libertad moral individual solo es posible con la toma de conciencia sobre el interés social”.

El periodismo debe estar concebido desde su función social, versa el primer artículo del código planteado por la Felap. Asimismo, el trabajo del comunicador social debe contribuir al fortalecimiento de la paz, la coexistencia, la autodeterminación de los pueblos y la igualdad de los seres humanos.

El manual establece la necesidad de adoptar los principios de veracidad y ecuanimidad, la integridad y la dignidad propias de la profesión. La defensa de la naturaleza junto a la denuncia de las acciones que la afecten y contaminen forma parte de los mandatos morales de un profesional de la comunicación en la región latinoamericana.

En Venezuela el código de ética periodista, aprobado en 1973, regula el tratamiento informativo, siendo un aval para salvaguardar la libertad de expresión a través del esfuerzo de los

comunicadores sociales por “mantener el sentido más elevado de su responsabilidad social, conscientes de su obligación de informar oportuna y verazmente, y de buscar siempre la verdad en las explicaciones e interpretaciones de los hechos”, según se suscribe en la exposición de motivos del reglamento.

Entre los principios incluidos en este documento resalta el artículo 21 donde se refiere “el periodista rechazará donaciones o contribuciones de origen público o privado, dirigidas a interferir o influenciar su labor informativa. La búsqueda de ventajas personales, en perjuicio del interés colectivo, es incompatible con el ejercicio del periodismo”.

Asimismo, el artículo 23 señala la prohibición de divulgar contenidos de carácter comercial o publicitario, sin identificarlo claramente como tal. Justamente estos apartados son de especial interés en el caso de la cobertura de la fuente turística, debido a la falsa creencia de que el profesional de esta área viaja por placer y debe retribuir a las empresas dedicadas a la actividad cualquier compensación hecha a través de trabajos periodísticos complacientes y publicitarios.

Pasajes aéreos, hospedaje, recorridos y paseos especiales suelen ser parte de los privilegios ofrecidos a los periodistas en los llamados “viajes de prensa”. ¿Es inevitable aceptar este tipo de cobertura? ¿Se puede realizar y aún así realizar una

cobertura periodística y tratamiento informativo adecuado? ¿Existe una fórmula para no caer en la divulgación de información promocional y direccionada por los intereses económicos de las compañías dedicadas al turismo?

Periodismo ante todo

Independientemente de la fuente un trabajo periodístico ético y responsable con el público debe contener declaraciones de fuentes vivas provenientes de diversas áreas del conocimiento o con criterios divergentes, según afirmó la periodista venezolana dedicada la cobertura científica, Vanessa Ortiz.

La comunicadora reconoce la importancia de hacer referencia a fuentes documentales conocidas y vinculadas con el tema, a fin de contextualizar al lector y aboga por el manejo prudente de las cifras o estadísticas, especialmente si provienen de una apreciación subjetiva como aproximaciones. El uso de adjetivos distorsiona la realidad observada, por lo que Ortiz recomienda evitarlos en la construcción de un tratamiento informativo guiado por la ética.

“Un trabajo periodístico ético y responsable debe ser independiente

desde su concepción, pues debe idearse para revelar, investigar o interpretar situaciones relevantes que importen a la colectividad”, destacó la comunicadora social venezolana dedicada a la fuente científica y deportiva, Sabina Ojeda.

Según la página web “Ética Segura: Red de Ética y Periodismo”, disponible en www.eticasegura.fnpi.org, la ética en periodismo se debe a cinco cualidades básicas: verdad y precisión, independencia, equidad e imparcialidad, humanidad y responsabilidad.

Sin embargo, algunos factores pudiesen incidir en el comportamiento ético de los profesionales. La inaccesibilidad a las fuentes especializadas y confiables, la existencia de algún interés hacia la fuente o hacia el tema tratado, las presiones del medio de comunicación en el que se labora o de los anunciantes del mismo, la premura por entregar el trabajo, e incluso la formación académica y profesional del periodista ponen en peligro el cumplimiento de la ética.

“En oportunidades las fuentes también ejercen presiones sobre los periodistas, pues buscan imponer reglas en la elaboración de los trabajos: exigen que

solo se les entreviste a ellos o a fuentes que ellos aprueban, o que se enfoquen los textos de una manera específica, por ejemplo”, destacó Ojeda.

La fuente turística no se salva de estas presiones que ejercen factores internos y externos sobre los periodistas. El auge del turismo como actividad económica ha tensado aún más estas fuerzas que interceden en el trabajo periodístico, tomando como bandera la necesidad de publicidad y promoción a sus servicios, frente al derecho de la colectividad a la información responsable y ecuánime.

El llamado “viaje de prensa” es una modalidad empleada por las empresas turísticas o particulares interesados, con la intención de dar a conocer destinos, lugares o infraestructura a diversos actores del turismo, especialmente a los periodistas que cubren la fuente. Estos recorridos son patrocinados por las mencionadas empresas con la intención, por lo general, de conseguir que los periodistas publiquen informaciones positivas referentes a sus servicios y así capitalizar nuevos clientes.

La ética hace la diferencia

Ante las presiones ejercidas sobre el trabajo turístico para beneficiar sectores económicos, el periodista cuenta con una sola herramienta: La ética. Gracias a ella el periodista puede tomar la decisión más acertada en beneficio del interés colectivo y el trabajo periodístico, aún cuando deba asistir a ciertos "viajes de prensa" o cumplir con pautas asignadas por el medio de comunicación donde labora.

¿Por qué la ética tiene este poder? Según el diccionario de la Real Academia Española, lo ético se define como "recto, conforme a la moral". Específicamente la ética profesional tiene que ver con el conjunto de normas morales que rigen la conducta humana en una actividad determinada.

Seguir estos principios garantiza una práctica profesional responsable. "En última instancia la ética es un atributo más individual que colectivo y que está relacionado con la formación del profesional", apuntó la periodista, Vanessa Ortiz.

Asistir a los "viajes de prensa" no incumple con el trabajo real del periodista si se cuenta con los valores éticos y la formación necesaria para hallar

información de calidad. Así lo manifestó la periodista de la fuente turística en el diario El Universal, Marilyn Pino.

"Los fam trip pueden limitar una cobertura solamente en los aspectos que el periodista desea o tiene que incluir en su trabajo. Normalmente estos viajes incluyen muchos lugares en corto tiempo y eso limita la cantidad de entrevistas que hagas, pero considero que la ética es la vía para el manejo correcto de los datos y una presentación amena al lector", puntualizó Pino.

Los linderos entre hacer promoción y verdadero periodismo están muy cercanos en los "viajes de prensa", sentenció la periodista y editora del suplemento Viajes del diario El Nacional, Lorena Gil. "Las empresas turísticas, agencias, hoteles, posadas, parques, por citar algunas, pueden ofrecer estadías al periodista para que venda su oferta. Allí está esa frontera, que si el reportero no está bien formado, podría transgredir", acotó.

El artículo número 2 del Código Internacional de Ética de los y las Periodistas Turísticos, señala al periodista como responsable de la función de

informar, opinar y educar honestamente, evitando promocionar o publicitar destinos turísticos, servicios o productos.

El instrumento, todavía en elaboración colectiva, plantea la necesidad de no genera contenido periodístico que pueda hacer creer que el turismo es una actividad totalmente inofensiva y sin consecuencias. De igual manera, en el inicio de su articulado fomenta la realización de un trabajo periodístico profundo y comprometido en dar cuenta de la realidad analizada, más allá de una cifra o una estadística vacía.

Solo la formación y las convicciones personales pueden evitar desviar las intenciones del trabajo periodístico y le proporcionan al comunicador las habilidades para formarse un criterio propio y buscar la información adicional que necesite.

“En mi opinión, comparándolo con otras fuentes, el fam trip sería como las ruedas de prensa: El interesado la convoca y dice lo que quiere decir. Luego el trabajo periodístico está en aprovechar esa ocasión para indagar más sobre el convocante, el tema tratado o alguna

otra información que la fuente provea”, explicó Gil.

Esta opinión es compartida por la directora por Venezuela de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turístico, Mileika Marcano, pues para ella la educación, el respeto propio y los valores inculcados son los requisitos que acercan al profesional a ser éticamente correctos. “Las características básicas del periodismo, esas que aprendemos en la universidad, aunado a un proceder en la vida con conciencia son los aspectos necesarios para realizar un buen trabajo periodístico independientemente de la fuente.

Encontrar de formar constante información de calidad sobre la actividad turística y su contexto es una tarea ardua en los medios de comunicación venezolanos.

Por lo general, el turismo compite con otras fuentes del acontecer nacional como política, economía e incluso deporte, que tienen mayor centimetraje y cobertura.

Cobertura valorada

La reducción de los espacios informativos dedicados a la fuente - que solo consiguen luz los fines de semana - la falta de recursos para invertir en los viajes necesarios para la cobertura, la demanda del cuerpo reporteril para cubrir las fuentes más noticiosas son algunas de las limitaciones que también influyen en la cristalización de un trabajo periodístico de calidad.

En los medios electrónicos y audiovisuales, la información publicada sobre la fuente suele ser escueta o dedicada a la promoción de destinos, tal como opinó la periodista, Lorena Gil.

“En Venezuela se hace cobertura de turismo, lo que habría que verificar es si lo que se plasma está acorde a la realidad”, aclaró la comunicadora social, Mileika Marcano.

Consultar información sobre turismo es común para algunos usuarios de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales donde estos tienen cuentas. José Alberto Martínez, administrador, ha usado los datos del Manual de Ociosidades, publicado en la revista Todo en Domingo, de la periodista

Valentina Quintero para visitar diversos lugares de la geografía venezolana. Asimismo, ha pedido recomendaciones en las redes sociales a comunicadoras especialistas en el área antes de recorrer algunos destinos turísticos.

A pesar de encontrar información primaria útil en los viajes, otros usuarios consideran importante conocer más sobre la cultura del lugar que visitarán y las interacciones que allí se dan. “Me gustaría tener datos sobre la población que habita el lugar, sus costumbres, el entorno humano y ambiental en el que se desenvuelven, el patrimonio tangible e intangible y la manera cómo el turista puede ayudar a conservar esta cultura”, detalló la antropóloga Liliana Morales.

Para Marcano la cobertura de esta fuente tiene un gran impacto social pues en esta actividad están inmiscuidos diversos aspectos que afectan a grupos de poblaciones.

“Este círculo virtuoso necesita información: si la gente desconoce los destinos siempre terminará yendo al único lugar que conoce sin darse la posibilidad de enriquecerse con otras

culturas, paisajes y personas”, aseveró Gil.

El trabajo ético es la garantía para ofrecer los datos de relevancia para el turista, sin intención de publicitar marcas comerciales ni decorar literalmente paisajes. Estar conscientes de las necesidades informativas del usuario, palpar la realidad y tomar las decisiones correctas y éticas son requisitos fundamentales para la cobertura periodística del turismo.

...”Para que haya comunicación, para que no haya soledad, para que haya compañía, se requiere de otro, pero el otro es por lo común otro, y por eso a veces se marcha, excepto cuando el otro es uno, es decir, cuando uno lo ha construido y entonces solo puede alejarse en la medida en que uno lo abandone: ese otro que es uno en el propio oficio”...

Fernández, Pablo. “La lógica epistémica de la invención de la realidad” en Conocimiento, realidad e ideología (1004).

Conclusión

La agenda de los medios de comunicación social, las pautas de los anunciantes, los llamados “viajes de prensa”, el trato recibido por el operador turístico, la restricción de recursos económicos para visitar los lugares y levantar la información, la inaccesibilidad a algunas fuentes, la creencia generalizada de que el trabajo del periodista turístico es promocionar destinos, hoteles, restaurantes, eventos o instituciones, intentan poner en peligro la ética del profesional y limitan la generación de información periodística ajustada a la realidad y a las necesidades de quienes la emplean.

“La concepción errada de que el periodista debe cumplir una función promotora, muchas veces promovida por personas que tienen cargos directivos en medios de comunicación y reforzada por la conducta irresponsable de algunos periodistas, desvaloriza el oficio y condiciona la planificación y ejecución de los trabajos”, expuso la comunicadora, Sabina Ojeda.

Introducir conductas que limiten este problema logrará que el periodismo cumpla su verdadera función social: informar y ofrecer insumos para la toma de mejores decisiones a la población, basada en sus apreciaciones y criterio de la realidad.

Son las convicciones personales y la formación académica recibida las únicas garantías para la ejecución de un trabajo periodístico ético y responsable.

“Lo fundamental en el periodismo es la persona. El viaje lo harán personas, los que atienden al turista también son personas. Todo debe girar en torno a ellas. Si el periodista no lo ve así y se concentra en la belleza de las instalaciones y en la anécdota del paisaje sin pensar en el turista como alguien y no como algo, no sabe para quién trabaja”, sentenció la profesional, Lorena Gil.

Enfocar los trabajos en los usuarios de los servicios, resaltando aspectos como prácticas ecoturísticas, manejo de residuos, respeto de los sistemas naturales y patrimonio cultural

es una opción para hacer frente a la práctica desarrollada en torno a las corporaciones y empresas del turismo.

En ese sentido, el Código Internacional de Ética para Periodistas Turísticos favorece en su articulado al periodismo ciudadano permitiendo que los actores y usuarios de la actividad periodística den sus opiniones y contribuyan a la construcción de la realidad.

“Tiene valor indagar sobre las interacciones que se dan entre las diferentes culturas gracias al turismo, la importancia del turismo como actividad que promueve el desarrollo de las localidades y países, las distintas motivaciones que tienen las personas para visitar ciertos lugares y las múltiples maneras en las que se relacionan diferentes personas con un mismo sitio turístico”, puntualizó Ojeda.

Agradecimientos

A mis entrevistados que gentilmente aceptaron responder las preguntas necesarias para la elaboración de este trabajo. Especialmente a Sabina Ojeda y a Vanessa Ortiz por sus aportes valiosos en la recolección de la información.

A los profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela por sus enseñanzas en el campo del periodismo.

Al profesor Miguel Ledhesma del Diplomado en Periodismo Turístico por los conocimientos brindados y por la toma de conciencia sobre la importancia de la cobertura de la fuente turística.

Bibliografía

Libros:

- 1.- Benavides, J. (2004). Escribir en prensa. Caracas: Pearson.
- 2.- Charnley, M. (1971). Periodismo informativo. Argentina: Troquel.
- 3.- Balestrini, M. (2001). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Caracas: BL Consultores Asociados.

Web:

- 1.- Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos, disponible en <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/>
- 2.- Colegio Nacional de Periodistas, disponible en <http://www.cnpven.org/>
- 3.- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, disponible en <http://www.unesco.org/new/es>
- 4.- Wikipedia, disponible en www.wikipedia.org
- 5.- Diccionario de la Real Academia Española, disponible en www.rae.es
- 6.- Clases de Periodismo, disponible en <http://www.clasesdeperiodismo.com/>
- 7.- Ética Segura: Red de Ética y Periodismo, disponible en <http://eticasegura.fnpi.org/>
- 8.- El Mundo (España), disponible en <http://www.elmundo.es/>

Importancia de la Historia para el Periodismo Turístico

El turismo como parte fundamental del atractivo de cada región, convergen dos intereses comunes como lo son: El turista y el turismo (sitio o lugar correspondiente). Aunque parece una definición absurda y bastante simple de escribir, pero al detenernos a analizar, comprendemos con toda la simpleza del caso que ambas, por decirlo de una forma "dependen" la una de la otra. Pero independientemente de sus costumbres, gastronomía, tradiciones o la fascinación de sus paisajes, tiene un encanto muy sutil y en la mayoría de los casos es ignorada, pasa completamente inadvertido como lo es el contexto histórico.

Sin darnos cuenta, cada paso que damos en este presente, esta empalmado con una huella...¡La del pasado!... aquella que sin saberlo, nuestros antecesores en su lento o rápido andar, nos abrieron una brecha para nuestro presente y futuro.

Postura frente al periodismo, el turismo y al periodismo turístico

Definición de los tres conceptos

1. Periodismo

Sin lugar a dudas, el periodismo es un oficio que tiene como único fin, la búsqueda y producción de noticias que

informen a una sociedad con un contexto inmediato. Para ello se concentran en diferentes cápsulas como son: Noticias, Crónicas, Reportajes, Entrevistas, Infografías.

En relación con nuestro tema, la investigación o estudio histórico tiende a ser más densa que la profesión periodística, ya que en este último caso se dependerá siempre del tipo de reportaje que se esté realizando. Dentro de este campo investigativo, muchos periodistas gastan más tiempo en la recolección de datos que un informe de una época determinada, encontrando factores como la cantidad de material que se encuentre, el fácil acceso a una información, ello sin contar con la disponibilidad de poder realizar entrevistas. De hecho muchos periodistas toman la historia que suele enseñarse en grados de secundaria, que aunque ofrece herramientas interesantes, el verdadero campo de acción esta en el sitio que se ha escogido para recrear nuestra nota, el sitio donde sucedieron los hechos.

El periodismo y la historia tienen un paralelo muy interesante, sobre todo para quienes gustan hurgar en el pasado para determinarlo en un presente con un

interés ilustrativo e informativo. Para ello existe una realidad innegable y es que el periodista debe tener buenos conocimientos históricos para poder comprender el mundo actual. Aunque es cierto, que pueda tener ciertas limitantes propias de una carrera universitaria diferente a la historia, pero dado el profesionalismo, esto no será impedimento para realizar una buena tarea de investigación y documentación pues se está capacitado para ello.

2. Turismo

El turismo es en estos momentos un fenómeno común para cientos de personas. Aparte de sus atractivos los cuales generan una actividad económica de la cual viven varias personas, no podemos dejar de lado, que dentro de ese mismo turismo lo está la historia, ya que se necesita saber y conocer lo que ha sucedido en el pasado. Dentro de esas motivaciones que mueven al turismo, considero como una curiosidad necesaria por conocer lo histórico de un lugar. El turismo y la historia se plantean como una relación directa, ambas tomadas de la mano, donde podamos mantener la conservación de nuestra riqueza cultural e histórica de un territorio.

Por otro lado, el turismo como una actividad que pone en valor dicho patrimonio, fomentando su rescate y las diferentes manifestaciones culturales. Los bienes históricos se convierten en poderosos atractivos turísticos, ampliando las rutas y circuitos turísticos de nuestro pasado.

3. Periodismo Turístico

El periodismo turístico tiene como bien común su interés y profundidad en la trascendencia de la información. Esta nueva rama del periodismo, muy acertada en su teoría, toma como punto de partida la investigación, tomando como base la búsqueda de datos, consecuencias, pistas, personajes y en el caso que corresponde, partiendo de historias o eventos que pudieron haber pasado desapercibidos en algún momento del pasado.

El periodismo cuenta con tres importantes medios: Radio, Prensa y Televisión y a su vez el internet, eso lo sabemos todos, como tampoco debemos desconocer que el turismo es una actividad económica bastante fructífera. Pero muy al contrario de lo que hemos citado anteriormente, la historia la hemos

dejado de lado, ese pasado que constituye en el presente una importancia digna y propia de conocer. No tiene ningún sentido el crear más hoteles, campos de diversión, piscinas, entre otros, para atraer más turistas, sino le damos a conocer nuestro pasado, expuesto de manera atractiva para nuestros visitantes.

La importancia de la historia para el periodismo turístico, es un dato de información muy valioso y a su vez necesario. Aparte de rescatar ese pasado un tanto perdido, nos permite además de informar teniendo en cuenta el contexto y pudiendo encontrar problemas similares en el pasado y en el origen de algunos de los acontecimientos, generaremos una sensación de sentido de pertenencia entre sus habitantes.

Reportaje:

El frío no es extraño en este sitio, aquí predominan vientos helados aunque el sol esté en su total plenitud. El Campo de Boyacá o mejor conocido como el Puente de Boyacá, monumento declarado Patrimonio Cultural de la Nación... ¡Con frío y todo!... Para comprender lo que representa este lugar, es obligatorio

retroceder en la historia... "Ese sábado 7 de agosto de 1819 nunca se imagino el suceso tan importante que desataría la Batalla de Boyacá. Simón Bolívar al mando del Ejército Libertador, al frente, el Ejército Realista, su Comandante General era el coronel José María Barreiro; el Jefe del Estado Mayor. Cada uno tenía un objetivo diferente: El Ejército Realista tenía como misión tomarse Santa Fe de Bogotá y el Libertador deseaba impedir a toda costa esta maniobra"...

¡Que curioso y a la vez irónico!... mientras en nuestras manos tenemos una bebida caliente (agua de panela, para ser más exactos) para amortizar el frío, desde lo alto contemplamos plácidamente y cómodos, lo tranquilo y grato de este lugar. Su hermoso paisaje rodeado de montañas, testigas mudas de lo sucedido y en el medio el paso leve de su río "Teatinos", bajo su pequeña estructura arquitectónica, irradia solo un resplandor de armonía y contraste con la naturaleza... ¡Allá abajo!... fue en aquella época, el escenario de una de las más importantes batallas de Colombia, en pocas palabras, un verdadero campo de guerra.

El Puente de Boyacá está situado sobre los Andes colombianos y a un costado de la carretera o vía Panamericana entre Bogotá y Tunja. Atractivo turístico por excelencia de nuestro país, donde la historia converge con el turismo en su inmenso campo conformado por monumentos erigidos en sus alrededores para conmemorar la histórica victoria. Su pequeño puente, cuya construcción fue a principios del siglo XVIII, se puede observar en la parte más baja del campo.

En la candidez de su entorno quedará por siempre una cita histórica..."...Hacia las 2 de la tarde se dio inicio al combate y la batalla terminó a las 4 de la tarde. Murieron más de 100 realistas, 13 soldados patriotas y 53 resultaron heridos...."

Opinión

Uno de los tantos atractivos turísticos de nuestro país, como lo es el Puente de Boyacá solo por citar uno, deja claro que su fundamento principal esta basado en la historia. El turismo en su contexto general, visualiza más lo comercial que un pasado con sus atractivos puesto ante nuestros ojos.

La importancia de la historia para el periodismo turístico no puede quedar plasmada sólo en un monumento y llegar a constituirse solamente como una leyenda que va de generación en generación, que con el transcurrir de los años, esta "explicación" se va distorsionando, tal vez, cuando el emisor de turno, adorna con más lo relatado, o por el mal entendimiento de un receptor y en el peor de los casos, cada uno cuenta su propia versión, ajustándola injustamente a la realidad de un sueño o fantasía.

El periodismo turístico con las herramientas proporcionadas por ese pasado y tomando como instrumento ético la veracidad de lo sucedido, profundiza aún más en esa búsqueda de datos, consecuencias, pistas, testimonios, fundamentos necesarios de una realidad que ha quedado en un olvido y por ende, en una mala información, que solo genera una confusión en el interesado turista.

El turismo, la historia y el periodismo turístico siempre irán tomados de la mano. Cada uno aporta al otro la naturalidad y realidad de su presencia, como se diría cotidianamente en

cualquier charla informal..."Cada uno tiene...lo que el otro necesita".

Entrevista

Demar Córdoba.

Locutor y Periodista de Radio Red, RCN Radio

Demar... ¿Qué significado le da usted a la importancia de la historia para el periodismo turístico?

"Armando, cada rincón de nuestra patria esta lleno de historia, como este caso que tu expones y solo por citar uno como referente, La Batalla de Boyacá, donde será recordada como el sello de la independencia de Colombia.

Aquí, no solo la historia es recordada, sino el sitio donde se desarrollo el hecho. La importancia que la historia agrega al periodismo turístico es de vital importancia, pues allí se profundizará más sobre el tema, no solo con el que tenemos en mención, sino con miles de datos históricos perdidos o refundidos y aquí es donde el periodismo turístico nos mostrará la perspicacia, el resultado profundo de una sabia información, basada naturalmente con el periodismo

turístico tomando lo que esta hecho...la historia."

Cifras oficiales.

- El Ejército Liberador, estuvo conformado por 2.850 combatientes.
- El Ejército Realista estaba conformado por 2.670 combatientes.
- 100 realistas muertos. 150 quedaron heridos.
- 13 soldados patriotas muertos. 53 resultaron heridos.
- Barreiro, junto a los principales Jefes Realistas y 1.600 soldados, fueron hechos prisioneros.

Fuentes:

- Batalla de Boyacá, 1819; Bogotá: Imprenta del Estado.
- Libros raros y manuscritos Biblioteca Luis Ángel Arango; Colombia; Dominio público.
- Documento argumentativo sobre la Batalla de Boyacá. Mario Llerena.
- Texto argumentativo de la Batalla de Boyacá. Natalia.

Investigación

En otra verdadera “batalla” pero de este siglo, se ha convertido el tira y encoge, por la construcción de la variante del Puente de Boyacá. El proyecto de la doble calzada entre Briceño, Tunja y Sogamoso, que lleva varios años en construcción, finalmente será un sueño frustrado para los habitantes de la Ciudad del Sol y del Acero, un dolor de cabeza para muchos lugareños de Paipa y el motivo de una aguda controversia para los residentes y transeúntes de las zonas cercanas al histórico Puente de Boyacá.

La polémica desatada radica en que ha tan solo veinte metros del Obelisco de la Libertad y la Casa de la Teja, lugar donde estuvo prisionero el coronel español José María Barreiro y parte del complejo histórico, se abrirá la nueva carretera que quedaría a setenta metros de la vía actual, que también en su momento, se considera una profanación.

Respuestas a favor:

a) Rodolfo Castiblanco, coordinador del proyecto por parte del Instituto Nacional de Concesiones (Inco), indica que la vía pasaría por el Puente de Boyacá y funcionaría como carril sentido norte-sur

de la doble calzada Tunja Bogotá y que la actual vía tendría el sentido contrario.

b) El Ingeniero de la obra Alfredo Salamanca señala que la doble calzada es un gran proyecto para la región...”Nuestra intención no es atentar contra el patrimonio de la nación”...indicó.

c) Algunos representantes del Ministerio de Turismo e historiadores, aseguran que la construcción de la doble calzada en el Puente de Boyacá, es necesaria para la protección del Monumento.

Respuestas contrarias:

a) El Gobernador de Boyacá, Jorge Eduardo Londoño, califica de absurda la iniciativa, indicando de forma radical...”Pretender que la doble calzada pase por el Puente, sería tanto como que pasen una calle por el Coliseo Romano”...

b) El historiador y presidente de la Sociedad Bolivariana, Eduardo Malagón Bravo señaló con cierta ironía...”El campus sagrado del Puente de Boyacá...donde se libró la batalla más importante que selló la libertad de Colombia...hoy ya no es un recinto para venerar esa gloria de nuestro pasado

glorioso...sino se convirtió...en pedestales para exhibición de ingeniería en todos los tiempos...estamos elaborando un documento...contundente...donde expresamos...porque se están burlando de la historia de la patria”...

c) Cerca de veintiséis familias que tenían sus predios en inmediaciones del puente, fueron, según ellos, obligados a vender sus viviendas y lotes en un total de seis kilómetros para la construcción de la variante. Aseguran que hasta el momento nadie les responde por la millonaria deuda y lo más grave es que sus tierras tienen medidas cautelares.

El realizar esta crónica, sustentados en hechos reales acaecidos varios años atrás y llevándola con un criterio y una técnica narrativa propia, es gracias a lo aprendido a lo largo de este Diplomado, quien me ha llevado de una forma útil y necesaria a la vez, a realizar un sueño más profesional, como lo es el de escribir.

Considero en mi libre opinión, que cualquier biblioteca del mundo tenga este material, ya que son temas importantes y que dejaron huella en la historia, en este caso como lo fue La Batalla de Boyacá. Además de lo anterior, el lector al querer

expandir su consulta sobre el tema, también lo puede encontrar en sitios edn.

Análisis cuantitativo de medios de comunicación

Medio Radial:

Cundinamarca Estéreo 96.4 FM Colombia.

Origina en Madrid departamento de Cundinamarca y en sus cinco años en el medio Radial, ha generado buenos resultados de sintonía con la variedad de programación que tiene.

Siendo una Estación de Interés Público, centra mayor la atención en su audiencia con temas relacionados por su país. Su cobertura cubre gran parte del departamento de Cundinamarca y llega a la Capital de la República, Bogotá.

Relevancia

Siendo un tema basado en el buen juicio de la palabra, dado que es un hecho muy importante en la historia de Colombia, nuestras fuentes para desarrollar en “La importancia de la historia para el periodismo turístico” serán de tres formas.

1- Consultando a personalidades en campo de la materia, Historiadores y profesores.

2- Personas relacionadas en el campo del turismo y periodismo.

3- Textos, ensayos, manuscritos que tengan relatos verídicos acerca de lo sucedido en “La Batalla de Boyacá”.

El tema aparte de ser de gran interés, tendrá como datos curiosos las anécdotas vividas.

Alcance

El proyecto tendrá un enfoque con varias perspectivas en el modo de tratar, ya que se estudiarán varias fuentes donde ingresen puntos de vista a favor y en contra del tema. Esto ayudará a tener un balance entre diversos datos y opiniones. Tendremos que tener presente, existen personas conocedoras del tema sin ser profesionales en la materia.

Autoridad - Credibilidad

Para determinar la autoridad y credibilidad de la fuente del tema a tratar, tomaremos en consideración varios aspectos. Al comparar un documento de una base de datos versus un documento que aparece en la Internet, se puede inferir que los documentos contenidos en las bases de

datos incluye elementos esenciales tales como: nombre del autor, el título de la publicación, la fecha de publicación y más. Por otro lado, en la Internet muchas veces los documentos no presentan estos datos esenciales. En cambio, los documentos que aparecen en las bases de datos, pasan por un proceso de revisión ya que está en juego la reputación de la empresa, mientras que los documentos publicados en la Internet no tienen ningún mecanismo de control de calidad y cualquier persona puede publicar en este medio sin tener experiencia o peritaje en el tema.

Actualidad

Para determinar la actualidad del tema, tomaremos en consideración la fecha de publicación del documento. Hay tres escenarios principales al momento de buscar información que son: información actualizada (al día), información de los últimos tres (3) años e información publicada que excede los últimos tres años (en algunos casos históricos). La excepción son los temas de historia y literatura, donde las fechas de publicación no es un factor relevante. Es importante recordar que la publicación de un libro puede tomar años, el publicar un artículo en una revista puede tomar

meses y que la información contenida en estas fuentes será más antigua que la fecha de publicación.

Objetividad

La objetividad se define como la verdad basada en datos comprobables sin tomar en consideración las reacciones que esto provoque en otros. (Aceptación o no aceptación de la información). Si partimos de la premisa que la información nunca es totalmente objetiva, entonces debemos prestar mucha atención a este criterio. Existen varios factores que impiden que la información pueda ser objetiva y estos son: las necesidades, la forma en que perciben los hechos, los valores e intereses de los autores. Otros factores son el contexto social que refleja las actitudes y valores de la época en que se escribe el documento. Para cumplir con este criterio debes evaluar y cuestionar los diferentes puntos de vista sobre un tema, la verdad y la exactitud de la información.

Exactitud

La exactitud se mide a base de información correcta y exacta. Usualmente se recomienda que para validar la exactitud se compare la información con otra ya investigada y

verificar los datos en fuentes impresas. Es importante considerar que la información no actualizada tiende a no ser exacta. Por otro lado, las páginas electrónicas que pertenecen a una organización son estables y que las páginas electrónicas que pertenecen a un individuo se consideran inestables, en cuyo caso es mejor no utilizarla.

El tema a tratar respetara los hechos, concretando y basándose en lo sucedido, con sus correspondientes causas y consecuencias. Cada uno de los textos citados y expuestos, tendrán la obligación de mencionar el nombre del libro, autores y fecha de su publicación.

Medio de comunicación

La conducción y desarrollo del programa se realizará de una forma informal, siempre respetando al oyente, en donde cada uno de los entrevistados se integren en un diálogo, una charla, sin que parezca un interrogatorio. Esto le dará al programa radial una confianza entre sus conductores y al oyente una valiosa información. Estos aspectos, antes mencionados, son importantes a la hora de la realización del programa, ya que sin la veracidad y el desenvolvimiento propio

y ágil en el tema, se perderá interés en los oyentes. Vale la pena añadir que varios de los oyentes son conocedores del tema sin ser profesionales en la materia.

Medio: Cundinamarca Estéreo 96.4 FM

Clasificación: Estación Radial de Interés Público.

Web:

<https://cundinamarcastereo.com.co>

Objeto de creación

Antecedentes Directos

Teóricos: Este concepto nos ayudará a comprender el tema en mención como lo es: "La importancia de la historia para el periodismo turístico". Mediante teorías o conclusiones elaboradas por especialistas en el tema; historiadores, periodistas, personas integradas al turismo, o a su vez con publicaciones relacionadas al tema, "La Batalla de Boyacá". Estas teorías o ideas sobre el tema en particular ayudarán a profundizar sobre el tema a desarrollar, donde los conceptos establecidos faciliten la asimilación y comprensión del mismo, como a su vez, determinar conclusiones al comparar la teoría con la realidad observada.

Antecedentes Indirectos

De Campo: La realización de un trabajo de investigación con personas del común como son: Empresarios, vendedores ambulantes, amas de hogar, conductores del servicio público, propietarios de negocios entre otros, donde la pregunta para ellos sea nuestro tema a tratar. La opinión de estas personas, algunas de ellas desconocedores del tema, será de gran relevancia para el programa, ya que su participación pueda no ser dando un aporte para el programa, pero si un cuestionamiento directo e interesante para los realizadores.

a) Plan de trabajo: Organizar minuciosamente el orden de cada idea y delegar tareas a las personas comprometidas con el mismo.

b) Investigación: Por lo interesante y extenso del tema, el plazo de la investigación será de tres meses. Término en el cual se deberá tener la conclusión del tema.

c) Finalización: Finalizado el término de los tres meses, se debe tener:

- Importancia y justificación del estudio.
- Elementos teóricos que fundamenten la investigación.

- Esquema tentativo o plan de trabajo.
- Cronograma.
- Referencias bibliográficas.

d) Publicación: Redes Sociales y otros mecanismos para su divulgación tales como:

- Twitter.
- Facebook.
- Web Estación Radial.
- Anuncios durante la realización diaria de la programación habitual de la Estación Radial.
- Prensa.

e) Puesta en funcionamiento:

Expuestos y analizados todos los argumentos anteriores correspondiente al tema central como lo es la importancia de la historia para el periodismo turístico, se fijará la fecha para su difusión en el medio radial ya establecido.

Realización: El programa radial “Pasado en Presente”, se realizará en un horario que abarca a una gran audiencia Sábado 11 de abril de 2015, de 8:00 a.m. a 10:00 a.m. teniendo como tema central “La importancia de la historia para el periodismo turístico”.

Conductores: Antonio Núñez Varón con Licencia de locutor No 4677, expedida

por Mincomunicaciones y Armando Pedraza Arévalo con Licencia de locutor No 6091, expedida por Mincomunicaciones.

Invitados: Jaime Jaramillo Uribe, Profesor e Historiador. Mario Llerena. Autor del libro, Documento argumentativo sobre la Batalla de Boyacá y Representantes del turismo en Colombia.

Objetivo General: La importancia de la historia para el periodismo turístico.

Objetivos Específicos: Dar a conocer la importancia de la historia para el periodismo turístico. (Hechos, consecuencias, causas, entre otros.), tomando como eje principal “La Batalla de Boyacá”, hecho sucedido el 7 de agosto 1.819 en Colombia.

Visión: El tema central del programa radial “Pasado en Presente” alcanzará un rating alto, con su tema central, convirtiéndose en un medio útil que generará interés y expectativa.

Misión: Sensibilizar a la comunidad nacional y extranjera a conocer y palpar nuestra propia identidad cultural, con

respecto al valor y aprecio por nuestro País.

Público Objetivo: Nuestro público es joven y adulto, hombres y mujeres desde los 20 hasta los 75 años

aproximadamente. No ha generado problema alguno con los objetivos generales del Diplomado.

Apartados obligatorios para todas las modalidades:

Sujetos:

¿Cuál cree usted que es la importancia de la historia para el periodismo turístico?

- **Profesionales del turismo**

Sandra Riaño. Directora del Fondo de Promoción Turística de Colombia

"El periodismo turístico tendrá un argumento más para identificar nuestro país. Estos hechos tan significativos para nuestro país, tendrán una puerta abierta para su recordación vistas desde el campo ético y profesional del periodismo turístico. Así de esta forma, tendremos otro aliado para que nuestro país se conozca más ante el mundo."

Claudia Rodríguez. Asistente de Dirección, Fondo de Promoción Turística de Colombia.

"La historia es y será un tema de gran interés, ahora para el periodismo turístico será de vital importancia pues ahondará más en nuestras raíces. Cada sitio de nuestro país está enmarcado en patrimonio que se ha constituido en cultural, ahora, para el periodismo turístico será no solo un gran atractivo el de investigar, como el de poderlo plasmar en un informe serio"

Camilo Gómez. Director de Mantaraya Travel, Viajes a la medida

"Una pregunta que nunca me había hecho. La historia tiene varios temas para desarrollar tomados de la mano del periodismo turístico. La historia como tal esta olvidada y es de vital importancia para el desarrollo del turismo en nuestro país... ¡Que de eso si que tiene!, cada municipio, ciudad, esta lleno de historia y vale la pena recordarla, para que el turista vea lo maravilloso de Colombia, lo positivo, lo constructivo, ya que solo dan a conocer informaciones negativas de nuestro país. El periodismo turístico rescatara esto con profesionalismo y mostrará un país hermoso"

Yolanda Riaño. Directora de Consejo Profesional de Guías de Turismo

"El periodismo turístico, por lo menos en nuestro país es una profesión más bien nueva y enfocando hacia la importancia que le daría la historia considero que sería de gran ayuda para ambas ramas. Una sería el apoyo de la otra, aunque la historia sería de gran factura para la tarea a desempeñar dentro del periodismo turístico"

José Ramón Peña Agudelo. Agencia Profesionales del Turismo

"Es un tema interesante aunque de mucho cuidado. Podemos estancar al periodismo turístico en la historia y no en su fundamento principal, como lo es el de proporcionar herramientas encaminadas al desarrollo de nuestro turismo"

● **Ciudadanos**

Juan Carlos Ospina. Director de Sistemas y personal, empresas Ricoh, Canon

"Sin ser muy conocedor del tema, creo que el periodismo turístico tendrá un argumento interesante para su mayor desarrollo con la integración de la historia para sus intereses. En mi caso, lo que conozco de mi región es por información obtenida por mis padres y abuelos, pero nunca de una entidad propia del tema. Ojala la idea se condense y sea el periodismo turístico quien tome la importancia de la historia para bien de nacionales y extranjeros"

Blanca Cecilia Cuellar. División de Abastecimientos, Armada Nacional, Colombia

" En esta fuerza la historia marca un precedente ahora, determinando la historia para el periodismo turístico, lo veo como algo de interés, en especial porque el periodismo turístico le podrá dar la importancia necesaria para los jóvenes, que andan en otras cosas, sin prestarle atención a nuestro pasado. El periodismo turístico necesita de la historia para sus buenos propósitos"

Delsy Viviana Ramos Sallas. Ejecutiva de Publicidad

"La historia siempre me ha encantado y a la pregunta respondería que el tema es bastante interesante. Los aportes que la historia le puede dar al periodismo turístico serán de gran utilidad, dado el profesionalismo de esta nueva rama o quizás diría yo, un tanto desconocida. Aquí se podrá sacar provecho de datos, informes entre otros, que han quedado en el olvido y sobre todo rescatar y enaltecer nuestro patrimonio que en esto sí que es rico.

Gonzalo Jiménez. Docente de Publicidad. Universidad Central

"Siempre he creído que la historia ya no se toca, pero para el tema que corresponde es de gran importancia, dado el profesionalismo y ética que el periodismo turístico le puede dar, aprovechando un sin fin de información que la historia le puede suministrar"

Mirtha Ivete Bahamón Olmos. Secretaria General, Pezeta Publicidad "Si desde un comienzo se le hubiese dado importancia a la historia el mundo sería tal vez mejor, no repetir lo sucedido, esa sería la enseñanza. La historia le puede aportar datos interesantes al periodismo turístico y esta sería una manera de poder apreciar más nuestro pasado. Cada zona en cualquier parte que nos encontremos esta, esta llena de recuerdos, los cuales los pasamos por alto debido al no saber las cosas y no tener quien nos comparta esas enseñanzas. El periodismo turístico será quien nos guíe y aproxime a los hechos sucedidos en el pasado con la meta de apreciar más lo nuestro.

- **Gobierno**

Cecilia Álvarez Correa. Ministra de Comercio, Industria y Turismo

" Vaya...que pregunta tan interesante...los aportes de la historia para el periodismo turístico...son enormes como...datos...sucesos...temas que han quedado en el olvido y que vale la pena el recordarlos...ya que son parte fundamental de nuestra cultura y que estamos en la tarea de rescatarlos. Con el periodismo turístico, se le dará la importancia relevante que lo amerita...y el interés cautivador de su enseñanza..."

Santiago Rojas Arroyo. Viceministro de Comercio Exterior

"...Si...es necesario ahondar más en lo que nos corresponde. El material condensado en escritos, museos, municipios, donde se concentra nuestra historia, dará al periodismo turístico un enfoque más serio y una herramienta de interés, que manejada con un valor ético, será el inicio para divulgar sucesos del pasado..."

Mariana Garcés. Ministra de Cultura

"El tema más que interesante me parece de un gran valor cultural. No olvidemos que el periodismo en su contexto general a quedado un poco estancado y con esta rama del periodismo turístico, la historia le aportará cualquier cantidad de información, acreditando esta profesión en más dinámica, informativa y sobre todo de rescatar información valiosa para nuestras nuevas generaciones"

- **Empresarios**

Gustavo Alfonso Díaz. Gerente General, Industrias Plásticas GR Ltda.

"Acostumbro a viajar mucho por nuestro país por negocios y veo en las partes que voy numerosas casas antiguas con placas, iglesias con arquitectura antiguas, pero no e visto a alguien que lo ubique a uno en un dato. Me parece que el periodismo turístico, investigando y consultando estos datos de interés, tomará como interés obligado todo lo que la historia le pueda aportar, que me parece es bastante lo acumulado y desconocido, inclusive, para los que vivimos en nuestro país"

Carlos Ardila Lulle. Fundador y promotor de la Organización Ardila Lülle. Dueño de RCN Radio, RCN Televisión y Postobón

"Siempre me he inclinado por lo nuestro. Colombia tiene además de paisajes, climas, gastronomía, entre otros, un valuarte enorme en la historia, que trabajada y estudiada con fundamentos, le dará al periodismo turístico todas las herramientas posibles para detallar cada parte de nuestro país. Muchas cosas que están a la vista de todos pero que ignoramos por negligencia propia de los organismos encargados de promover el turismo. La historia está siempre lista y para el periodismo turístico le será de gran utilidad "

Ricardo Alarcón Gaviria. Gerente General de Caracol Radio, empresa que forma parte del Grupo PRISA de España

"...Ojala se plasme esto como una realidad. La historia tiene todo el material disponible para colocarlo a la orden del periodismo turístico. Dentro de este orden de ideas, el periodismo turístico le dará el enfoque que merece y lo llevara no solo a divulgar eventos, ferias, fiestas, que es lo que más se promueve, sino que le dará ese espacio necesario a nuestra historia y saber donde estamos pisando, porque aunque no se crea, muchos de nosotros ignoramos hasta la fundación de una ciudad y hasta quien la fundó. Ojala se plasme como una realidad y créame, Caracol Radio estará en la disposición de abrir una ventana a un espacio como estos..."

● **Periodistas/Comunicadores**

José Vicente Marroquín. Fundador y Director del diario El Visionario

"Durante la investigación que realizo para mi diario, recorro diferentes municipios de nuestro departamento Cundinamarca y veo día a día la historia registrada ante mis ojos pero desconocida hasta por sus propios habitantes. ¿Será ignorancia de nuestros habitantes?... ¿Negligencia de los responsables de informar?, no sabría uno que decir, pero la historia esta en cada rincón de nuestro país y es una base fundamental, para que el periodismo turístico tome como bandera el resaltar nuestras raíces, ¡En mejor organización no podría estar!"

Luciano Beltrán Zamudio. Periodista y Director de Cundinamarca Estéreo 96.4 FM

"Para orgullo nuestro, tenemos en nuestra programación el programa Destino Colombia que hace alarde de lo que usted me está preguntando. Oímos el gusto de la gente al saber la historia de sus municipios, el interés de sus alcaldes por saber cuando será el turno para su municipio. Considero, que en Cundinamarca Estéreo 96.4 FM dimos el primer paso, en fomentar la importancia de la historia para el periodismo turístico. Ojala las demás Estaciones Radiales imitaran este formato ya que ha generado un gran interés en la radio"

Sergio David González U. Cadena Radial Melodía 730 AM

"Hace algún tiempo, quise realizar un programa muy similar, pero la falta de apoyo de organismos estatales responsables en divulgar la cultura e historia me desanimó. Este tema me llama la atención, ya que es una forma diferente, ¡La importancia de la historia para el periodismo turístico! Aquí, el periodismo turístico tendrá una facilidad en tratar y divulgar el tema, pues toda esta a la mano, solo falta tomar esa iniciativa y llevarla hasta el final. Colombia tiene en cada alrededor innumerables datos históricos que hasta en una piedra están, pero nadie nos lo indica, siempre por los intereses personales o querer figurar en eventos, que en la mayoría de los casos solo conlleva al licor y nada de cultura"

- **Turistas**

Jackeline Taborda. Nacionalidad, México

"Anualmente acostumbro a venir a Colombia, es un país de gente buena, pero veo con extrañeza en algunos de sus habitantes el desconocimiento de sus raíces. Ante la pregunta que usted me hace, sobre la importancia de la historia para el periodismo turístico, le respondería que su país tiene una historia extraordinaria que muy pocos conocen y anexado al periodismo turístico, sería una forma útil para nosotros los extranjeros conocer más de su pasado histórico"

José Alberto Alvarez. Nacionalidad, España

"El periodismo turístico es un área aprovechable para el turista extranjero. Ahora, si bien la historia le brinda un material necesario para un mayor desenvolvimiento, creo que la oportunidad toca aprovecharla, dada la magnitud del tema. El periodista turístico no sólo se ocupará de quejas o eventos, ya que poseerá un carácter más autónomo al mostrar la historia para nuestro atractivo, ya que no solo venimos a su país con la idea de disfrutar, sino la de conocer su historia que en algo nos une"

Mercedes Yolanda González. Nacionalidad, Venezuela

"Colombia y Venezuela siempre han estado unidos por su historia. Al periodismo turístico su historia y también la nuestra, será un gran aporte a la cultura, ya que varias personas, tanto colombianas como venezolanas, desconocemos como la historia nos une y a la vez nos ha convertido en hermanas repúblicas. El aporte profesional del periodismo turístico, unido con la historia, será un bumerang de hechos, datos, todos reales y dictados con profesionalismo"

Diana Agudelo. Nacionalidad, Guatemala

"Centroamérica y Sudamérica siempre se han diferenciado del resto del mundo por su historia llena de triunfos y derrotas. La historia es un elemento no solo interesante, sino importante y al periodismo turístico su argumento le será de tarea diaria dada la cantidad de hechos, sucesos, que la han hecho grande. Al periodismo turístico no se le ha dado el lugar que le corresponde, ya que siempre priman intereses que le desvían del camino correcto"

Sara Cruz. Nacionalidad, Panamá

"Nuestro vínculo con Colombia siempre ha sido el Canal de Panamá, que primero fue de Colombia...luego de Panamá...pero la historia verdadera ¿Cuál es?...por lo menos yo la desconozco. Si el periodismo turístico

asumiera la historia como base en su profesión, nos daría una exactitud no sólo histórica, ya que también tomando lo anteriormente dicho, será una fuente inagotable de información, sobre uno de los pocos atractivos que existen en el mundo y del cual Colombia y Panamá forman parte de ello con su historia.

Contexto

- **Recuadro contexto legal**

Importancia de la Historia para el Periodismo Turístico

- 1.** La historia tiene hechos trascendentales, que al ser tomados por el periodismo turístico ahondaran más en el tema, dada la ética profesional para contar una verdad.
- 2.** El periodismo turístico mantendrá un equilibrio en cada dato investigado, conservando siempre la veracidad de los sucesos.
- 3.** Una de las acciones muy interesantes dentro de la actividad del periodismo turístico lo será la investigación detallada. El poder descubrir datos o eventos que pudieron quedar en el olvido, o en el mejor de los casos, pasaron desapercibidos, aquí, serán fuente de precisión y de vital importancia el poder rescatarlos.
- 4.** La pasión por un tema, debe ser manejado con un criterio de imparcialidad. Aparte de un documento existente, la verificación del mismo será relevante dentro del campo investigativo.

- **Recuadro Contexto Ético**

1. Verdad y Precisión: Los periodistas no siempre podemos garantizar la “verdad”, pero obtener los hechos con exactitud es un principio cardinal del periodismo.

2. Independencia: Los periodistas debemos ser las voces independientes, no debemos actuar, formal o informalmente, en nombre de intereses específicos, ya sean políticos, empresariales o culturales.

3. Imparcialidad: La mayoría de las historias tienen al menos dos lados. Si bien no hay obligación de presentar todos los puntos de vista en cada pieza periodística, las historias deben ser equilibradas y presentadas con contexto.

4. Responsabilidad: Una señal segura de profesionalismo y periodismo responsable es la capacidad de asumir nuestra responsabilidad. Cuando cometemos errores, debemos corregirlos y nuestras disculpas deben ser sinceras, no cónicas. Los periodistas no debemos dañar a nadie con nuestros comentarios o imágenes.

Tema.	La importancia de la historia para el periodismo turístico.
Formato.	Historia. “La Batalla de Boyacá”.
Género Periodístico..	Crónica.
Conductores del Programa.	Antonio Núñez Varón. Armando Pedraza Arévalo.

Invitados.	- Jaime Jaramillo Uribe. Historiador. - Diana Uribe Forero. Periodista colombiana que se ha especializado en los programas de divulgación histórica. - Cecilia Álvarez Correa. Ministra de Comercio, Industria y Turismo. - José Vicente Marroquín. Periodista, además fundador y director del diario El Visionario.
Medio.	Cundinamarca Estéreo 96.4 FM Sábado 11 de abril de 2015 Hora: 8:00 a.m. a 10:00 a.m.

No existe referencia alguna sobre el tema, salvo documentos o narraciones que hablan de lo mismo, el hecho histórico de 1.819. Se hace referencia al tema solo el 7 de agosto, donde se hace celebración pues es el día del ejército nacional.

Dedicatoria

A mi Señora madre, Ana Beatriz Arévalo Pescador. A ella le debo el interés de saber más del pasado en especial de Bogotá. Cada una de sus charlas, que todavía a sus 93 años me relata con una memoria e imaginación fascinante, son una enseñanza y ánimo para continuar con este tema.

Agradecimientos

A mi instructor en este Diplomado de Periodismo Turístico. Gracias Miguel Ángel, logre no solo un objetivo en este campo, como fue aprender más de este bello arte como lo es el turismo, sino seguir en ese camino de ética aprendido en este Diplomado, Gracias.

Email del autor:

armandomingoadomingo@gmail.com

Google + del autor:

LinkedIn del autor:

co.linkedin.com/pub/armando-pedrza-arévalo

Anexos



Bibliografía:

- Llerena, Mario. Autor del libro, Documento argumentativo sobre la Batalla de Boyacá.
- Biblioteca Luis Ángel Arango; Colombia; Dominio público.
- Natalia. Autora del Texto argumentativo de la Batalla de Boyacá.
- Imprenta del Estado. Batalla de Boyacá 1819, Bogotá.

Notas

- La cita histórica no la tome de otra persona, es basada en estudio y tomando algunas fuentes.
- Como dato curioso, ninguno de los entrevistados me permitió una foto.

La Importancia de Internet para la Difusión del Periodismo Turístico

La "Gazeta de Buenos Ayres", el primer diario independentista fundado el 7 de Junio de 1810 por Mariano Moreno, fue el motivo para establecer en el año 1938 en el Primer Congreso Nacional de Periodistas celebrado en Córdoba, el Día del Periodista en nuestro país.

"El periodismo es una actividad dedicada a la búsqueda, jerarquización y publicación, regular y masiva, de información veraz que está relacionada con la actualidad. Esa información tiene siempre un precio e implica la labor de un periodista que busca informar y entretener, así como también interpretar o denunciar la realidad, para contribuir al conocimiento que las sociedades tienen sobre el entorno y sobre la vida en democracia." Miguel A. Ledhesma.

El Día Mundial del Turismo se celebra cada año el 27 de septiembre. Su propósito es divulgar y sensibilizar acerca del valor social, cultural, político y económico del turismo.

La definición tradicional es la otorgada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual dice: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de

tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Personalmente considero que esta definición en la actualidad de queda incompleta, por lo que podríamos definirlo como: todas aquellas actividades que realizan las personas y que comienzan con la planificación, el viaje o su permanencia en un lugar distinto al de residencia. Además incluye otros actores, como gobiernos, empresas, poblaciones, y profesionales.

Finalmente la relación entre ambas actividades da lugar al periodismo turístico. El periodismo turístico es aquella forma de periodismo que se especializa en todas las formas de turismo, comprende toda aquella información que hace al turismo, los impactos positivos y negativos del mismo, las relaciones que se establecen con el turismo y todos sus actores.

Esta definición se ha abierto paso luego de un cambio de paradigma, en el cual se creía que el periodismo turístico era dar a conocer lugares o promocionar destinos turísticos. Hoy sabemos que eso es trabajo del marketing o de la publicidad.

En cuanto al crecimiento y desarrollo de internet y sus herramientas, este se

incorporado en la historia de ambas profesiones. Tanto el periodismo como el turismo se han visto beneficiados por esta tecnología. Por lo que considero de importancia analizar cómo esta herramienta ha beneficiado y ayudará en la expansión de esta temática que es el periodismo turístico.

La importancia de internet para la difusión del periodismo turístico

A 40 años de la creación de esta tecnología que revolucionó el mundo, ya ha alcanzado los 2,4 billones de usuarios. Es interesante conocer algunos puntos claves de su evolución, a continuación serán enunciados:

- ➔ La primera conexión se realizó entre ordenadores de Standford y UCLA en el año 1969.
- ➔ Dos años después se envió el primer e-mail.
- ➔ En el año 1991 Tim Berners Lee crea la primera página web.
- ➔ En el año 1998 (año muy importante para la internet) se crea Google y el número de usuarios llega al millón.

- ➔ Entre los años 2003 y 2005 aparecen innovaciones como MySpace, Skype, Facebook, Twitter y Youtube
- ➔ 2012 internet alcanza los 2,4 mil millones de internautas.

En Latinoamérica la adaptación a esta tecnología fue rápida y el periodismo debió adecuarse a la misma.

Internet permite realizar distintas actividades de forma gratuita, lo que ha permitido la reducción de costos de producción de los medios, además, tanto periodistas como ciudadanos pueden divulgar información y dominar un panorama antes encabezado por periodistas tradicionales.

Las nuevas formas de desarrollarse en este medio se caracteriza por:

- Utilizar las redes sociales, entendiendo que no se trata de atraer audiencia a los sitios, sino que hay que ir a buscarla.
- En a través de internet los medios optan por crear comunidades en torno a temas que les interesan y no audiencias masivas.
- Los periodistas en los medios de internet generalmente realizan redacciones

ligeras, pequeñas que cambian rápidamente y son flexibles, a diferencia de los grandes medios.

Un problema que aparece con esta tecnología, son aquellos relacionados a la ética en la red, como la citación de las fuentes, el uso de materiales con derechos de autor, el correcto enlazamiento a otros medios, los problemas de violación de la intimidad, así como todas las prácticas incorrectas que surgen en el afán de conseguir clics, como colgar primicias no corroboradas o publicar información engañosa (información comercial como si fuera periodística o titulares que no corresponden al contenido).

Una cuestión importante del turismo es que este no solo implica viajes, por lo tanto, es importante no confundir el periodismo turístico con el periodismo de viajes, el cual, goza de una larga tradición, dando a conocer lugares e infraestructuras turísticas, donde su origen comienza con las guías turísticas y libros de viajes donde se relatan crónicas de viajes y descubrimientos realizados en edades antiguas. Esta modalidad dentro del periodismo turístico, en la actualidad puede encontrarse como columnas en

diarios, radio y televisión. Sin embargo, su expresión es distinta en los medios radiales y escritos que en la televisión.

El periodismo turístico como lo definí anteriormente es aquella forma de periodismo que se especializa en todas las formas de turismo, comprende toda aquella información que hace al turismo, los impactos positivos y negativos del mismo, las relaciones que se establecen con el turismo y todos sus actores.

Ahora al momento de determinar cómo influye la evolución de internet en esta especialidad de turismo, podemos decir que permitió dar una mayor difusión a la especialidad. Por una parte se logró un mayor conocimiento del periodismo turístico, pero en forma general este se entendió con un concepto erróneo donde se concebía el mismo como información comercial o publicidad escondida en una noticia.

La divulgación de este tipo de periodismo y su nueva utilización permitió darse a conocer a la sociedad en general, además, la mayor utilización errónea del mismo hizo que los profesionales relacionados comenzarán a generar

conciencia sobre el mal uso que se hace del mismo.

Es así, que nos encontramos con profesionales que despiertan el interés de la sociedad y los introduce en el mundo del periodismo turístico, para lograr así tener una visión completa de lo que se trata el mismo y no caer en falsas definiciones, generando así mismo una visión personal y un pensamiento crítico ante el mismo.

Durante el año 2014, diversos cursos relacionados al periodismo turístico podían encontrarse a través de la web. Uno de ellos fue el Diplomado en Periodismo Turístico dirigido por Miguel Ángel Ledhesma el cual se realizó en forma gratuita y completamente en forma online. Este diplomado pretende generar una toma de conciencia sobre la ética periodística y un compromiso de los comunicadores para con toda la sociedad.

Si buscamos en forma online cursos sobre periodismo turístico podemos encontrarnos una cantidad reducida de los mismos y si observamos en forma más detenida los programas de contenido de los mismo, podremos observar que la mayoría de los mismos solo trata de

como redactar correctamente una crónica de viaje entre otras cosas, mientras que la minoría le permite al interesado tener una visión completa sobre lo que se trata el periodismo turístico y no sólo enseña sobre como redactar una descripción de un viaje o lugar.

Por eso, es necesario que esta nueva forma de periodismo turístico se desarrolle con los profesionales adecuados, y que estos cuenten con las características necesarias de un periodista y profesional en turismo al momento de realizar esta actividad, para que esta especialidad no sea solo una expansión del periodismo de viajes.

Otra cuestión que se ve facilitada gracias al uso de internet, es el acceso a la información. Es difícil encontrar en una biblioteca contenido relacionado al periodismo turístico debido a que este es una temática nueva que tiene origen hace poco más de medio siglo y que aún es confusa y malinterpretada por gran cantidad de profesionales, por lo tanto, internet permite el ingreso a diversas fuentes sobre temas que nos informan sobre esta especialidad.

Conclusión

La evolución de internet ha permitido el acceso a gran cantidad de información en forma rápida y de manera instantánea. Además facilita el conocimiento de nuevas temáticas que antes nos eran desconocidas o no estaban al alcance.

Se puede afirmar que internet ha tenido un impacto tanto positivo como negativo sobre el periodismo turístico. Cuando hablamos de impacto positivo podemos decir que internet le permitió “salir a la luz”, darse a conocer como una nueva especialidad, mientras que lo negativo de la difusión por la red, se relaciona a la falsa información que podemos encontrar en fuentes no fidedignas o por fuentes que enmascaran publicidad como periodismo turístico o son una mera expansión del periodismo de viajes.

Para finalizar podemos decir que el diplomado en periodismo turismo dirigido por el profesor Miguel Ángel Ledhesma, no podría haberse llevado a cabo sin la existencia de esta tecnología, ya que a través de esta se logró conectar con gente de todo el mundo y de esa forma capacitar a cada uno de ellos sobre el periodismo turístico, permitir formar una visión del mismo y pensar en forma crítica, además, los participantes lograron dar a conocer sus opiniones y la información concerniente a la especialidad y así ir aportando más ideas a esta nueva concepción del periodismo que se fue formando.

Entrevistas

Licenciada en Turismo Daiana Paumgertner

Información acerca de destinos turísticos en donde se publicitan y difunden los mismos. Es importante siempre que la información sea correcta.

Doctora en Geografía Patricia Ercolani

El periodismo es una actividad que por medio de distintas metodologías y herramientas realiza la publicación de información. Para el caso del sector turístico, aquellas relativas a los distintos aspectos que tienen que ver con el tema. Internet ha logrado acercar más información sobre el turismo a distintos usuarios, es importante porque es posible conocer todo tipo de información de lugares, programas de viajes, itinerarios y noticias actualizadas de cada uno de los destinos que el viajero pretende conocer.

Licenciada en Turismo Daiana Ryndycz

Para mí el Periodismo Turístico es el encargado de informar difundir y denunciar a la sociedad los acontecimientos relevantes, tanto positivos como negativos, que se suceden en los destinos turísticos y en las ciudades con potencialidad turística, con el fin de generar conciencia y conocimiento tanto a anfitriones y turistas. Para mí internet es uno de los grandes aliados del periodismo turístico, ya que gracias a él se puede difundir todo el contenido que se desee y desde donde se puede obtener aquella información que se considere necesaria. También es verdad que de tan aliado suele convertirse en un gran enemigo, si la información en internet es falsa o si las fuentes no son del todo fiables.

Marisol Bertín

El periodismo que investiga sobre el turismo, informando sobre paisaje, hotelería, atracciones, menú regional, actividades.

Luciano Arrieta.

Notas de interés turístico.

Stefania de Haxthausen

Todo lo que hable de rutas turísticas, diferentes destinos. Periodistas que investiguen las diferentes riquezas de un lugar y luego las informe.

Braian Castillo

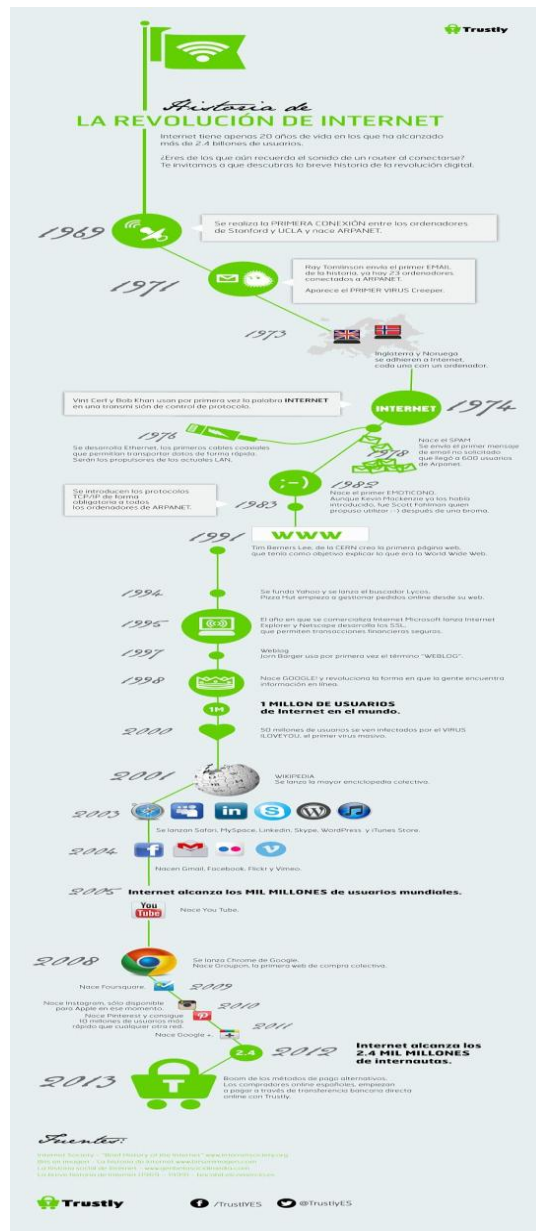
Para mí es el que se encarga de visitar lugares nuevos y después dar opiniones del mismo.

Contactos de la autora

adecast9@gmail.com

google.com/+AdelaCastillo

ar.linkedin.com/in/AdelaCastillo



Bibliografía

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/infografias/la-gran-evolucion-de-internet-desde-su-creacion-en-1969/>

<http://www.revistaperspectiva.com/consultorio/como-ha-sido-la-evolucion-del-periodismo-digital-en-latinoamerica>

http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/periodismo-turistico/>

<http://www.borriones.net/especial/peturismo.pdf>

Periodismo de Lugares vs. Periodismo Turístico

Tenemos que tener en cuenta los conceptos básicos para tener una base de lo que hablaremos más adelante.

Empecemos con periodismo: "El periodismo es una actividad dedicada a la búsqueda, jerarquización y publicación, regular y masiva, de información veraz que esta relacionada con la actualidad. Esa información tiene siempre un precio e implica siempre el labor de un periodista que busca informar y entretener, así como también interpretar o denunciar la realidad, para contribuir al conocimiento que las sociedades tienen sobre el entorno y sobre la vida en democracia".

Diplomado en Periodismo Turístico

Ahora bien el Turismo, ¿Qué es?... "Es todo el espectro que se genera a partir de la actividad que realizan las personas cuando planifican un viaje, cuando viajan y/o cuando permanecen en un lugar diferente al de su residencia. Existe entonces una demanda que necesitará servicios y así surge toda una industria dedicada al ocio; pero las empresas y los turistas no serán los únicos actores sociales en este sistema; los gobiernos, las poblaciones locales, los profesionales y las ONG también cumplen un rol. Los atractivos turísticos y la información son también factores indispensables".

Diplomado en Periodismo

Turístico

Entonces estas dos se unen para crear el periodismo turístico " Esta rama del periodismo tiende a informar sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística, sobre el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas. También denuncia o investiga aquellos hechos donde los derechos de los turistas o de las comunidades receptoras pueden verse avasallados."

Diplomado en Periodismo Turístico

Erróneamente suele creerse que el periodismo turístico difunde o promociona, cuando ninguna de esas actividades corresponde a la actividad periodística, sino que a la publicidad o al marketing.

Hay muchas definiciones, unas más amplias y otras no tanto; Ya teniendo en claro que es cada cosa podemos decir que en cada actividad antes mencionada, todas las definiciones quedan deficientes porque siempre hay algo más por aportar en torno a estos conceptos,

El turismo como dijo un colega es vivir la vida con otros ojos, hacer amigos desde

otros sonidos, llenar los pulmones de sabores. Es escribir una historia con acentos de textura, ya no en hojas blancas, sino de infinitos colores.

Aunque podríamos sumarle que se construye un mundo en torno a esta actividad para que pueda ser llevada a cabo y de ahí una realidad. Y cuando se fusiona con el periodismo ese accionar que no tiene como único fin en informar sino en impulsar, dar una opinion, buscar, cambiar y denunciar una realidad, perseguir una ética, cuando se fusionan podemos tener frente a nosotros una realidad turística, con todos los elementos que necesitamos para comprender lo que está pasando.

Estas dos actividades conllevan mucha dedicación, son atractivos pero es necesario cumplirla correctamente, vemos el día a día que no se cumple como los deberes de la profesión, si no se busca un enriquecimiento personal y no la contribución al crecimiento del sector.

Quien esta dispuesto a seguir por este camino busca que el sector ya sea de turismo, periodismo o periodismo turístico crezca, dando lo mejor de sí.

La problemática elegida es la gran brecha que existe entre lo que se debería informar en un periódico habitué de todo persona situada en cualquier lugar y lo que se informa realmente, no siendo algo enriquecedor a estos sectores, los profesionales no están haciendo un correcto uso de las herramientas para abordar la información y brindarle a un público carente de muchos datos necesarios.

Análisis Cuantitativo de Medios de Comunicación

Los tres medios elegidos son "La Voz del Interior"; "La Mañana de Córdoba" y "Día a Día".

Son los principales diarios de la ciudad de Córdoba, los cuales tienen una amplia llegada a las personas de esta ciudad.

La voz del Interior fundado por Silvestre Rafael Remonda y Juan Dionisio Naso el 15 de marzo de 1904. Su propietario es Grupo Clarín y tiene un tirada de 65.000 ejemplares

La Mañana de Córdoba fue fundado por Julio Ramos, el director porteño del diario Ámbito Financiero, esto ocurrió un 23 de

abril de 1997. Actualmente es el segundo de mayor tirada en la ciudad.

Día a Día comenzó su actividad el 3 de mayo de 2004 como un apartado pero siendo de la misma empresa que La Voz del Interior.

La elección fue simple quería ver cómo se desarrollaban respecto a la información turística los diarios de mi ciudad, como la comunicaba, si es que lo hacían, de qué modo informaban, el modo en que se lo transmitía al público. No era mi intención generalizar al país o al mundo ya que sería muchos más temas por tratar, además Córdoba es una ciudad íntegramente turística por ende debería darle mayor importancia, tanto al turista que llega como al oriundo que se va para ser turista en otro lado.

Cada diario será analizado de acuerdo a los siguientes criterios:

- Cantidad de noticias sobre turismo.
- Si tiene o no suplemento de turismo.
- Tema: A que hacen referencia las noticias(lugares, actualidad, situación específica)
- Ubicación en el diario.

- Las noticias tienen un alcance local, nacional, internacional.
- Abordan temas positivos o negativos.
- Qué género y qué formato es utilizado en cada noticia.
- Intención. (La finalidad de lo publicado)
- Si tiene nombre de autor.

La elección de los criterios son para poder desglosar las noticias del diario y así tomar las que están referidas al turismo, obteniendo en detalle cada aspectos de las mismas. Y de una manera eficaz lograr conclusiones a la problemática planteada, además poder tener un panorama claro de tal modo que se alcancen soluciones. Porque lo que busco, no es que quede archivado y solo sea una crítica si no que pueda dar su fruto como algo que promueva el cambio y la mejora.

Metodología

Durante una semana (7 días) desde el lunes 15 de diciembre del 2014 hasta el domingo 21 de diciembre de 2015, tres diarios serán analizados de acuerdo a las noticias que publican y cuáles nos interesan. A continuación podemos ver un cuadro, detallando cada noticia abordando cada criterio.

	Cantidad de noticias de Turismo	Suplemento de turismo
La voz del interior	17	Si, (domingos)
La Mañana de Cba	4	No
Día a Día	4	No

Tema	Ubicación	Alcance	Aspecto	Género/Formato	Autor	Intención
La Voz del Interior						
"Laburantes" Empleos que produce el turismo en temporada verano.	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	si	Informar
"Los turistas siguen apurados en vacaciones"	Cuerpo	Provincial	-	Interpretativo; Entrevista	si	Informar
"Transatlántica festeja navidad con descuentos"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"Peñón del Águila inaugura parque temático de aventura en La Cumbre"	Cuerpo	Nacional	+	Informativo; Noticia	no	Promocionar lugar
"Beneficio de compra antes pasajes aéreos"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"Rio de Janeiro, mucho más que playas"	Portada y cuerpo del suplemento	Inter.	+	Informativo; Noticia	si	Promover destino
"Nuevas categorías Slow de cruceros"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"Nuevo eslabón de la cadena Amerian"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"Llega la guía de verano 2015"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo

"Meliâ Nassau con nuevas opciones gastronómicas"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"Incorporación de Radisson en Dallas"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticias	no	Promover turismo
"Tripadvisor premio 10 hoteles Riu"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover sector
"Acuerdo de Amadeus con Azul"	Cuerpo	Inter,	+	Informativo; Noticia	no	Promover sector
"8 pequeñas noticias con información de distintos lugares en Cba para hacer turismo alternativo"	Cuerpo	Nacional	+	Informativo; Noticias	no	Promover turismo
"Córdoba, San José de la dormida"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Promover destino
"La Rioja"	Cuerpo	Nacional	+	Informativo; Noticia	si	Promover destino
"Chubut"	Cuerpo	Nacional	+	Informativo; Noticia	no	promover destino
La Mañana de Córdoba						
"Quórum Cba Hotel invierte \$8.5 M para sumar 15 nuevas suites"	Cuerpo	Inter.	+	Informativo; Noticia	no	Promover turismo
"en enero, los turistas podrán generar el DNI tarjeta en las sierras"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Informar servicio al turista
"Quilino presentó su festival del cabrito y las artesanías 2015"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	si	Promover destino
"Carlos Paz estrena temporada"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Promover destino
Día a Día						
"Colectividades ya da apetito"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Promover destino
"Palo y a la bolsa, estrena temporada en Cpaz"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	si	Promover destino

Aportes del Periodismo Turístico por Periodistas Turísticos

"Operativo verano; más policías en la sierras"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	no	Informar servicio al turista
"Cruces y muerte; 4 iglesias para recorrer"	Cuerpo	Provincial	+	Informativo; Noticia	si	Promover turismo y destinos

	15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12
La Voz del Interior	X						X
La Mañana de Córdoba	X	X	X	X			
Día a Día				X	X	X	X

(Las "X" marcan los días en que salió publicada alguna noticia sobre turismo)

Conclusiones

Como resultado de analizar 3 diarios distintos durante el lapso de una semana obtuvimos diferentes conclusiones.

La noticias de turismo probablemente no sea algo tan importante como para ser parte de la portada de un diario porque no existió ninguna, salvo la promoción de un destino particular en la portada del suplemento turismo, en el diario "La Voz del Interior" el día domingo 21 de diciembre; la información no superó los 10 renglones en la segunda hoja del suplemento, que estaba perdida entre promociones de agencias de viajes.

Hubo 11 publicaciones con un alcance provincial, es decir se refieren a algún tema de Córdoba, 10 noticias fueron referidas a un acontecimiento internacional y sólo 4 fueron referidas al ámbito nacional.

El 96% de lo publicado trata temas positivos, y cualquiera puede disentir que no todo es color de rosa en el turismo y que pasan cosas que dañan y traen problemas, todas las problemáticas negativas no son tocadas, La única publicación negativa fue "Los turistas siguen apurados en vacaciones" el 21 de diciembre de en el diario La Voz del Interior.

Haciendo un análisis más detallado de cada diario podemos encontrarnos en "La Voz del interior" 17 publicaciones de turismo en las que el género predominante es el informativo, tan solo en una presentación encontramos el género interpretativo con formato entrevista como es el ejemplo en la noticia publicada el 21 de diciembre en el diario La Voz Del interior con el título de "Los Turistas siguen apurados en vacaciones"; otro aspecto es si esta a disposición el nombre de quien redactó lo publicado, del total sólo 4 tienen colocado el nombre del autor, Que son "Laburantes (Empleos que produce el turismo)"; "Los turistas siguen apurados en vacaciones"; "Rio de Janeiro (Mucho más que playas)"; "La Rioja"; siendo las restantes 11 de carácter anónimo.

Tomando el diario "Día a Día" tenemos del total de 4 publicación sobre turismo con un género informativo, mientras que 2 tienen la firma de su autor que son: "Palo y a la bolsa,

estreno de temporada en Carlos Paz”; “Cruceiros, amores y muerte, 4 iglesias para recorrer” y otras dos son anónimas “Colectividades ya da apetito” y “Operativo verano, más policías en las sierras”.

Por último “La Mañana de Córdoba” cuenta también con 4 escritos de turismo, repitiéndose la situación anterior en donde el único género utilizados es informativo pero con firma de autor en solo una publicación ; “ Quilino presentó su festival del cabrito y la artesanía 2015”; entretanto las otras 3 no lo tienen.”Quórum Cba Hotel invierte \$8.5 M para sumar 15 nuevas suite”; “En enero, turistas podrán gestionar el DNI tarjeta en las sierras”; “Carlos Paz estrena temporada”

Solo se ve reflejado un género y un formato como prioridad, el género informativo prevalece en 24 publicaciones, y sola 1 como ya dijimos interpretativo, de las cuales 24 son noticias y solo una es entrevista, siendo de este poca la variedad de herramientas utilizadas por el profesional del periodismo para su redacción, como así también se puede observar que el 72% no cuenta con el nombre de quien escribió la información, equivalente a 18 redacciones y tan solo el 28% que equivale a 7 redacciones de 25 que si lo hace, y si detallamos cuales son las noticias que si aparece el autor son las que buscan promover un destino.

Al no ser amplio la variedad de géneros y formatos tenemos ausencia como artículos de opinión, crónicas, entre otros.

En cuanto a la intencionalidad de lo plasmado en el diario suele resultar promocional antes que periodística ya que pareciera que es más importantes presentar un destino para que el lector se siente con majestuosas fotografías pero no contarle la realidad de los problemas o demás información que es imprescindible que sepa si decide viajar; por ejemplo, la inflación, el tipo de cambio que beneficia o perjudica, nuevas tasas que pone el gobierno, entre otros.

El 84% equivalente a 21 publicaciones tienen como fin promocionar una marca o un destino, siendo que el 16% restante equivalente a 4 publicaciones son para con intención

periodística, es el caso de las siguientes: "Laburantes, (empleos que produce el turismo)" ; "Los turistas siguen apurados en vacaciones" del diario La Voz del interior ; "En enero turistas podrán gestionar el DNI tarjeta en las sierras" del diario La Mañana de Córdoba y por último "Operativo verano (más policías en las sierras)" del diario Día a Día.

Desde el diplomado durante todo este año nos hemos ido nutriendo de diferentes modos sobre nuestra tarea, para mejorar y beneficiar el sector, hacer notar y crecer un apartado del periodismo y del turismo como es el periodismo turístico, es necesario e imprescindible comprometerse con la tarea que toca realizar día a día, siendo coherente, neutro, buscar el bien común, la satisfacción de las personas a quien le brindamos nuestro trabajo y no algo meramente personal, si todos buscamos el mismo fin podemos lograr grandes resultados, siempre trabajando en conjunto se obtiene más, todos para el mismo lado, pero siempre con la mente clara y sabiendo lo que se debe hacer, tanto como persona y como profesional.

Debemos estar regidos por una ética que guíe nuestras decisiones y nuestro accionar, estamos trabajando con una actividad social debemos tener presente nuestras obligaciones por el lugar que ocupamos, la responsabilidad civil que tenemos. No podemos hacer oídos sordos a los problemas, a la búsqueda de soluciones, debe ser un constante acompañamiento de esa sociedad a la cual le debemos respeto y fidelidad de un trabajo bien hecho y con todo nuestro empeño siempre involucrándose para no caer en la falsedad y fracaso de nuestro labor.

Uno no nace sabiendo ni tiene un techo para aprender, cuando más se lea, mas se informe, más se investigue, cuando uno más nutra su mente, va a estar preparado para enfrentar cada situación que se presente, pudiendo desenvolverse de la mejor manera, también es una tarea diaria y un desafío como profesional seguir aprendiendo para ser mejor y realizar cada día mejor nuestro trabajo.

Encuestas:

¿Qué es el periodismo turístico y si lo ve plasmado en el diario que lee habitualmente o en la televisión?

Profesionales del turismo:

Julieta Jara, estudiante de turismo. "Puede ser como un tipo de categoría dentro del periodismo en general. El cual refleja la actividad turística; Y si esta en los diarios. En el diario la Voz esta la sección de turismo que sale solo los domingos e informa sobre destinos, paquetes, entre otros"

Valentina Graglia. Técnica en Turismo: Aunque estoy dentro del turismo tengo poca relación con el periodismo turístico, imagino que es la acción de informar todo lo relativo a esta actividad y no tanto la promoción que no sería periodismo sino expandirse un poco mas. Existen algunos blogs, o páginas especializadas que hacen bien su trabajo, el resto son puras promociones"

Gabriel Manchón. Profesora en Ies Siglo XXI. Lcdo. en Turismo: "El periodismo turístico a mi entender no esta desarrollado en Argentina, hay publicaciones, programas de tv, alguno que otro en radios, sponsoreo, pero ahí quedamos, si entiendo que hay personas que conducen programas de turismo pero de ahí a ser periodistas especializados hay un largo trecho. Los suplementos de turismo de los diarios "La Nación", "Clarín", "La Voz", entre otros, son comerciales y carecen de carácter y estilo periodístico"

Candelaria Ludueña. Técnica en Turismo. "Para mi son los programas de la tele que te muestran ciudades y países del mundo con sus costumbres y comidas típicas y cosas para hacer, se que existen algunos programas en la tele pero no hay en abundancia"

Anónimo: "El periodismo turístico es una rama que está poco reconocida y que se cree que sólo se utiliza para promocionar destinos, aunque muchos hagan eso, el trabajo consiste en investigar e informar sobre un todo que afecte al turismo. Se ve muy poco periodismo y mucho marketing y promoción"

Ciudadanos:

 Denisse Tapia, Organizadora de eventos	El periodismo turístico son las opiniones sobre del turismo o las áreas turísticas y si lo veo reflejado tanto en los diarios como en la televisión”
 Melisa Villalba, Estudiante de Psicología	“Para mi es información de lugares para ir a vacaciones, información de todo, cultura, historia, entre otros. Yo lo veo reflejado en canales de televisión como National Geographic y otro programas de Córdoba”
 Gabriel Arienti, Profesor de Educación Física	“Considero que es aquel que recolecta y brinda información acerca de los centros turísticos de las distintas ciudades, países entre otros, de su población y principales atracciones. Crea juicios de valores sobre estos, y los transmite a los usuarios. No soy de leer mucho el diario, pero cuando tengo oportunidad, suelo ver todas las secciones, entre esas la turística. Creo que alguna de las cosas mencionadas en el punto anterior si las suelo encontrar, sobretodo espectáculos, atracciones, y puntos turísticos visitados con frecuencia, y elegidos por gran cantidad de personas.”
Juan Alberto Pereyra, Periodista	“Porque por lo que veo, más que nada en los formatos televisivos, hay una mezcla no tan clara entre periodismo, marketing y publicidad. Y quizá tenga que ver un poco con eso también. Pero entendería al periodismo turístico, a aquel a donde más allá de mostrar o contar sobre la zona geográfica en cuestión, que es la parte que quizá se ven más en los medios y que a mi entender tiene que ver con una muestra publicitaria y marketinera, se de a conocer información relacionada a la geopolítica, historia, cuestiones ambientales y climatológicas, desarrollo urbano y económico. En fin toda esa información que te permita conocer el lugar más allá del campo visual que sirve de escenario para sacarse una simple foto.” Y en los medios, más que nada televisivos, lo que observo es mucho de lo que te decía que tiene que ver con el marketing y la publicidad pero no observo en los programas contenidos que sean periodísticos”

Lía de Villa Cura Brochero	Y yo lo relacionó con toda la información que se nos brinda que sea relacionada con lo turístico y no en los medios hay muy poco de eso.

Gobierno:

Marcos Díaz. Licenciado en turismo, Director de la carrera de turismo del Ies, vocal en Córdoba Cultura “En la tele lo veo muy poco reflejado en los medios de Córdoba lo puedo ver reflejado en revistas especializada, aunque hay pocas; lo que se escribe es fundamentalmente comercial, no hay una definición de investigación de turismo, de desarrollo de turismo a no ser que sean foros privados o de estudio, no existen papers, existe una idea de observatorios turísticos pero no sale como información importante en los medios. Hoy los municipios tienen cada vez más profesionales de turismo y estos comunican como puede la información, los medios que la comunican no son específicos del turismo, ojala existiera la jerarquización y valoración de la actividad como un área específica reflejada en un colegio de profesionales, también en el quehacer cotidiano ya que los profesionales estamos menospreciado en función de los inversores de turismo ya sea hoteleros, dueños de agencia de viaje, y cuando tengamos todo esto especializar la prensa”
Gilda del Valle. Prensa en un municipio “El periodismo turístico es la actividad de transmitir noticias a la gente sobre turismo, un lugar, y todo lo pertinente a él. No es una actividad rentable por ende creo que no se desarrolla tanto aquí sino más bien promocionar los destinos. Es muy poco lo que se puede ver en diarios y televisión”
Analia Ribaudó. Profesora en Ies Siglo XXI, participó de la creación del plan federal estratégico de turismo sustentable “El periodismo turístico es un periodismo especializado que difunde, pone en discusión temas relativos al sector. Contribuye a la formación de la imagen de destinos, y por ende a su posicionamiento. Hoy en día existen medios orales, gráficos, digitales que se ocupan del turismo. Algunos con mayor profesionalismo que otros. pero si se observa su presencia”

Empresarios:

 Franco Gastaldi. Dueño de Taxis	"El periodismo turístico es el trabajo de comentar, reflejar, destacar un destino turístico a través de un relato del mismo y lo que este puede ofrecer, lo veo en la sección del diario de Córdoba"
Juan Borghetti, Dueño de un taller Mecánico	"El periodismo turístico muestra destinos, lugares para conocer, con sus características, te informa sobre todo lo que necesitas para vacacionar y lo puedo ver cada domingo en la sección de turismo del diario La Voz"
Anónimo, Arquitecto	"Considero la rama del periodismo que se encarga de informarnos de todo lo referido al turismo, como viajar, a donde, las pro y contras de cada lugar etc. Hay algunos programas que muestran lugares del mundo y son bastantes completos"

Periodistas/Comunicadores

María Noel Baravalle, Locutora "Últimamente lo veo bastante presente en los medios, en varios diarios ya hay secciones especializadas en esto, en la televisión hay segmentos o programas enteros dedicados al turismo y no solamente visto como fuente de ingreso, sino también para hacer saber lo que se hace en tal lugar, y por qué es su fuente principal de desarrollo."
Anónimo "El periodismo turístico o periodismo de viajes es aquel que realizando una bitácora construye una crónica detallando la experiencia en un lugar o destino. En las crónicas de viajes es fundamental que el periodista detalle cada rincón visitado logrando que el lector imagine el recorrido del periodista de una manera agradable y placentera. Por supuesto que si el objetivo es hablar mal de un lugar también debe hacerlo con lujo de detalles para que el lector logre la descripción de sensaciones del periodista. Y si lo veo reflejado en el diario y en la tv. Abundantemente"
Ezequiel Guarascio: Trabaja en Canal 2 Coviteve, Villa del Rosario "El periodismo turístico es una rama del periodismo que investiga, desarrolla e informa sobre variados lugares turísticos para viajeros. En cada lugar suele contar su historia y exponer características; si lo veo reflejado en varios programas de televisión, fundamentalmente en Córdoba y nacionales donde investigan y muestran incluso lugares poco conocidos o con características topográficas particulares, en un diario de la provincia existe la sección de turismo."

Turistas:

Andrea Gambini. docente. Brasileña “ Es una rama de la actividad turística que debería dedicarse a mostrarle al posible turista todo lo que pasa en relación a temas no solo de viajes sino también al impacto que pueden causar en la economía, ecológica, en la industria, en la cultura de los pueblos, o sea, todo lo que trae de bueno y malo tal actividad para el ser humano y el ambiente en que vive. En general se habla o se escribe más sobre destinos y recorridos para momentos de ocio, destacando los puntos positivos de visita a los lugares según lo que ofrece a un público determinado. Tampoco leo o escucho en los medios, en general, información que ayude al turista a escapar de empresas que le puedan ocasionar daño, para eso muchas veces hay que recurrir a internet”
Anónimo “Yo antes de viajar hice una búsqueda por diarios y sobre todo internet, buscando información para hacer este viaje, entonces entiendo que el periodismo turístico es eso, quien nos brinda esa información, lo veo poco y el uso de internet es lo que mas nos facilita dicha información”
Victoria “El periodismo especializado en turismo, que se encarga de investigar, difundir y promocionar productos que son turísticos o que pueden llegar a serlo. No lo veo tan reflejado en el diario ya que solo no salen demasiadas noticias al respecto”
Janinna Borsotto: “Es una actividad muy importante que difunde y publicita así se puede explotar un lugar, se ve poco, no tanto, solo en el diario La Voz los Domingos. También algunas publicidades en programas centrales como Rial o Tinelli”
Elizabeth Dávila: “Es lo que te informa de las cosas de turismo, te asesora. En el diario los domingos sale una sección, esta buena y la colecciono para saber en caso que me vaya de vacaciones, tener una referencia”

Contexto

Contexto Legal	Contexto Ético
Tanto como profesional y como ciudadano, parte de una sociedad sabemos las obligaciones y derechos que tenemos, en base a no perjudicar al prójimo. Como dice Sartre la Libertad de uno termina cuando comienza la del otro. Un mal trabajo no realizado correctamente puede traer consecuencias legales por el no cumplimiento de los derechos de otras personas siendo violadas por un mal trabajo de un profesional. En cuantos a los medios de comunicación existen normativas, regulaciones que buscan el ordenamiento de la actividad. Hay regulaciones tanto privadas como públicas, que se encargan de que la actividad del periodista no trascienda barreras prohibidas. En cuanto a la actividad turística existe las normativas de como poner una agencia de viajes, de qué se debe cumplimentar en un viaje vendido, en temas de aerolíneas y hasta de los ministerios, pero el periodista turístico debe luchar por el reconocimiento de esta actividad ya que no tiene un colegio de profesional, aunque la actividad turística tampoco la tenga, debe ir más allá, luchando porque se creen normativas que regulen la actividad de esos profesionales que no quieren cumplir con su trabajo como se debe. De este modo poder lograr el crecimiento como sector.	Tanto como para los profesionales de turismo y de periodismo existe el código de ética particular que regula su accionar en cada actividad, que se debe hacer y que no, aunque deberían ser mejorados ya que son de breve extensión y con la evolución que sufren estos sectores, la implementación de nuevas herramientas como la tecnología debería ser algo que se redactando en cuanto a la realidad que va transcurriendo. Desde el diplomado de periodismo, los alumnos en conjunto con el profesor pudimos redactar el primer código de ética de los periodistas turísticos, teniendo en cuenta otros códigos de éticas y siendo los más específicos posibles de lo que nos toca trabajar, de la tarea que nos toca realizar, para hacerlo bien. Es importante destacar que gracias a estos avances como hacer un código de ética se puede ir paso a paso valorizando la actividad, jerarquizándola para que pueda ser reconocida por todos y respetada. Porque cada ítem de todos los códigos es citado para vivir en una sociedad de respeto e igualdad, siendo así desde el trabajo marcando normativas regulatorias.

Contexto Político	Contexto Geográfico, Climático, Ambiental
Vivimos en un país que hay una marcada división política, por seguidores de uno u otro partido, que por estar de un lado de la vereda siempre hay que hablar mal del que está enfrente y no reconocerle ninguna virtud, si dejamos que esto se plasme en nuestro trabajo y en cualquier circunstancia de nuestra vida, estamos complicados, ya que de ese modo no podemos hacer las cosas bien, no podemos mantener una coherencia como profesional, una neutralidad y muchas veces hablar de más, hablar de ciertos temas o hablarse de cierta forma es motivo para ser censurado. Como profesionales de cualquier área es importante respetar el trabajo por encima de las ideologías, y no solo respetar el propio trabajo sino respetar a quien va dirigido nuestro trabajo.	Nuestra realidad arroja pruebas fehacientes que la mano del hombre ha destruido los sistemas, en un mismo país podemos tener en una provincia incendios, en otra inundaciones y en otra falta de agua por no tener lluvias, como profesionales también hay que promover el cuidado del medio ambiente ya que si no frenamos eso se nos vuelve en contra como en la actualidad. También hay que ser cuidadoso a la hora de informar desastres naturales, diciendo la realidad sin alarmar a la gente, tampoco exagerar, la neutralidad ante todo, promover el cuidado pero también la solidaridad. Cualquier sea el área que nos toque es necesario e importante ya que no debemos olvidar que somos referentes en una sociedad, que nuestra palabra tiene peso y es escuchada por muchas más personas por ello es que nos tenemos que valer de eso para accionar bien nosotros e incentivar a las personas en pos de un beneficio ambiental a favor también de nosotros

Noticias

1. "Sea autor del Código Internacional de Ética de las y los Periodistas Turísticos". A quien se presenta el caso concreto donde se reunieron todas las ideas después de un trabajo de investigación de persona que buscan consolidar el sector, creando las normativas éticas desarrollada para los periodistas turísticos, cualquier podía opinar y dar idea, pero este es un gran avance y logro importante tener este código propio de este trabajo.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/tercera-etapa-codigo-internacional-de-etica-de-las-y-los-periodistas-turisticos/>

2. Entrevista a Miguel Ledhesma: "Es necesario un cambio de paradigma en cuanto a lo que pensamos y creemos del turismo"._Aquí observamos las preguntas de personas que se está introduciendo de a poco en la actividad de periodismo turístico aprendiendo de alguien que ya ha estado más tiempo y tiene conocimiento sobre la materia, es amplia la gama e pregunta que se hicieron pero las conclusiones son muy ricas, una de ellas está dispuesta en el título, quizás de las vivencias de otro es donde se aprende, siendo curioso y preguntando

también. Entonces así nos podemos conectar de como se debe realmente hacer un buen trabajo.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/entrevista-a-miguel-ledhesma-es-necesario-un-cambio-de-paradigma-en-cuanto-a-lo-que-pensamos-y-creemos-del-turismo/>

3. Se realizó en Santa Rosa, Mendoza, el 1º Congreso Turístico de Periodistas y Profesionales Latinoamericanos. Otra escrito en el que podemos leer como se busca jerarquizar el sector, así también son oportunidades de aprendizaje en donde el fin principal es ser mejor profesional, basándose en diferentes herramientas entre ellas los antes mencionados códigos.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/se-realizo-en-santa-rosa-mendoza-el-1o-congreso-turistico-de-periodistas-y-profesionales-latinoamericanos/>

4." El día que el mundo marchó por el cambio climático". Aquí es donde se refleja esa intención de promover una buena acción en defensa del medio, hacer concientización en quien lo lee, siendo cuidadoso en lo que se transmite pero siendo una buena oportunidad de

brindar conocimientos de que unidos se puede lograr cosas y el trabajo del periodista cumple con influenciar positivamente en las personas.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-dia-que-el-mundo-marcho-por-el-cambio-climatico/>

5."El diplomado en Periodismo Turístico suma más avales internacionales". Este es otro ejemplo de que el sector se va jerarquizando, va siendo aceptado de acuerdo siempre a normativas que se van estableciendo seguramente con el pasar del tiempo por el trabajo de quienes quieren enseñar, aprender y a los que apoyan esa tarea.

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-diplomado-en-periodismo-turistico-suma-mas-avales-internacionales/>

Dedicatoria

Quiero dedicarles esto a mi familia, novio y amigos, que siempre están acompañándome.

Agradecimientos

A todos los que estuvieron dispuestos a contestar las preguntas, a los que se negaron también. A quienes dieron la posibilidad de iniciar este diplomado, al profesor por la paciencia. Muchas Gracias!!!

Emails: Danielaeborghetti@gmail.com
daniela.borghetti@hotmail.com

Google+: Daniela Borghetti

LinkedIn: Daniela Borghetti

Anexos





Bibliografía

www.google.com

<http://es.wikipedia.org/>

Trabajos Prácticos del diplomado.

Diario La Voz del Interior

Diario Día a Día

Diario La Mañana de Córdoba

<http://www.periodistasturisticos.com/>

**Periodismo Turístico Online en Córdoba:"
Herramienta Fundamental para el Turismo
Sostenible"**

El turismo es una actividad que comienza con la intención de una o varias personas de obtener descanso, diversión, relax u otra actividad que genere placer; los turistas deben contar con tiempo libre, dinero y responder a motivaciones que lo lleven a satisfacer sus necesidades recreacionales de una determinada manera y en un determinado lugar. Será considerado turista todo ser humano que se desplace fuera de su lugar habitual y pernocte aunque sea una noche en el lugar visitado, utilizando alguno de los diferentes servicios de alojamiento.

El turismo es esa actividad que llega a un lugar dejando muchos beneficios económicos a cambio de enriquecer a las personas que lo practican pero no de una manera material, sino por el contrario, de una manera espiritual, ya que nunca hay que olvidar que el turismo siempre tiene un fin espiritual para quien lo practica.

El Periodismo es una actividad que consiste en investigar, comunicar y transmitir información de hechos reales y actuales, que tengan como fin el bien común de la sociedad, que ayuden a informar, concientizar o hacer pensar a una determinada audiencia sobre algún hecho o tema específico de la actualidad,

los periodistas pueden elegir el género periodísticos más adecuado para comunicar estos hechos o temas en los diferentes medios de comunicación masivos.

El periodismo Turístico es el periodismo especializado en todo lo relacionado con la actividad turística, cuyo objetivo no consiste en describir lugares de una manera promocional, sino que tiene como fin ser un periodismo comprometido con el bien común de un destino turístico y de la sociedad de ese lugar.

El periodismo turístico es el responsable de comunicar noticias, hechos o sucesos de la realidad, que se encuentren dentro de un contexto turístico o relacionado, y que a través de la difusión de estos hechos o noticias se conozcan aspectos de la realidad turística que ayude activamente a colaborar con el bien común de un destino turístico.

En la actualidad no existe un periodismo especializado en exponer y ayudar al desarrollo del turismo de una manera sostenible en la provincia de Córdoba.

De acuerdo a lo observado en la actividad turística en general, y específicamente en

la provincia de Córdoba, se eligió este tema de investigación ya que se llegó a la conclusión de que en la actualidad no existe un periodismo especializado en exponer y ayudar al desarrollo del turismo de una manera sostenible; si se observa los diferentes medios de comunicación online de la provincia de Córdoba, dedicados a comunicar asuntos de la actividad turística, ninguno tiene contenido verdaderamente periodístico ni tampoco existe mucho material que ayude de manera fehaciente a poner en evidencia, a alertar o hacer tomar conciencia mediante los diferentes géneros periodísticos; situaciones o hechos relacionados con la actividad turística y la sostenibilidad de la misma.

Esta observación se puede encontrar dentro de las primeras conclusiones a las que se arribó en el diplomado de periodismo turístico edición 2014, ya que tal como lo expresó Miguel Ángel Ledhesma:

“Entre las primeras conclusiones a las que se pudo arribar es que existen muy pocos medios de comunicación online especializados en turismo que actualicen sus publicaciones a diario, dando cuenta del poco tratamiento periodístico que

recibe la información turística en nuestro continente.”[1]

Otro factor que se tuvo en cuenta en la elección del tema de investigación es que en los últimos años los diferentes medios de comunicación se están convirtiendo en primer lugar, en el material de consulta donde recurren los turistas antes de realizar sus viajes, suplantando un poco la función de la agencia de viajes de recomendar y sugerir; tal como lo expresa la Cámara Argentina de Comercio electrónico e un informe publicado en Julio del 2014;

“El 68% de los viajeros argentinos busca datos vinculados a turismo en páginas Webs, buscadores y blogs, según surge de un sondeo realizado por la red de información turística VisitingArgentina para SegundoHogar.com, la Central de Reservas de Alquileres Vacacionales. Por su parte, el 12% recibe recomendaciones de amigos que ya visitaron el destino, el 11% verifica en redes sociales y el 9% complementa recurriendo en persona a consultar a especialistas en turismo (agencias).”[2]

Además, en el diplomado de periodismo turístico se publicó la siguiente información:

“Según las cifras registradas por un informe elaborado en Estados Unidos, un 79% de los 135 millones de personas que viajaron en 2009, es decir, 105 millones de personas adultas, planificó su viaje por Internet durante el último año. En Europa la situación es muy similar, las cifras sitúan en un 78% de los usuarios de Internet incluyó criterios de búsqueda relacionados en el turismo y un 68% reservó sus viajes online.”[3]

Es por eso que es importante que en la búsqueda de información el turista encuentre contenidos periodísticos de calidad que no sólo lo ayuden a informarse si no que también le ayuden a ser un turista responsable.

Objetivo General:

Analizar cuál sería la mejor forma de integrar los conceptos de sustentabilidad en los contenidos y la labor periodística especializada en turismo en la provincia de Córdoba.

Objetivos específicos:

1. Enumerar las acciones consideradas buenas prácticas para un turismo sustentable y sostenible.
2. Listar los diferentes medios periodísticos de comunicación especializados en

turismo o que publiquen contenidos turísticos de Córdoba.

3. Investigar si existen contenidos periodísticos especializados en turismo o no, que incentiven a las buenas prácticas para un turismo sustentable y sostenible.
4. Evaluar cómo se pueden enriquecer los contenidos periodísticos para que colaboren con un turismo sustentable y sostenible.

La incorporación de contenidos relacionados con el turismo sostenible a la labor periodística especializada en turismo sería de gran utilidad para lograr el bien común tanto de un destino como de la actividad turística en general.

I. Turismo Sostenible

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) se puede entender como turismo sostenible [4]

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

II. Futuro Sostenible para el Turismo

La OMT difundió mediante un comunicado de prensa [5] la importancia de llevar a cabo la actividad turística de una forma sostenible, lo expresó de la siguiente manera:

El uso eficiente de los recursos, la conservación y las nuevas tecnologías centran la atención de una nueva alianza internacional sobre turismo sostenible (Londres [Reino Unido], 5 de noviembre de 2014).

(...) El turismo es hoy uno de los sectores económicos de mayor envergadura y de más rápido crecimiento del mundo. Aporta el 9 por ciento del PIB mundial y cabe atribuirle uno de cada 11 puestos de trabajo y el 6 por ciento de las exportaciones mundiales. Para el año 2030, la OMT prevé que se registrarán 1.800 millones de llegadas de turistas internacionales al año.

Si no se gestiona de manera sostenible, sin embargo, el turismo puede agotar los recursos naturales y provocar la escasez de agua, la pérdida de biodiversidad y la degradación de la tierra, además de

contribuir al cambio climático y la contaminación, por citar solo algunos impactos. Se ha estimado que el turismo contribuye al calentamiento global con un 5 por ciento de las emisiones mundiales de CO₂.

El Informe sobre Economía Verde publicado por el PNUMA en 2011 revela que en un escenario en el que todo siguiera igual, el crecimiento del turismo hasta 2050 haría aumentar el consumo de energía en un 154 por ciento, las emisiones de gases de efecto invernadero en un 131 por ciento, el consumo de agua en un 152 por ciento y el tratamiento de residuos sólidos en un 251 por ciento. (...)

«Mientras el turismo siga creciendo, también lo harán las presiones sobre el medio ambiente y la vida silvestre. Si la gestión y la protección no son las adecuadas, y si no se invierte como corresponde en reverdecer el sector, los ecosistemas y miles de extraordinarias especies sufrirán las consecuencias», afirmó el Secretario General Adjunto de las Naciones Unidas y Director Ejecutivo del PNUMA, Achim Steiner.

«Para el PNUMA, el turismo es uno de los diez sectores económicos que más capacidad tienen de contribuir a la transición a una economía verde sostenible e inclusiva. Esta importante iniciativa trata de conducir al sector por una senda verdaderamente sostenible, que se haga eco del reto de nuestro tiempo: el fomento de una economía verde mundial que prospere guiándose por el interés, más que por el capital, de esos bienes naturales que poseemos y que son económicamente importantes», agregó.

Las actividades que realizan los turistas, durante sus desplazamientos, generan una serie de repercusiones positivas y negativas en los lugares que visitan, conocidos como impactos del turismo en la economía, la sociedad y la cultura local, y en consecuencia en el ambiente.

Paradójicamente, existe una relación muy especial entre los problemas ambientales y el turismo, ya que la actividad ocasiona impactos negativos en el medio ambiente, aunque también los cambios en el ambiente afectan en gran medida al turismo. Esta situación nos convoca a analizar los problemas singulares que se producen, para tratar de encontrar las soluciones adecuadas. (...)

III. Principales Impactos del Turismo [6]

Impactos del Turismo Negativos	Impactos del Turismo Positivos
Pérdida de biodiversidad	Valorización de los recursos naturales y culturales
Generación de residuos	Aumento en la conciencia sobre la calidad ambiental
Consumo de agua	Desarrollo local
Consumo de energía	Creación de empleos

IV .Pilares Fundamentales de la Sostenibilidad [7]

(...) En el año 2002 tuvo lugar, en la ciudad sudafricana de Johannesburgo, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo

Sostenible, en la que el concepto de Sustentabilidad se consolidó, pero también se tuvo que admitir el fracaso de las estrategias empleadas durante la década anterior para conseguirlo, razón por la que se diseñaron nuevas estrategias.

En esta reunión se definieron los elementos claves para la sustentabilidad. El desarrollo sustentable quedó asentado en tres pilares o dimensiones, interdependientes: Lo ambiental, lo económico y lo social, de tal modo que resulte imposible disociarlos, motivo por el cual el turismo sustentable deba considerarlos indistintamente. (...)

V. Turismo Responsable, Un Concepto Conciliador [8]

En ocasión de celebrarse el año del ecoturismo, se alzaron voces provenientes de distintas organizaciones y foros internacionales que advertían sobre el uso y el mal uso del concepto "ecoturismo" como equivalente a turismo sustentable.

(...) "por el hecho de que algo sea ofrecido en el mercado como 'ecoturismo', no necesariamente significa

que apoye la protección a largo plazo del ambiente. (....)

En medio de este mar de discusiones y confusiones terminológicas, con las que la actividad turística y los destinos receptores intentan escapar de las referencias condenatorias al turismo tradicional, utilizando otros nombres como turismo de bajo impacto, turismo natural, turismo ecológico, turismo de base comunitaria, de aventura, etc., el especialista brasileño Delgado J. propuso la utilización del término Turismo Responsable para que, cuando se hable de turismo, independientemente de la diferenciación entre sus tipos, se unifiquen los pensamientos para una única y aceptable actividad económica. El turismo responsable debe considerarse un movimiento o una corriente, más que un tipo o modelo de turismo específico.

La idea subyacente es acabar con las especialidades, con las dicotomías, con la dispersión y las discusiones terminológicas, entre los actores del turismo, que terminan por enmascarar los problemas de fondo.

El turismo responsable está formulado para orientar toda y cualquier actividad que se relacione con el área:

a) busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenible y específico para cada zona de destino, para lo que se ha de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales; b) denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede producir en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer; c) valora y reclama la responsabilidad de turistas, operadores turísticos, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Con este enfoque de Turismo Responsable, el problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña. Se trata de una cuestión de perspectiva previa: el turismo, como cualquier actividad que genera beneficios, se convierte en un espacio de conflicto social, ya que los distintos sectores implicados no necesariamente tienen los mismos intereses, sino que, por el contrario, pueden tener posiciones claramente opuestas o divergentes. De esta forma, a pesar de que el turismo

internacional en los países del Hemisferio Sur supone un aumento de los problemas para la mayor parte de la población, también puede implicar un potencial de desarrollo de sectores marginados de esas mismas zonas.

VI. El Sector Público tiene el Protagonismo [9]

La sustentabilidad es responsabilidad de todos los que están implicados en el quehacer turístico.

Algunos de sus efectos negativos son el resultado de acciones realizadas tanto por empresas del sector privado, por la negligencia de los propios turistas, como por la inacción del Estado.

No obstante, es necesario que los gobiernos sean los protagonistas, si se quiere lograr avances significativos hacia un turismo más sostenible. Las características del sector requieren una decisión política clara y un liderazgo firme al respecto. Los principales aspectos a tener en cuenta son:

- La industria del turismo está muy fragmentada. Resulta difícil que acciones individuales de muchas micro empresas logren una diferencia positiva y se

necesita una coordinación que solo puede brindarla la administración pública.

- La sustentabilidad está relacionada con asuntos de responsabilidad pública: aire, agua, calidad de vida y patrimonio natural y cultural. Además, muchos de los recursos más importantes están gestionados por el gobierno.
- Los gobiernos disponen de los principales instrumentos que se pueden utilizar para progresar, tales como la capacidad de reglamentar y de ofrecer incentivos económicos, como así también de los recursos e instituciones para la promoción y difusión de las prácticas adecuadas.

Los organismos públicos han reconocido que está creciendo el interés por la sustentabilidad de muchos operadores turísticos, reflejando las exigencias de los usuarios en los mercados emisores. (...)

VII. El Rol del Sector Privado [10]

Desde el año 2000, la iniciativa de los tour operadores para el desarrollo de un turismo sustentable (TOI), se basó en la formación de una red voluntaria, que reúne más de 20 operadores de viaje, que se han comprometido a integrar los

principios de la sustentabilidad en sus actividades profesionales y a colaborar en promover y difundir prácticas compatibles con este objetivo.

La TOI ha proporcionado, así, una plataforma para compartir y refinar ideas, reconociendo la importancia de la colaboración por encima de la competencia, con el objeto de crear un enfoque común hacia la sostenibilidad.

Red de Turismo Responsable [11]

Es una organización que trabaja desde 2009 y se encuentra integrada por miembros de gobiernos, organizaciones sociales, alojamientos, transportes, empresas de viajes y turismo, cámaras, universidades e instituciones educativas y medios de comunicación.

Está conformada por diferentes nodos municipales, a los que se sumará en su actuación como pionero, el de la provincia de Córdoba.

VIII. La Alianza para los Criterios Mundiales de Turismo Sostenible

[12]

La Alianza para Bosques (Rainforest Alliance), el Programa de las Naciones

Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) anunciaron en el Congreso Mundial de la Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza (UICN) de octubre de 2008 los Primeros Criterios de Turismo Sostenible a nivel mundial.

La Alianza para los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC Partnership, en inglés) es una nueva coalición formada por 27 organizaciones, que incluye líderes turísticos procedentes de sectores privados, públicos y sin fines de lucro. Durante quince meses, la coalición consultó con expertos en sostenibilidad y con el sector turístico; revisó más de 60 conjuntos de criterios de certificaciones voluntarias que se están poniendo en práctica en todo el mundo. En total, han analizado más de 4.500 criterios y ha consultado a más de 80.000 personas, incluidos especialistas en conservación, líderes del sector, autoridades gubernamentales y organismos de la ONU, quienes han sido invitados a comentar los criterios resultantes.

Los nuevos criterios se desarrollaron para ofrecer un marco de trabajo común para guiar la práctica creciente de turismo sostenible y ayudar a empresas,

consumidores, gobiernos, organizaciones no gubernamentales e instituciones educativas a garantizar que el turismo, en vez de dañar, ayude a las comunidades locales y al medio ambiente.

“Los consumidores merecen normas que sean aceptadas ampliamente para distinguir lo que es ecológico de lo que pretende ser ecológico. Estos criterios permitirán una certificación verdadera de prácticas sostenibles para hoteles y resorts, así como para otros proveedores turísticos” (...)

IX. Criterios de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos [13]

(...) Los Criterios Globales de Turismo Sostenible están administrados por el Consejo Global de Turismo Sostenible. Entre los usos que las organizaciones de gestión del turismo se espera que den a estos Criterios, figuran los siguientes:

- Servir de directrices básicas para los destinos que quieran ser más sostenibles.
- Ayudar a los consumidores a identificar aquellos destinos turísticos razonablemente sostenibles.
- Servir de común denominador para que los medios de información reconozcan a

los destinos e informar al público respecto a su sostenibilidad.

- Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios de los destinos a cerciorarse de que sus normas se ajustan a unos mínimos ampliamente aceptados.

Criterios Globales de Turismo Sostenible para destinos

- Ofrecer a los programas gubernamentales, no gubernamentales y del sector privado un punto de partida para elaborar requisitos de turismo sostenible.
- Servir de directrices básicas a entidades educativas y de capacitación, como escuelas de hotelería y universidades.

Los Criterios indican lo que se debe hacer, no cómo se debe hacer, ni tampoco si se ha alcanzado la meta. Esta función corresponde a los indicadores de desempeño, los materiales educativos asociados y el acceso a las herramientas de implementación del público, las ONG y los proveedores del sector privado, siendo todos ellos un complemento indispensable de los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos.

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos se concibieron como el principio de un proceso para convertir la sostenibilidad en práctica estándar en todas las formas de turismo.

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos se dividen en 4 secciones

SECCIÓN A: Demostrar una gestión sostenible del destino

SECCIÓN B: Maximizar los beneficios económicos para la comunidad receptora y minimizar el impacto negativo

SECCIÓN C: Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y la cultura y minimizar el impacto negativo

SECCIÓN D: Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar el impacto negativo

X. Principales Medios Periodísticos de Comunicación Online de Contenidos Turísticos sobre Córdoba

<http://mensajeroweb.com.ar/>

<http://www.pulsoturistico.com.ar/>

<http://www.destinocbaciudad.com.ar/>

http://www.lavoz.com.ar/suplemento_turismo

<http://www.viajesynoticias.com.ar/>

Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación era analizar cuál sería la mejor forma de integrar los conceptos de sostenibilidad en los contenidos y la labor periodística especializada en turismo en la provincia de Córdoba.

En primer lugar, se puede decir que tal como lo vimos en el diplomado, necesitamos un periodismo especializado en turismo, pero que no sólo conozca vocabulario, conceptos, tipologías, etc. de esta actividad sino que también se interiorice sobre los temas, conceptos, definiciones, etc. referentes a la sostenibilidad.

Si un periodista turístico está empapado de todo lo que engloba la sostenibilidad de un destino indefectiblemente en su labor diaria colaboraría con la creación de un destino sostenible, ya que el turismo es una de las actividades más influyentes a la hora de lograr la sostenibilidad de un lugar.

El periodista turístico, que se haya formado correctamente, contará con herramientas que le permitan alertar, informar y poner en conocimiento a todos los protagonistas de la actividad turística, incluso a los turistas, para que reflexionen y actúen sobre la responsabilidad que ejerce cada uno al desplazarse por un destino; a que sean consciente del daño o cuidado que puede significar cada acción dentro de este territorio.

En segundo lugar, se concluye, de acuerdo a lo investigado, que "los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos", que provee el Consejo Global de Turismo Sostenible, constituirían el mejor punto de partida para que los periodistas que se quieran especializar en turismo, reconozcan a los destinos y puedan poner en foco aspectos de la sostenibilidad de dicho destino.

En tercer lugar, se puede decir que si bien los gobiernos, en sus diferentes estratos, son los que tienen el mayor poder para difundir las prácticas adecuadas referidas al turismo sostenible, no es el que debe ejercer un rol periodístico, sino que debe situarse en lugar de proveedor de herramientas de implementación de políticas sostenibles, adaptadas tanto para lo público, lo privado y las ONG.

El sector público debería establecer el cómo y el cuándo y realizar las respectivas mediciones; sirviéndose del periodismo turístico como una de las herramientas para detectar alertas, problemas claves que atenten contra la sostenibilidad y que tal como se vio en el diplomado de periodismo turístico tenga actualidad ya que sin actualidad no hay periodismo.

Otro punto a resaltar, obtenido de esta investigación, es la cantidad de confusiones que existen en torno al concepto de turismo sostenible y por esa razón, se valora el aporte del especialista brasileño Delgado J. que propuso el término "Responsable" para englobar las actividades relacionadas con turismo sostenible; este término debería tenerse en cuenta por todos los periodistas especializados en turismo.

Por último se concluye que para comunicar asuntos relacionados con la sostenibilidad de un destino, el periodista podría utilizar cualquiera de los géneros vistos en el diplomado de periodismo turístico.

- Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) se puede entender como turismo sostenible

"El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

Según su opinión, ¿Que deberían comunicar los medios especializados en turismo para colaborar con el desarrollo sostenible de la actividad turística en la provincia de Córdoba?

- **Periodistas**

Tomás Turrado

"Opino, en lo personal, que es un trabajo de enorme responsabilidad y a la vez un deber de los medios de comunicación, transmitir valores para lograr un turismo sostenible que no hace más que llegar como objetivo final a nuestro propio bienestar y de las generaciones venideras, es decir, nuestros hijos y nietos. Creo que deberían hacer foco en la urgencia de cuidar el planeta ya que no es una fuente renovable, es decir, es nuestro único hogar, y más aún, como los entienden muy sabiamente los nativos (también llamados indígenas o aborígenes) nuestra madre tierra. En general, un turismo sustentable debería principalmente: cuidar el medio ambiente (hay muchos métodos bien desarrollados por aplicar y respetar y mucho por hacer), proteger y brindar trabajo a comunidades y economías locales."

Laura Cerezo

"El turismo sostenible comprende distintos aspectos – económicos, sociales y de medio ambiente- por lo cual hay muchas acciones que un turista puede desarrollar durante su viaje a Córdoba, para colaborar con el destino.

Si nos referimos a las cuestiones vinculadas al medio ambiente, la tendencia es a reducir nuestra huella como viajeros tanto como sea posible. Córdoba se encuentra en una región semiárida y por ello es importante realizar un consumo racional del agua. Esto se realiza de varias maneras y desde los medios de prensa se puede recomendar por ejemplo tomar duchas cortas en los hoteles, no exigir el cambio de toallas y de ropa de cama todos los días, para de esa manera ahorrar procesos de lavado que consumen mucha agua, entre otros.

También es importante el ahorro de energía, lo que se logra apagando los electrodomésticos y las luces cuando los turistas se retiran de las dependencias que ocupan en un hotel o un departamento. Aquí no sólo es importante aconsejar al turista, sino también al hotelero, para que implemente las llaves-tarjeta, que apagan automáticamente el suministro eléctrico, en lugar de las tradicionales llaves de cerradura.

Por cierto que uno de los consejos más importantes está referido a la gestión de los residuos, en particular en nuestra visita a los recursos turísticos naturales y culturales. Aquí es importante entonces que los medios enfatizen que los turistas que llegan a un balneario por ejemplo, se lleven consigo toda la basura que han generado. Ese es, por ejemplo, el consejo que los medios de prensa realizan a los aficionados al Rally Argentina cuando asisten a los tramos de competencia.

Respecto a la necesidad de reducir el consumo de combustibles tradicionales en favor de los más limpios, en Córdoba por ejemplo aún no hay una amplia oferta de vehículos híbridos, como para recomendar que sólo se alquilen este tipo de autos.

Una recomendación en la que no se hace suficiente hincapié es en la responsabilidad al recorrer atracciones turísticas consideradas de riesgo. Subir al Cerro Champaquí en condiciones meteorológicas adversas o ingresar a un río crecido, exponen al turista a situaciones que no sólo entrañan un riesgo para su vida, sino que obligan a la comunidad a disponer costosos recursos en su búsqueda y rescate. Los medios no suelen efectuar recomendaciones en este sentido.

Desde el punto de vista socioeconómico, es muy importante que el turista adquiera productos – artesanías u otros- que ayuden a sostener la comunidad anfitriona. El papel de la prensa en este caso, es promocionar esos productos y servicios, en particular artesanales, para que el turista sepa cómo y dónde adquirirlos.

Nunca se podrá enfatizar lo suficiente el cuidado de los recursos de flora y fauna de la comunidad que se visita. En esto se advierte que sí hay mayor conciencia por parte de la prensa de los consejos al turista en el sentido de no prender fuego, no contaminar los cursos de agua, no hacer leña para fuegos, practicar pesca deportiva, respetando las épocas de vedas y las prohibiciones vigentes.

Más allá de los recursos naturales, también es necesario apelar al cuidado de los recursos culturales y patrimoniales, aquellos que se exhiben en museos o en su emplazamiento original al aire libre "

Paz Casas Noblega

"El tema me parece bastante amplio ya que además de comunicar noticias actuales del turismo, hechos turísticos, destinos, oferta, productos, habría que pensar en temas que involucren el concepto de sostenibilidad económica, social y ambiental como por ejemplo: la conservación y promoción de los recursos naturales y culturales involucrados en la actividad; la concientización en el uso de los recursos: energía, agua, iluminación y fuentes alternativas de energía, la eficiencia en la gestión de emisiones y efluentes, residuos, entre otros.

También temas relacionados a la accesibilidad de servicios para discapacitados; el comercio justo con empleados y proveedores, las producciones artesanales, la preservación de la cultura local y todo lo que colabore con el desarrollo local del destino"

Ciudadanos

Julieta Ovando

"Teniendo en cuenta las últimas catástrofes producidas en Córdoba, uno de los destinos turísticos más importantes del país, los medios especializados en turismo deberían comunicar las características geográficas y una breve reseña histórica del poblado de las diferentes zonas, por ejemplo si la ciudad está construida sobre la cuenca de un río, o bien si el cauce del río fue modificado, entre otras cosas, que la comunidad pueda comprender y aprender la historia del ambiente donde vive para cuidarlo mejor o exigir medidas a los gobiernos cuando vean que algo puede perjudicar al ambiente donde viven, sobre todo si es un lugar turístico"

Juliana Perotti

"Promover sólo actividades que no dañen el ambiente. También, campañas de concientización sobre los cuidados que tiene que tener el turista en cada lugar que va. Y las campañas deberían ser mucho más grandes, con más información"

Roberto Utrera

"Los medios de comunicación deben por un lado generar contenidos informativos de interés sobre la realidad local de Córdoba, realizar un tratamiento del tema desde distintos puntos de vista, y focalizarse en la importancia que tiene la sustentabilidad en la vida cotidiana de las personas actualmente y en el futuro.

Los ejes comunicacionales deberían trabajar la importancia que tiene el turismo para las economías regionales y la importancia del desarrollo sustentable de los recursos, los efectos del turismo sustentable y no sustentable a corto, mediano y largo plazo y también generar mensajes de concientización sobre los beneficios de las políticas sustentables. Se podría acompañar con testimonios personales, casos de éxito a nivel regional y mundial, y promoviendo el involucramiento activo de la audiencia en estos temas"

Profesionales de Turismo

Jorge Zanotti

"Según mi opinión, conociendo los impactos tantos positivos como negativos que la actividad turística genera en la provincia, los medios especializados y por ende dirigidos a un segmento específico y conocedor deberían comunicar estos impactos. De esta forma se aporta a la difusión, conocimiento y concientización a quienes trabajan en el rubro, en cada uno de sus ramas, y cada uno de sus niveles. Tener una visión clara del producto negativo que muchas veces el turismo y los turistas generan en un destino conforma creo yo, un aporte fundamental hacia el desarrollo del turismo sostenible.

Al mismo tiempo, la sustentabilidad y sostenibilidad se ha convertido ya en tendencia como forma de trabajo en muchos campos y el turismo no escapa a esto. Adaptándose a los cambios generacionales, tanto oferta como demanda deben comenzar con prácticas sostenibles a la hora de desarrollar esta actividad, y una correcta difusión de los beneficios que esta modalidad genera para las comunidades locales, la misma oferta y para los turistas debería ser la herramienta fundamental"

Soledad Barros

"En mi opinión y, teniendo en cuenta mi trabajo tanto en el sector público como el privado y, en relación directa con el turismo, considero que la comunicación en medios debería ser, en primer lugar, sincera. No mentirnos ni mentirle a los turistas en ningún aspecto: Estadísticas, costos, temas de seguridad y cualquier otro aspecto que el turista considere relevante al momento de hacer una elección del destino y, una vez estando en el lugar, no se cumpla o no sea lo que se vio ofrecido y esto provoque la opinión negativa que después será transmitida a todo su entorno.

Creo que también sería importante transmitir una información basada en las experiencias, vivencias, sentimientos de las personas involucradas (lugareños, comerciantes, organizadores de eventos), donde puedan contar diferentes historias que hacen a un lugar o actividad más pintoresca y capten de una manera diferente al turista, provocando las ganas de vivenciar lo mismo; a la vez que también permite conocer la importancia de mantener, conservar y preservar diversos aspectos culturales y/o históricos de los lugares a visitar"

Denny Belén

"A mi me gusta decir que "hay otras formas de hacer y consumir turismo " y es desde el paradigma de la sustentabilidad, en ese sentido los medios de prensa deben transmitir y comunicar que está cambiando el modo vincularse con el "otro " cultural y que ese encuentro con las comunidades anfitrionas o receptoras deben ser enmarcadas en el respeto al medio ambiente que permita el disfrute y conservación actual y futuro de los recursos turísticos, a la diversidad cultural, estimulando y promoviendo el comercio local que promueve el trabajo de artesanos y pequeños micro emprendedores que se integran de este modo al sistema turístico."

Mariangeles Samame

"Pienso que antes de comunicar se debe capacitar para realmente ser un destino sostenible porque no se puede comunicar algo en lo que no se trabaja efectivamente , luego de realizar un trabajo de concientización interno mediante capacitaciones a todos los actores del sector , se puede comunicar en los medios que Córdoba es un destino sostenible , y por tanto fomentar aquellas actividades que contribuyan en este sentido en el aspecto ambiental (promoviendo el cuidado de los recursos naturales y culturales) y en el aspecto cultural (difundiendo y alentando el consumo de las expresiones culturales locales) Logrando así el posicionamiento de una marca de Córdoba como destino sostenible"

María Julia Camillucci

"Creo que los medios especializados en turismo y en general todos los medios de comunicación juegan un papel primordial en su rol de comunicador en concientizar a la población sobre el desarrollo sostenible de la actividad.

Principalmente los medios especializados deberían tener una formación sobre el turismo sostenible. Los medios deberían tener profesionales capaces de entender y comunicar el turismo sostenible.

Se deberían difundir sólo aquellos recursos que estén certificados por normas de calidad, que sean eco friendly, entre otros.

Difundir más cursos de concientización, publicar ejemplos de turismo sostenible, Sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo sostenible"

Contexto Legal

Ley 25.997: LEY NACIONAL DE TURISMO [14]

Objeto y Principios. Conformación del Sector. Comité Interministerial de Facilitación Turística. Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación. Consejo Federal de Turismo. Instituto Nacional de Promoción Turística. Régimen financiero. Fondo Nacional de Turismo. Incentivos de fomento turístico. Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Protección al turista. Turismo social. Infracciones y sanciones.

Disposiciones complementarias.

Sancionada: Diciembre 16 de 2004

Promulgada: Enero 5 de 2005

Publicada en el Boletín Oficial: Enero 7 de 2005

LEY 9124: LEY DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA [15]

Publicada en el Boletín Oficial: 22 de septiembre de 2003

DISPOSICIONES GENERALES (...) La presente Ley reconoce a la actividad turística de interés prioritario, al tiempo que tiene por objeto el desarrollo integrado de la Provincia como unidad de destino turístico.

(...) SON finalidades fundamentales del sector turismo:

- a) Encauzar su desenvolvimiento organizado, orientando, promoviendo, controlando, y coordinando la actividad turística y su desarrollo;
- b) Incrementar su incidencia en el producto bruto provincial;
- c) Posibilitar la participación en el ejercicio del turismo de todos los sectores sociales;
- d) Proteger y desarrollar el patrimonio turístico en sus aspectos naturales y culturales; y
- e) Proteger y desarrollar los recursos humanos abocados a la actividad turística, la calidad de los servicios y la infraestructura turística.

Artículo 4º.- DECLARASE de interés prioritario a las siguientes actividades:

- a) El alojamiento de turistas en todas sus modalidades;
- b) Los eventos que se desarrollen en la Provincia y que por sus características fueren previamente declarados de interés turístico por la Autoridad de Aplicación;
- c) Las actividades que desarrollen los prestadores de servicios turísticos en sus diversas modalidades;
- d) Los planes de ordenamiento territorial, sin perjuicio de las facultades municipales y/o comunales;
- e) Los recursos naturales y culturales susceptibles de ser considerados como atractivos turísticos; y
- f) Los planes de desarrollo y mejoramiento de infraestructura, equipamiento y calidad de los servicios vinculados al ejercicio de la actividad turística.

Contexto Ético

Código Ético Mundial para el Turismo [16] adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999).

Contexto para el Desarrollo del Turismo Sostenible en la Provincia de Córdoba

Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2005 - 2006[17]

Objetivo General del Plan

Generar actuaciones estratégicas conducentes al desarrollo sustentable de la actividad turística en Córdoba, mediante la participación comprometida de todos los sectores del turismo de la provincia para el logro de una mejor calidad de vida para los habitantes, la protección del patrimonio provincial, el desarrollo cualitativo de la oferta, el incremento y la redistribución de los ingresos, basada en criterios de equidad y la consolidación de la imagen turística de la provincia.

Noticias que Hablan del Turismo Sostenible e Implican un Tratamiento Periodístico del Tema

1. Asamblea General de las Naciones Unidas: El turismo puede fomentar el Desarrollo Sostenible en Centroamérica

La asamblea de las Naciones Unidas trató la importancia del turismo sostenible para Centro América y el rol de los Estados de apoyar las actividades de promoción del turismo responsable y sostenible.
<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-09/asamblea-general-de-las-naciones-unidas-el-turismo-puede-fomentar-el-desarr>

2. FiturGreen 2014 - Tecnología y Financiación para la Gestión Turística Sostenible

En la edición de FiturGreen 2014 se debatirán proyectos, herramientas y tecnologías que posibilitan la gestión sostenible en toda la cadena de valor turística.

<http://media.unwto.org/es/news/2014-01-14/fiturgreen-2014-tecnologia-y-financiacion-para-la-gestion-turistica-sostenible>

3. África amenazado por los delitos contra la vida silvestre:

Permitir que continúen las agresiones y acciones perjudiciales contra la vida silvestre en África repercutirá negativamente en la actividad turística de esa población.
<http://mensajeroweb.com.ar/post/45836/africa-amenazado-por-los-delitos-contra-la-vida-silvestre.html>

4. España: Concurso de Hotelería Sustentable

Un Concurso impulsor del turismo sostenible en el rubro hotelero, puede ser el generador de innumerables beneficios económicos, sociales y ambientales, los tres pilares de la sustentabilidad.

http://www.pulsoturistico.com/mas_informacion.asp?id=7724&titulo=Espana-Concurso-de-hoteleria-sustentable

5. Aprovechar la energía de los mil millones de turistas para alcanzar un futuro sostenible:

La OMT incentiva al uso eficiente de los recursos, la conservación y las nuevas

tecnologías que constituyen una nueva alianza internacional para lograr un turismo sostenible.

<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-11-10/aprovechar-la-energia-de-los-mil-millones-de-turistas-para-alcanzar-un-futu>

6. La OMT y la Iniciativa de los Tour Operadores renuevan su compromiso con el Turismo Sostenible

<http://media.unwto.org/es/news/2012-01-02/la-omt-y-la-iniciativa-de-los-tour-operadores-renuevan-su-compromiso-con-el-turismo->

Este trabajo está dedicado a mi querida familia.

Email del autor: ovandonoelia@gmail.com

Google + del autor: google.com/+NoeliaOvando

LinkedIn del autor: [Noelia Ovando](#)

Bibliografía

AAVV; "Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos"; file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Spanish%20GSTC-Dv1%201nov13-2.pdf; consulta: 25 de febrero de 2015.

AAVV; "Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina"; <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/turismo/File/Libro%20Estrategia%20de%20Turismo%20Sustentable%20-%20versin%20PDF.pdf>; consulta: 20 de febrero de 2015.

AAVV; 'Plan Estratégico De Turismo Sustentable Córdoba'; [http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/Plan_Estrategico_de_Turismo_Sustentable - CAPITULO 1.pdf](http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/Plan_Estrategico_de_Turismo_Sustentable_-_CAPITULO_1.pdf); consulta: 25 de febrero de 2015.

CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO ELECTRÓNICO; Casi 70 de los turistas argentinos busca información de viajes por Internet; <http://www.cace.org.ar/novedades/casi-70-de-los-turistas-argentinos-busca-informacion-de-viajes-por-internet/> consulta: 20 de Febrero de 2015.

CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO ELECTRÓNICO; Presentación anual del Estudio Comercio Electrónico – Relevamiento 2014; <http://www.cace.org.ar/novedades/presentacion2014/> ; consulta: 20 de Febrero de 2015.

EL SENADO Y CÁMARA DE DIPUTADO DE LA NACIÓN ARGENTINA; LEY NACIONAL DE TURISMO; <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>; consulta: 27 de febrero.

FARRE & FORTUNA; Ley De Turismo De La Provincia De Córdoba; http://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/06/ley9124-LeyTurismo_Cordoba.pdf; consulta: 25 de febrero de 2015.

LEDHESMA MIGUEL ANGEL, Diplomado en Periodismo Turístico, año 2014.

OMT (Organización Mundial del Turismo); Sustainable Development of Tourism; <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>; consulta: 15 de febrero de 2015.

OMT (Organización Mundial del Turismo); Código Ético mundial para el Turismo; <http://dtxtg4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>; consulta: 19 de enero de 2015.

OMT (Organización Mundial del Turismo); Publicaciones y Documentación; <http://publications.unwto.org/es>; consulta: 15 de enero de 2015.

OMT (Organización Mundial del Turismo); UNWTO ELibrary; <http://www.e-unwto.org/home/main.mpx> ; consulta: 15 de enero de 2015.

[1] Ledhesma Miguel Ángel, Diplomado en Periodismo Turístico, Devolución del trabajo Práctico N° 4; p1; 2014.

[2] Extraído de "<http://www.cace.org.ar/novedades/casi-70-de-los-turistas-argentinos-busca-informacion-de-viajes-por-internet/>" el 20 de Febrero de 2014.

[3] Ledhesma Miguel Ángel, Diplomado en Periodismo Turístico, Trabajo Práctico N° 9; p1; 2014.

[4] "Sustainable Development of Tourism", documento recuperado el 15 de febrero de 2015 de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

[5] <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-11-10/aprovechar-la-energia-de-los-mil-millones-de-turistas-para-alcanzar-un-futu>

[6] AAVV; "Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina", p13; documento recuperado el 20 de febrero de 2015 de <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/turismo/File/Libro%20Estrategia%20de%20Turismo%20Sustentable%20-%20versin%20PDF.pdf>

[7] AAVV; "Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina", Op. Cit; p15;

[8] Ibidem; p. 23

[9] Ibidem; P. 25 y 26.

[10] Ibidem; P.29

[11] "Red de Turismo Responsable" documento recuperado el 1 de Marzo de 2015 de: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/cordoba-se-posiciona-a-la-vanguardia-en-el-desarrollo-de-un-turismo-responsable/>

[12] AAVV; "Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina", Op. Cit; p30.

[13] "Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos"; documento recuperado el 25 de febrero de 2015 de: <http://www.gstcouncil.org/>

[14] "Ley Nacional de Turismo"; Documento recuperado el 27 de febrero de 2015 de: <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>

[15] "Ley De Turismo De La Provincia De Córdoba" Documento recuperado el 25 de febrero de 2015 de: http://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/06/ley9124-LeyTurismo_Cordoba.pdf

[16] "Código Ético mundial para el Turismo"; Documento recuperado el 19 de enero de 2015 de: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

[17] "PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE CÓRDOBA"

Documento recuperado el 25 de febrero de 2015 de: [http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/Plan_Estrategico_de_Turismo_Sustentable - CAPITULO 1.pdf](http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/Plan_Estrategico_de_Turismo_Sustentable_-_CAPITULO_1.pdf)

Periodismo Turístico Vs. Periodismo de Viajes

Mucho oímos hablar del turismo; aumenta, desciende, cambia... También de los viajes; más bien, ¿a quién no le gusta hacer un buen viaje de vez en cuando? De la misma forma, quizás hayamos escuchado algo de Periodismo Turístico; pero, al mismo tiempo, de un llamado "Periodismo de Viajes". ¿Cuáles son las diferencias, si es que las hay, entre ambos? ¿Cuál es la terminología correcta para estos aspectos?

Lo que mejor define mi postura frente al periodismo es la conocida cita de Gilbert Keith Chesterton: "El periodismo consiste esencialmente en decir 'Lord Jones ha muerto' a gente que no sabía que Lord Jones estaba vivo". Bromas a parte, el periodismo es básicamente contar historias; y más allá de eso, para mí el verdadero periodismo es contar la verdad a la sociedad. En otras palabras, contar las razones por las que Lord Jones ha muerto y por las que a la sociedad se le había ocultado su existencia.

El turismo es, técnicamente, algo así como "el desplazamiento de personas". Aunque eso es algo frío. Más bien el turismo responde a una necesidad social y humana: social en cuanto a nuestra identificación como seres sociales y a la necesidad de relacionarnos a veces con

personas totalmente ajenas y distintas a nuestro entorno diario; humana en cuanto a la necesidad de un vínculo con el entorno -sea urbano, rural, medioambiental... , que después de todo también necesita de una "renovación" en algún momento de nuestras vidas -cada persona con unas necesidades diferentes a las de otra.

El periodismo turístico es, por último, la conjunción y armonía de las anteriores definiciones de forma que la una se complementa con la otra, creando así un espacio -sea en el formato que sea-, en el que compartir, descubrir, mostrar, despertar y apelar a las experiencias, sensaciones, emociones, intenciones y aspectos varios de la realidad turística que vivimos en determinado momento y lugar. Sin olvidar, por supuesto, aspectos básicos de ambas ramas. Podríamos hablar de algo así como redescubrir un lugar, una experiencia o un viaje, de una forma distinta a cualquier otra ya experimentada, y alejada de cualquier otro tipo de promoción asociada a la misma.

Según el Diplomado en Periodismo Turístico en el que he tomado parte, el periodismo es "una actividad dedicada a

la búsqueda, jerarquización y publicación, regular y masiva, de información veraz que está relacionada con la actualidad. Esa información tiene siempre un precio e implica la labor de un periodista que busca informar y entretener, así como también interpretar o denunciar la realidad, para contribuir al conocimiento que las sociedades tienen sobre el entorno y sobre la vida en democracia.”

El turismo es “todo el espectro que se genera a partir de la actividad que realizan las personas cuando planifican un viaje, cuando viajan y/o cuando permanecen en un lugar diferente al de su residencia. Existe entonces una demanda que necesitará de servicios y así surge toda una industria dedicada al ocio; pero las empresas y los turistas no serán los únicos actores sociales en este sistema; los gobiernos, las poblaciones locales, los profesionales y las ONG también cumplen su rol. Los atractivos turísticos y la información son también factores indispensables.”

“El periodismo turístico tiende a informar sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística, sobre el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven

turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas. También denuncia o investiga aquellos hechos donde los derechos de los turistas o de las comunidades receptoras pueden verse avasallados. Erróneamente suele creerse que el periodismo turístico difunde o promociona, cuando ninguna de esas actividades corresponde a la actividad periodística, sino que a la publicidad o al marketing.”

Cabe destacar que estas últimas definiciones corresponden, en principio, al profesor del Diplomado, Miguel Ledhesma; aunque hemos seguido completando dichas definiciones aprendiendo unos de otros hasta llegar a conceptos muy amplios. Así, por ejemplo, cabe destacar el importante papel que le damos al periodismo en cuanto a honestidad, veracidad y compromiso social; el que le damos al turismo en relación a la actividad de las personas, condicionada por contextos de todos los tipos y más alejada de la industria; y el que le damos al periodismo turístico como unión de ambas y profunda separación de la industria y la publicidad.

Ante la más que evidente falta de información al respecto, y tras el intenso tratamiento de la especialización

periodística en turismo o viajes, creí necesario una más extensa investigación acerca de las variaciones de este tipo de periodismo con respecto a su terminología y sus acepciones. Mi objetivo principal era el de distinguir el periodismo de viajes del periodismo turístico y aclarar las mismas dudas a los lectores.

El periodismo turístico y el periodismo de viajes tienen, de partida, en común, la rama de la especialización. La mayoría de definiciones que encontramos al respecto coinciden en que el periodismo especializado se caracteriza por la profundización en el tema, por realizar un análisis en profundidad de una realidad que -quizás en un periodismo más general-, en otras ocasiones quedaría como algo superficial.

Luego, encontramos una lista de diversas características que añadir a dicha definición. Entre ellas, un lenguaje especializado o algún tipo de jerga específica según la especialización de que se trate -lenguaje turístico, en este caso-, lo que nos lleva también a una audiencia, generalmente, con un nivel mayor de conocimiento o información -para no

perderse en las informaciones y explicaciones que se publiquen-.

A este respecto, cabe citar la definición de Javier Fernández del Moral, catedrático de periodismo especializado en Universidad Complutense de Madrid (UCM) y miembro fundador de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión de España en 1997: "El periodismo especializado es aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que favorezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades."

En cuanto al periodismo turístico y/o de viajes, hay varias posturas al respecto. Encontramos autores y organismos que consideran ambas especialidades sinónimos en sí mismas. Así, la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna (situada en San Cristóbal de La Laguna, Tenerife), imparte ambas en una única asignatura llamada "Periodismo turístico y de viajes"; mientras que la Facultad de

Comunicación de la Universidad de Sevilla imparte a sus alumnos de Periodismo la asignatura "Periodismo de viajes".

"Una aproximación histórica al periodismo de viajes nos llevaría a los orígenes de nuestra historia... En la Antigüedad... El gran y temido Alejandro Magno contaba ya en sus expediciones con cronistas a sueldo que dejaban constancia de las hazañas vividas, de los lugares explorados, de las fieras descubiertas, de los manjares, tesoros y culturas encontradas...

Un recorrido por la historia de los viajes es, simplemente, un recorrido por la historia del ser humano. El afán de búsqueda, de exploración, de conquista, de descubrimiento... ha llevado a la humanidad a desplazarse de un lugar a otro, a buscar nuevos e ignotos lugares, etc." Así empieza la historia del periodismo de viajes según el libro Internet, viajes y periodismo de UOC Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Efectivamente, es ya casi una tradición la acción de contar viajes y aventuras, si es esto lo que entendemos por periodismo turístico y de viajes o lo que, en un principio, fue -según hemos leído en el

anterior párrafo-. En cuanto a esta "tradición", es importante leer algunas referencias a la misma que nos harán abrir los ojos. Por ejemplo, Juan Pablo Meneses -escritor, cronista y periodista chileno-, en una entrada de su blog titulada Periodismo de viajes, señala lo que no es el periodismo de viajes: "Escribir una buena historia durante un viaje no es lo mismo que hacer periodismo de viajes (...). Todo tiene que ver con eso que en el mundo del turismo se llama "la industria", y que no es otra cosa que los anunciantes (...). Cuando el motivo central de un artículo periodístico es el viaje en sí, y en esa publicación el "viaje" se entiende como "vacaciones", el periodista termina convertido en un turista de temporada alta que viaja a los sitios en temporada baja recolectando datos para el verano que viene. Una suerte de recomendador profesional, que publica en medios masivos para gente minoritaria que sueña, algún día, ojalá pronto, tomarse unas merecidas vacaciones."

También merece una enorme oportunidad el texto de Javier Zori del Amo para www.traveler.es con su artículo En defensa del periodismo de viajes.

Pero, volviendo al tema que nos ocupa, -ya que el anterior podría dar lugar a otra amplia investigación-, ¿significa todo lo anterior que periodismo turístico y periodismo de viajes son sinónimos? No tienen porqué, especialmente teniendo en cuenta las citas de otras obras y declaraciones de otros autores al respecto.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE) define el turismo como "la actividad o hecho de viajar por placer"; mientras la Organización Mundial del Turismo (OMT) explica que "el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de una pernoctación (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos".

Viajar, nos dice de nuevo la RAE, es "trasladarse de un lugar a otro por cualquier medio de locomoción"; es decir, el simple hecho de desplazarse de un sitio a otro.

Según estas definiciones, hay quien considera el periodismo turístico como el

hecho de, en definitiva, informar sobre la actividad de viajar por placer -acompañada de una recolección de datos y análisis, y de una redacción "poética" para adornar los lugares-.

Algunos, además, afirman que este periodismo trata de situar destinos turísticos en buen lugar en los medios de comunicación de masas -algo que se podría calificar casi de publicidad-.

En cuanto al periodismo de viajes, se le suele considerar más "bueno" o "fiel" en cuanto a que está más basado en el concepto cultural del lugar, en el aspecto humano o en que el lector no pueda encontrar lo que el periodista le está contando en ningún otro lugar del mundo.

Pero no terminan ahí las diferencias a señalar. En el libro Nuevos retos del periodismo especializado: 1 (Colección Universidad) -Francisco Esteve Ramírez, Juan Carlos Nieto Hernández-, encontramos de la mano de Ángeles Rubio Gil (Universidad Rey Juan Carlos, Madrid) que el periodismo de viajes es otro tipo dentro del periodismo turístico: "En el Periodismo Especializado Turístico propiamente dicho, pueden observarse

dos grandes áreas, atendiendo a su objeto y finalidad.

En primer lugar, el citado Periodismo de Viajes, cuyo cometido es dar a conocer destinos e infraestructuras turísticas (...). En segundo lugar, se encuentran las publicaciones periódicas de información económica especializada en gestión del sector turístico y movimiento de viajeros (...).” También se habla, en el mismo apartado del citado libro, del Periodismo Turístico, cuya principal característica “es abarcar temas muy variados y de interés para profesionales del sector y viajeros.”

Sin embargo, también hay opiniones totalmente opuestas a la anterior, como es la de Mariano Belenguer Jané - periodista especializado en viajes y profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla- en su obra Geografía y viajes en el periodismo científico: “Con frecuencia se asocia esta especialidad [el periodismo de viajes] al periodismo turístico. Pero esto no es del todo acertado.

Entiendo el periodismo turístico como una parte, la más comercial y empresarial, que hace referencia a la actividad promocional de determinados destinos.

El periodismo de viajes es una especialidad mucho más compleja que perfectamente puede quedar reflejada en revistas como National Geographic, Geo, Altair, Rutas del Mundo, entre otros.

Estas publicaciones tienen todas un componente informativo en diferentes materias vinculadas con la geografía, la cultura, la sociología, entre otros.”

Basándonos en el escritor, compositor y viajero estadounidense Paul Bowles, podríamos considerar una de sus citas más famosas para diferenciar viaje y turismo y aplicar la misma distinción a ambas modalidades de periodismo especializado: “La diferencia entre un viajero y un turista es que el primero no compra billete de vuelta”.

“Quizás hoy, las desigualdades entre el turista y el viajero, para los que defienden esta distinción, sean más difíciles de detectar, pues muchos autores han manifestado que lo que principalmente los diferencia es la narración del viaje y, actualmente, casi todos escriben vivencias de los lugares que visitan, ya sean aventureras y arriesgadas o programadas y tranquilas.

Además, la democratización de los viajes propicia que todo tipo de personas visite los mismos lugares, coincida en los mismos transportes, realice actividades similares, entre otros.

De modo que, lo único que pudiera distinguirlos sea la forma de viajar, es decir, su visión, interés e integración con el lugar y sus habitantes.” Así lo cree Virginia Martínez Escalona en su Análisis de los portales de viajes de los periódicos españoles de referencia. Los casos de “elviajero.com” y “ocholeguas.com” para la Universidad de La Laguna.

“Al turista se le considera como un mero consumidor de un producto comercial con unos objetivos fundamentalmente de ocio y descanso, mientras que el viajero o visitante tendría un sentido más selectivo y unas aspiraciones de carácter cultural e intelectual.” Y así Francisco Esteve Ramírez y Javier Fernández del Moral en su obra Áreas de especialización periodística.

En *Viaggiare con la parola*, de Liverani Canals, se considera también otro aspecto: “el periodismo de viajes se distancia del periodismo turístico y del discurso publicitario para convertirse en

periodismo de divulgación cultural, científica y etnográfica. Un periodismo de viajes capaz de denunciar y que no oculta la foto realista.”

Así podríamos continuar citando a autores, obras e instituciones en un largo etcétera y seguiríamos sin llegar a ninguna parte. No obstante, y para el lector interesado en el tema, dejo aquí constancia de algunos otros libros, artículos y lugares en los que buscar información -además de los ya citados-.

- Periodismo turístico: Análisis del Turismo a través de las portadas (Antonio Rodríguez Ruibal).
- Defensoría del lector en tres periódicos colombianos, 1992-2007 (Luis Alfonso Yepes Bustamante)
- El viaje imposible: el turismo y sus imágenes (Marc Auge)
- La divulgación etnográfica a través del periodismo de viajes (Mariano Belenguer Jané)
- Escribir literatura de viajes (Morag Campbell)
- Travel literature through the Ages: An Anthology (Percy G. Adams)
- Periodismo especializado en Turismo. Necesidad de la reflexión y

documentación (José Manuel De Pablos Coello)

- Historia y Naturaleza del periodismo de viajes (Pedro Eduardo Rivas Nieto)

En general, casi cualquier obra de autores como Mariano Belenguer Jané habla sobre estas especializaciones. También algunas de Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve Ramírez.

También las bibliotecas de las facultades de comunicación o de las ciencias de la información/comunicación suelen poseer una gran cantidad de obras relacionadas con el tema; tal es el caso de la biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Es posible, además, utilizar recursos electrónicos de carácter libre; especialmente a través de plataformas o catálogos online como Dialnet (catálogo completo de recursos electrónicos divididos en revistas, artículos o libros especializados), Google Académico o CINDOC (Centro de Información y Documentación Científica) Así como la consulta de catálogos de las bibliotecas más importantes, nacionales e internacionales -mediante su consulta física o virtual-. Una mención especial

merece la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos, que ha comenzado a desarrollar la primera Biblioteca Turística de la Provincia de San Luis (Argentina).

Por último, citar algunas publicaciones impresas periódicas especializadas en viajes y turismo, como el suplemento turístico del diario El País -disponible cada viernes con el periódico-, llamado El Viajero; Diario de Viajes -revista anual editada por FEPET, Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo-; Viajar -del diario el Periódico-; o National Geographic, entre otros.

Así pues, y tras todo lo estudiado, nos hemos dado cuenta de que no existe un consenso a la hora de unir los conceptos de periodismo turístico y periodismo de viajes. Tampoco existen unas distinciones claras.

Lo único que sí podemos apreciar, a modo de conclusión, es que sí hay dos premisas que todos los autores y estudiosos parecen tener claros en estas especializaciones: la existencia de un aspecto “vendible”, de publicidad o marketing, de promoción, con el único fin

de obtener beneficio económico; y la de un aspecto centrado en descubrir y entender la cultura, la gente, las calles y, en definitiva, la realidad objetiva de un lugar. El único problema al respecto es cuál de las dos denominaciones se lleva qué parte. Y ahí es donde surge la discordia.

En el Diplomado en Periodismo Turístico en el que he tomado parte, se hace hincapié -entre todos y cada uno de los participantes, así como por parte del profesor, Miguel Ledhesma- en la necesidad de crear un código o una regulación respecto al periodismo turístico y la labor del periodista. La principal razón por la que he escogido desarrollar este tema es para secundar esta idea, por el simple hecho de que no se llegará a un acuerdo, a un consenso y,

por tanto, a un mayor conocimiento del tema si no se crea una base legal o acuerdo explícito en el que se fundamente. El principal problema no es tanto la discordia entre autores sino el hecho de que dicho debate está basado en opiniones casi abstractas por la falta de regulación de la materia.

Así pues, y para terminar, aunque es imposible aún sacar algo en claro de todo este trabajo, me consta que no lo será en un futuro próximo gracias a la labor de diversas entidades y personas que la llevan a cabo, como las que colaboran en el diplomado. Luchemos entonces por definir las nuevas modalidades y materias de la realidad que nos ha tocado vivir, con el objetivo de conseguir así un consenso global en el que estas se basen.

Sujetos

¿Cuál es la diferencia (en tu opinión) entre turismo y viajes? ¿Y cuál (en tu opinión) entre Periodismo Turístico y Periodismo de Viajes?

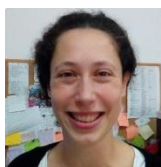
- **Profesionales del Turismo**

Petra Baričević, Guía turístico
"Viajar es cuando una persona va de un lugar a otro. Turismo es viajar a algún lugar donde una persona no vive y donde la persona no está más tiempo que un año por diferentes razones, como divertirse o trabajar. Periodismo Turístico puede estar basado en la descripción de un lugar. Periodismo de Viajes puede estar basado en cómo viajar de un lugar a otro. Pero al final, creo que pueden ser lo mismo."

Respuesta originariamente en inglés como sigue:

"Travelling is when a person goes from one place to another place. Tourism is to travel to some place where a person doesn't live and where person doesn't stay longer than a year for different reasons like fun or work.

Tourist journalism can be based on the description of one place. Travel journalism can be based how to travel from one to another place. But at the end I think that it can be the same.")



Vedrana KLjaic, empleada de una agencia de viajes

"Viaje es un término más amplio que turismo y las diferencias radican en las razones por las que alguien viaja. Si la razón es negocios, educación, religión, salud, entonces no es turismo. Si la razón para viajar es el descanso o el recreo, entonces es turismo.

Así, la historia de un tour de vacaciones en Bali es una historia turística y también de viajes, y una historia de cómo alguien viaja a una institución de salud donde recibe un tratamiento que le salvará la vida, sería una historia de viajes. Básicamente todas las historias son historias de viajes, y algunas son también historias turísticas"

(Respuesta originariamente en inglés como sigue:

"Travel is a wider term than tourism and the differences lay in the reasons why someone travels. If the reason is business, education, religion, health than it's not tourism. If the reason for travel is rest and recreation than that's tourism.

So a story on a vacation tour in Bali is a tourist story as well as a travel story, and story of how someone traveled to a health institution where they received a life saving treatment would be a travel story. Basically all stories are travel stories, and some are also tourism stories.")

Javeed Ahmad Palla, guía turístico

Cuando miras al viaje y al turismo estás mirando a la relación económica entre países o regiones donde la gente visitará y estimulará la economía. Cuando miras al turismo, miras al acto de visitar un área que tiene algún valor para gastar dinero en la misma. En contrapartida esa área que es visitada recibe una ganancia financiera por tener que soportar una infraestructura para respaldar una población extra fuera de los ciudadanos que pagan tasas dentro del área. Cuando hablas de viajar hablas de aquellos que visitan una región particular y las compañías que proveen los servicios para llegar y estar en un lugar en particular. El beneficio financiero de ello es que el cliente pagará por ir y por la estancia.

El periodismo se define para explicar la verdad... Es comunicación de masas, donde gente relacionada en él están al tanto de lo que hoy pasa en todo este mundo. El periodismo turístico o de viajes se explicaría como explorar el mundo, donde una persona tiene posibilidades de estar, lo que él o ella quieran visitar, nacional o internacional. El turista obtiene información sobre la cultura, los lugares y los países que él o ella visitó...

Respuesta originariamente en inglés como sigue:

When you are looking at travel and tourism you are looking at the economic relationship within countries or regions where people will visit and boost the economy.

When you are looking at tourism you are looking at the act of visiting an area that has some value in spending money in that area. In turn the area that it visited gets financial gain from having to support an info structure to support an extra population outside of the citizens that pay taxes within the area.

When you look at travel you are looking at those who visit a particular region and the companies that provide the means of getting to and staying at a particular location. The financial benefit to this is that the customer will pay to travel to and stay at a location.

Journalism is defined to explain truth. Its mass communication thing where related peoples in it put aware of today a happening all over in this world. Tourist or travel would be explained as exploring world, where a person got possibilities to be wherever he / she want to visit, wether domestic or international. Tourist get information about culture, the places and the countries he/ she visited...)

Se trató de contactar con muchos otros trabajadores del sector pero no se obtuvo respuesta alguna.

- **Ciudadanos**

Laura Plaza

Para mí un viaje es el hecho de desplazarte, un viaje puede ser un desplazamiento en tren. El turismo se produce cuando ese viaje supone cierta actividad de cualquier tipo, ya sea cultural, social...

Yo creo que Periodismo de Viajes es precisamente eso, hablar de un lugar o el hecho de ir a un lugar; y el Periodismo Turístico es contar las actividades que hacer durante el viaje.

Pedro Andrés Castilla

Para mí viajar consiste en descubrir diferentes lugares, costumbres, culturas, personas, entre otras cosas que antes asociaba al turismo pero que ahora creo que esta palabra, turismo, ha perdido esa acepción y ha quedado reducida a algo más comercial y que la antigua acepción de turismo la ha recogido el viajar.

Debido a mi idea anterior creo que el periodismo turístico ha quedado relegado casi por completo a una publicidad de hoteles, lugares de ocio, propuestas de actividades organizadas, entre otros, mientras que el periodismo de viajes trata de alimentar nuestras ganas por descubrir otros lugares.



Mercedes Zorita

En el turismo viajas más; viajar puede ser sólo una vez y el turismo lo veo como algo más periódico. Por viajar entiendo simplemente que te muevas de un sitio a otro, puedes ir a un spa, a una casa en la montaña o la playa, y eso sería un viaje. El turismo es más cuando viajas y te vas a conocer a la ciudad; puede ser turismo cultural, para ver sitios (monumentos, museos...), deportivo (estadios...); turismo de toda clase. Es cuando vas y sigues una ruta para descubrir los lugares importantes de un sitio, o cuando intentas descubrir la cultura de un país conociendo a la gente, su historia, entre otros.

Por Periodismo de Viajes entiendo por ejemplo un reportaje en el que vas a enseñar un hotel de algún lugar y hables de su calidad, o de una playa, entre otros. Y el Periodismo Turístico, para mí un ejemplo sería Españoles por el Mundo (un programa de televisión de reportajes en el que muestras una ciudad o país centrándote más en sus calles, su cultura, su historia, sus monumentos importantes...). Cuando haces un reportaje detallado; digamos el "porqué" de la ciudad.



Rubén Pulido

El concepto de viajar, para mí, es desplazarse de un sitio a otro, recorrer una distancia desde un punto de partida a un destino (normalmente asimilamos más a viajar el hecho de recorrer una distancia elevada o ir de una ciudad a otra). Turismo, en cambio, es conocer la cultura, monumentos e historia de un sitio en particular (hayas viajado o no en tu propia ciudad, ya sea desde museos a monumentos o gastronomía...).

Periodismo de viajes, para mí, pueden ser reportajes sobre accidentes en las carreteras, de aviones, barcos hundidos, gente que sale de vacaciones o llega de las mismas... En cuanto al Periodismo Turístico, lo veo más como reportajes sobre esas zonas a visitar, teatros, gastronomía de cada ciudad o país, costumbres, entre otros.

José Manuel Sarabia

El turismo es una actividad masificada, dirigida, y, en la mayor parte de las ocasiones, banal. El turista quiere contar con las máximas comodidades y espera un destino de postal, del que poder presumir con los amigos. Viajar es una actividad más íntima, de disfrute del trayecto y de descubrimiento del lugar de destino. El viajero da más importancia a las experiencias personales, y presta más atención a la realidad de los lugares visitados, a sus culturas y a sus gentes.

El periodismo turístico se centra en destinos, muchas veces espectaculares, primando la fotografía sobre el texto. El periodismo de viajes desarrolla toda la experiencia de viajar. Desde la preparación del viaje, pasando por el trayecto, y, por supuesto, el destino. Prima el texto sobre la fotografía, aunque ésta suele ser espectacular, el cual es mucho más detallada y minuciosa, narrativa.

● **Gobierno**

Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía (el miembro en cuestión prefiere mantenerse en el anonimato)

El turismo es un concepto mayor que engloba a una actividad económica en su conjunto, a toda una industria, a toda la riqueza y empleo que genera en un territorio determinado.

Los viajes, por su parte, se refieren más a una actividad personal, a la experiencia de cada persona que se

desplaza para visitar un lugar diferente a su residencia habitual.

El periodismo de viajes entronca con una tradición literaria, con las crónicas de viajes escritas por literatos desde hace siglos, y que en la actualidad se refleja en publicaciones que basan sus contenidos en guías para visitar destinos.

Es un tipo de periodismo experiencial y descriptivo, normalmente contado en primera persona, que ofrece sugerencias y recomendaciones sobre qué ver y qué hacer, muy ligado al periodismo de servicio.

No obstante, el periodismo turístico, que apenas existe en España, tiene que ver con una área de especialización periodística dentro de la economía que informa, interpreta y analiza el comportamiento de los mercados, de los destinos y de las empresas, sus cifras, resultados y protagonistas.

Se trató de contactar con otros organismos gubernamentales y estatales pero no se obtuvo respuesta alguna.

● **Empresarios**

Se trató de contactar con diversas empresas del sector turístico (hoteles, agencias de viajes...) y sus empresarios pero no se obtuvo respuesta alguna

● **Periodistas/Comunicadores**



Francisco Pérez

La palabra turismo engloba el término viaje, mientras que este tiene en el turismo solo una opción (el por qué se realiza). Viajar es trasladarse de un lugar a otro, bien por motivos de trabajo, familiares, de placer, entre otros, mientras que el turismo implica tiempo de asueto y también deseo de conocer otros lugares y culturas.

Me parece que mientras en los términos Turismo y Viaje hay diferencias notorias, entre el Periodismo Turístico y el de Viajes existen unas imbricaciones notables. Y es que ambos tienen un denominador común: el lector desea saber cómo, cuándo y por qué medio o vía es mejor trasladarse a un lugar determinado. Y como valor añadido, el hecho de que no sea un viaje turístico no implica que el periodista no pueda

aconsejar determinadas visitas para que aquel que no acude por placer al lugar de destino pueda gozar también en sus horas libres de la oferta cultural o lúdica de este.

Manuel Conradi

Me parece que hay un poco de cuento con eso. Muchos turistas se consideran viajeros pero en el fondo creo que son. (Somos) turistas, aunque cada uno a su manera. Los hay de corta o larga duración, con mucho o poco dinero, tranquilos o de aventuras, organizados o por su cuenta, que se meten en una burbuja o se integran... los segundos parecen adaptarse mejor al concepto de viajeros, pero si lo hacen por ocio, no por necesidad, creo que siguen siendo turistas.

Pues un poco lo de antes. Hay distintos tipos de turismo y de necesidades informativas. Esta. claro que a mi me interesa menos un reportaje sobre compras que uno sobre una tribu o un parque nacional, pero me parece un poco presuntuoso llamarlos de viaje.

Se intentó contactar con muchos otros periodistas pero no se obtuvo respuesta alguna.

● **Turistas**



Antonio García

Los viajes podemos hacerlos por diferentes motivos, ya sean familiares, negocios, entre otros. El hecho de viajar no implica nada más allá de esto. Podríamos viajar y no saber o aprender nada de los lugares a los que vamos o visitamos. Viajando, podríamos salir de Estambul, hacer escala en París, llegar a Londres y no ser capaces de explicar si Santa Sofía es tan impresionante cómo se dice, si montmartre tiene realmente ese aire bohemio o si el Big Ben está en hora ya que solo hemos conocido unas impersonales habitaciones de hotel.

Sin embargo, el turismo, en mi opinión, es visitar otras zonas, ciudades o países y estar en contacto con otras gentes, culturas, costumbres o tradiciones y aprender o enriquecerme lo máximo posible de ellas.

En definitiva, los viajes o viajar, bajo mi punto de vista, es el simple hecho de desplazarse de un lugar a otro, mientras que el turismo es conocer los lugares a los que vamos.

En mi opinión, el periodismo turístico está orientado a transmitir o divulgar los atractivos, ya sean recreativos, geográficos o culturales que una región o país pueda poseer, así como informar sobre las

infraestructuras turísticas del mismo.

Por otro lado, el periodismo de viajes intenta mostrar una visión real, informar sobre la situación política o mostrarnos la vida, costumbres y situación de la gente que habita las diferentes regiones del país.

Carly Thornton

El turismo para mí es más superficial, corto, una visión condensada de una cultura. Es más comercial y algunas veces deja a la gente con una sesgada perspectiva de cómo es realmente un lugar. Para mí viajar es cuando te alejas de las rutas turísticas y exploras la verdadera cultura de un sitio, y conoces a la gente que vive en él. A menudo, esto puede requerir pasar grandes cantidades de tiempo en un único lugar en vez de moverte por varios. El turismo es una lista de cuadros que sientes que debes marcar para decir "sí, he estado allí." El viaje empieza cuando lanzas tu guía de viajes por la ventana, y empiezas decidiendo dónde ir según cómo te sientes y a quien conoces en lugar de según "lo que se supone que tienes que ver."

El periodismo turístico evoca ideas de lugares publicitados como los productos que se venden en una revista. Todas las atracciones más populares y las cosas más famosas de ver las cubriría el periodismo turístico. Todo lo más destacado y las razones para ir a un destino las cubriría este periodismo. En el periodismo de viajes los lugares inusuales pueden cubrirse, o los temas de interés más específicos, sin el fin de vender algo. Por ejemplo, puedes encontrar un artículo de diferentes especies en peligro de extinción en el mundo o paisajes cambiantes o un debate sobre el movimiento de culturas en alguna parte del mundo. Quizás una publicación de viajes también discutirá cosas como modos alternativos de viajar, como el coach surfing o "airbnb" o "blablacar", o ideas sobre el autostop, donde un diario turístico tendería a promocionar ciertas compañías como las de autobuses turísticos, etc.

Respuesta originariamente en inglés como sigue:

Tourism to me is a more superficial, short, condensed view of a culture. It is more commercial, and sometimes leaves people with a skewed perspective of what a place is really like. To me travelling is when you step off the "beaten track" and explore the true culture of a place and get to know the people who live there. Often this can require spending greater amounts of time in a single place rather than moving around to many places. Tourism is a list of boxes you feel you must tick off to say "yes I have been there". Travelling begins where you throw your travel guide out the window, and start determining where to go by how you feel and who you meet instead of what you are "supposed to see".

Tourist Journalism evokes thoughts of advertising places as products being sold in a magazine. All the most popular attractions and famous things to see would be covered in tourist journalism. All the highlights and reasons to go to a destination would be covered in tourist journalism. In Travel Journalism unusual places might be covered, or more specific topics of interest without any goal of selling anything. For example perhaps you might find an article on different endangered species in the world or changing landscapes or a discussion on shifting culture in some part of the world. Maybe a travel journal would also discuss things like alternative modes of travelling, like couch surfing or airbnb or blabla car, or thoughts about hitchhiking around, where a tourist journal would tend to promote certain companies such as bus tour companies etc.)



Adam Hodge

Creo que hay una diferencia de implicación personal entre turismo y viajes, y que hacer turismo es algo que se puede hacer "de paso" porque es conocer un elemento de cultura concreto (e.g. su cocina o arquitectura románica) que puede durar más o menos tiempo, pero que será una experiencia "aislada" que así se puede presentar e incluso vender. Sin embargo, viajar implica buscar el tiempo (¡y dinero!) para abrirte a experiencias novedosas que incluirán sin duda momentos de turismo. Y así en mi opinión puedes hacer turismo en momentos concretos mientras estás viajando pero no al revés.

No lo sé, pero quizá el periodismo turístico pretende darse a conocer elementos específicos de un lugar o cultura a los lectores, como podría ser la bonita costa que tiene un lugar y una fiesta interesante que se celebra allí en cierta fecha cada año. El lector sabe entonces que existen estos elementos y puede o no decidir incluirlos en un itinerario. Y entonces el periodismo de viajes trataría de un relato personal interpretando esos elementos con una narrativa personal. Diez personas que asistieran a tal celebración costera tendrían experiencias variadas llenas de sorpresas y descubrimientos distintos, y el relato personal de cada persona sería para mi periodismo de viajes.



Ana Paola Guerra

Para mí, el turismo es el sector que está organizado para los viajeros. El turismo es organizar y actuar en las vacaciones del viajero. Viajar es la acción de ir fuera, a otro lugar de otra forma de dónde tú vives; por placer, estudios o razones laborales. Viajeros si van fuera, si son razones turísticas, entonces son turistas. Para mí la diferencia es que el turismo es el sector comercial que organiza las vacaciones y como turista vas y disfrutas actividades de ocio en tus vacaciones. Cuando eres viajero, por otra parte, no vas necesariamente por razones turísticas, como mencioné antes, pueden ser razones relacionadas con el trabajo o la escuela por las que vas fuera.

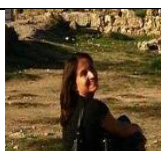
La diferencia entre periodismo turístico y periodismo de viajes para mí está relacionada con la primera pregunta. Si eres periodista turístico informas de actividades de ocio para mochileros, familias o personas individuales que buscan diversión o actividades relacionadas con el turismo. El periodismo de viajes puede estar dirigido a otros sectores como negocios, medicina, estudiantes, no sólo turistas. Las cosas sobre las que puedes escribir podrían ser más serias y no sólo relacionadas con la diversión. Por ejemplo, puedes

estar escribiendo un artículo dirigido a hombres de negocio que van a Sevilla y recomendar hoteles con salas de reuniones de negocios, Wifi, más cercanos a estaciones de metro, etc. Mientras que cuando escribes sobre turismo puedes recomendar a mochileros los hoteles más baratos, bares, lugares de fiesta, restaurantes, entre otros.

Respuesta originariamente en inglés como sigue:

To me tourism is the sector that is organized for travelers. Tourism is organizing and operating of the traveler's vacation. Traveling is the action of going abroad to another place other than where you live for; leisure, study, or working reasons. Travelers if going abroad for touristic reasons then they are tourists. To me the difference is tourism is the commercial sector that organizes vacations and being a tourist you go to enjoy leisure activities on your vacation. When being a traveler on the other hand, you are not necessarily going for touristic reasons, as mentioned earlier it could be work, or school related reasons for your going abroad.

To me the difference is quite related to the first question. If you are a touristic journalist you are reporting on leisure activities for backpackers, families, or individuals who are looking for fun or touristic related activities. Travel journalism may be directed to other sectors such as businessmen, doctors, students, not just tourists. The things you might write about might be more serious and not just fun related, for example you might be writing an article directed to businessmen going to Seville and recommending hotels with business meeting rooms, wifi, closeness to metros, etc. Whereas, when you write about tourism you might be recommending a backpacker the cheapest hotels, bars, parties, restaurants, ...)



Denisse Mandekic

En mi opinión, la diferencia entre turismo y viajes está en el hecho de que el turismo principalmente se relaciona con la industria en sí misma, es decir, la promoción de destinos ya populares haciendo énfasis en productos turísticos (eventos, marcas turísticas, entre otros).

Viajar es un concepto mucho más amplio, es decir, el viajero no es necesariamente turista. Los viajeros con frecuencia prefieren lugares menos populares y publicitados, conocer a la gente del lugar y ser introducido en la cultura a través de sus ojos. Además, viajar también incluye visitar sitios remotos que no están en mapas turísticos o puntuados en TripAdvisor. Yo llamaría a los viajeros "turistas con un sentido de la aventura".

Para periodismo turístico vs. Periodismo de viajes, pienso que el periodismo turístico tiene más respaldo y patrocinio, y está con frecuencia financiado por diferentes entidades turísticas -consejos turísticos, agencias

de viajes, etc.-. El periodismo de viajes, por otra parte, puede que tenga una mayor escala de "libertad" en la expresión y selección de diferentes lugares, que no sean necesariamente destinos turísticos. Creo que los periodistas turísticos más deseados son profesionales en este campo, mientras que los periodistas de viajes pueden también ser novatos, entusiastas del viaje, que escriben creativamente en sus blogs, describen sus experiencias en foros de viaje, escriben reseñas en diferentes webs de viaje, entre otros.

Respuesta originariamente en inglés como sigue:

In my opinion, the difference between tourism and travel is in the fact that tourism mostly relates to the industry itself, i.e. promotion of the already popular destinations with emphasis on tourism products (events, tourist brands, etc.). Travel is a much wider concept, i.e. a traveller is not necessarily a tourist. Travellers often prefer less popular and advertised places, getting to know the locals and being introduced to the culture through their eyes. Also, travelling also includes visiting remote places that are not on tourist maps or rated on Trip Advisor. I would call travellers "tourists with a sense of adventure".

As for tourism journalism vs. travel journalism, I think tourism journalism gets more endorsements and sponsorships, and is often funded by different tourism entities - tourist boards, tourism agencies, etc. Travel journalism, on the other hand, might have a larger scale of "freedom" in expression and selection of different places, not necessarily tourist destination. I think most desired tourism journalists are professionals in this field, while travel journalists can also be amateurs, travel enthusiasts, who do creative writing on their blogs, describe their experiences on travel forums, write reviews on different travel websites, ...)

Contexto Legal

En España, la legislación existente en torno al turismo es parcial y sesgada. No sólo no se aplica de forma muy estricta, sino que cada Comunidad Autónoma o región acata sus propias leyes. Su principal objetivo es, además, el desarrollo del mismo (al tratarse de uno de los principales destinos turísticos del mundo).

Además, la normativa de 2010 para el nuevo marco turístico europeo regula la actividad turística de toda Europa, pero su misión principal es, de nuevo, el desarrollo común del turismo para evitar competidores entre países y “seguir manteniéndonos como primera zona turística del mundo” (según el documento sobre el mismo tratado de la web de normativas europeas).

En cuanto al periodismo turístico o de viajes, es obvio que no existe un contexto legal por el que regirnos debido a la ya comentada ausencia de normalización al respecto.

Contexto Ético

Aunque tampoco existe una “normativa” ética común para este tipo de periodismo, sí podemos poner el sentido ético al descubierto atendiendo a dos aspectos.

En primer lugar la ética periodística en general, poniendo como referencia el Código Deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España). Según el mismo, y a modo de resumen, el periodista actuará siempre de acuerdo con la verdad y la libertad, garantizando el derecho a la información de los ciudadanos, y respetando siempre a todas las personas - física y jurídica.

Por otra parte, los valores éticos a los que hemos llegado como conclusión del Diplomado en Periodismo Turístico en el que tomamos parte. De ellos podemos extraer un par o tres de cuestiones principales, como son la clara diferencia entre el periodismo turístico y la publicidad o la promoción -el periodista no busca vender un lugar-, la prevalencia de la labor periodística ante cualquier otra, y la conciencia de la condición de periodista -y no de turista- del profesional.

Aplicando ambos tipos de normas, podríamos establecer las premisas principales de un código ético para el periodismo turístico y de viajes.

Contexto Histórico

Como hemos comentado en anteriores apartados, la mayoría de libros y autores sitúan los orígenes del periodismo turístico y/o de viajes en el momento mismo en que se empezaron a contar travesías o desplazamientos de personas. Podríamos hablar en ese momento de "periodistas viajeros", como establece Pedro Eduardo Rivas Nieto en su libro *Historia y naturaleza del periodismo de viajes desde el antiguo Egipto hasta la actualidad*; en el que, efectivamente, propone los inicios del periodismo de viajes en el Egipto faraónico.

Sea como sea, y aunque según estas definiciones podríamos establecer el origen del periodismo turístico casi en el nacimiento mismo de la humanidad, se desconoce cuál fue el momento en el que se empezaron a distinguir o a unir los conceptos 'periodismo turístico' y 'periodismo de viajes'. Tampoco es posible averiguar qué término se utilizó antes que otro, aunque lo más probable

fuera el segundo debido a evidentes razones -el término 'turismo' es, al fin y al cabo, un término más moderno asociado a toda una industria-.

Contexto Asociativo

En cuanto a agrupaciones, asociaciones u organismos de periodismo turístico y/o de viajes, sorprendentemente podemos encontrar bastantes en casi cualquier parte del mundo. Y digo que sorprende por el escaso reconocimiento que recibe -ya mencionado- en cualquier aspecto y desde cualquier parte. Así, en España contamos principalmente con FEPET (Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo) y distintas asociaciones comunitarias o regionales (ARPET: Asociación Aragonesa de Periodistas y Escritores de Turismo, AMPRETUR: Asociación Madrileña de Periodistas y Escritores de Turismo, entre otros.). A nivel internacional cabe destacar la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos (Sudamérica), principal eje del Diplomado.

Referencias en los Medios

Tendremos en cuenta, por último, y para una ampliación de visiones, algunas noticias o publicaciones de blogs que hacen referencia al tema. Aún así, no son

muchas las noticias -como tales- y artículos periodísticos los que podemos encontrar al respecto.

1. Cabe destacar www.blogdeviajes.com.ar que publica algunos posts interesantes al respecto, como Periodismo y turismo, una mala mezcla o Blogs, viajes y ética: cuán cerca estamos del periodismo de turismo . Ambos referencian la más que evidente necesidad de pautas y códigos -incluso éticos- que regulen esta especialización como tal, y no como blogs y meros contadores de historias de viajes.
2. En Viajes y ética , del blog Kau Media (de reflexiones sobre periodistas y medios), encontramos una profunda reflexión al

mismo aspecto: ética, blogs, viajes, periodismo y turismo.

3. "Un marco incomparable" y otros pegajosos tópicos del periodismo de viajes , pone de manifiesto una vez más el poco conocimiento y la poca conciencia que hay con respecto al periodismo turístico. Mediante la ejemplificación de metáforas y lenguaje literario ya manido por todos los "periodistas" que tratan de ser escritores en el tema, nos provoca unas risas a costa de nuestra propia ignorancia.
4. Periodismo Turístico, nueva carrera, aunque de un modo casi publicitario, nos habla de la proclamación como estudio de esta especialidad periodística en Uruguay. Aún así, es bastante informativo.

Dedicatoria

Dedicado a Pedro, que es quien siempre me aguanta cuando el estrés me puede hasta el punto de que grito a todo el que se me acerque; a mi buena y gran amiga Merce, que es la que más ha hecho para lo poco que le he pedido; a mis compañeros de Diplomado, que son los que me han ayudado en los momentos de confusión; y a nuestro profesor, Miguel Ledhesma, por brindarme esta gran oportunidad y enseñarme tanto de la mejor forma posible: haciéndome abrir los ojos.

Agradecimientos

He de dar las gracias a todas y cada una de las personas que han aportado su granito de arena para la encuesta/entrevista de las hojas "sujetos", tanto a mis compañeros y amigos extranjeros como a los españoles. A los periodistas que saben lo que es esto y que me han echado una mano lo mejor que han podido, así como a los distintos guías turísticos y trabajadores del sector que han buscado un hueco en sus apretadas agendas para prestarme un poco de atención. Especial mención a la Junta de Andalucía, área de turismo, por su completa y diligente ayuda y participación. También a todas las personas con las que he contactado para obtener información de una u otra forma en bibliotecas, universidades, archivos y catálogos; así como las aportaciones de experiencias personales.

Pero esto no sería del todo justo si no tuviéramos en cuenta a todas las personas que ni siquiera se han dignado a dar una contestación negativa por email o a atenderme en persona. Así pues, como me parece hipócrita añadir una sección de agradecimientos sin más, hablaré de los desagradecimientos. Desagradecimientos a los periodistas, bloggers, profesores, entes gubernamentales, departamentos, hoteles, agencias de viajes, y otros trabajadores que me han hecho perder el tiempo sobremanera tratando de contactar con ellos de la forma más educada y cordial posible, y de los que no he recibido más que la más absoluta indiferencia. Supongo que estas personas nunca en su vida han tenido que buscar a alguien o pedir ayuda al comienzo de sus carreras profesionales. Gracias por nada.

Contactos del autor

Email: irenebrighter@gmail.com

Google+: Irene Álvarez

LinkedIn: Irene Álvarez Borge

Bibliografía

-Medios Virtuales

1. Blogs:

- a. Blog de viajes <http://www.blogdeviajes.com.ar/>
- b. El Boomerang (g), blog literario en español <http://www.elboomeran.com/blog-post/875/12282/juan-pablo-meneses/el-periodismo-de-viajes/>
- c. Kau Media, información y reflexiones sobre los periodistas y los medios <http://kau-media.blogspot.com.es/2007/01/viajes-y-tica.html>
- d. Mareli Yong, blog de periodismo especializado <http://mareliyong.blogspot.com.es/2012/03/definicion-de-periodismo-especializado.html>

2. Páginas web:

- a. El Rincón del Vago <http://html.rincondelvago.com/periodismo-especializado.html>
- b. Eur Lex, European Union Law <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES-EN/TXT/?qid=1425235052129&uri=URISERV:et0004&from=EN>
- c. FAPE <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- d. FEPET <http://www.fepet.info/>
- e. Hosteltur <http://www.hosteltur.com/172040-dispersion-normativa-alquiler-vacacional-perjudica-economia-espanola.html>
- f. Ministerio de Educación Gobierno de España <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque4/pag10.html>
- g. Patata Brava http://www.patatabrava.com/apuntes/apuntes_de_viajes-f74488.htm
- h. Periodismo de Viajes <http://www.periodismodeviajes.org/ensayos-de-viajes-y-herramientas/bibliograf%C3%ADa/>
- i. Periodistas turísticos, Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos <http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-periodismo-turistico-en-el-mundo/>
- j. Prezi <https://prezi.com/re7u4h02bq5a/untitled-prezi/>
- k. Traveler <http://www.traveler.es/viajes/mundo-traveler/articulos/en-defensa-del-periodismo-de-viajes/5691>
- l. Viajes El País Uruguay <http://viajes.elpais.com.uy/2010/12/03/periodismo-turistico-nueva-carrera/>
- m. Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/Javier_Fern%C3%A1ndez_del_Moral

3. Diccionarios:

- a. RAE, Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

- b. Wordreference <http://www.wordreference.com/es/>

4. Catálogos online, Bases de Datos y Revistas:

- a. Biblioteca Central Pedro Zulen
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/perparadigmatico/Conclu_1.htm
- b. Dialnet <http://dialnet.unirioja.es/>
- c. Librería Desnivel <http://www.libreriadesnivel.com/libros/historia-y-naturaleza-del-periodismo-de-viajes-desde-el-antiguo-egipto-hasta-la-actualidad/9788478133062/>
- d. Revista Tercer Milenio <http://www.periodismoucnci.cl/tercermilenio/tag/periodismo-de-viajes/>
- e. Universidad Andina Simón Bolívar <http://www.uasb.edu.ec/eventos/2004/11/comunicacion.html>
- f. Universidad Complutense de Madrid <http://eprints.ucm.es/12591/1/T32899.pdf>
- g. Universidad de La Laguna http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/168_Martinez.pdf
- h. Universidad de Sevilla http://gdus.us.es/proyectos20142015/2100041_8883_42945.pdf

-Medios Gráficos

1. Libros:

- a. Defensoría del lector en tres periódicos colombianos, 1992-2007, por Luis Alfonso Yepes
- b. La noticia médico-científica: anotaciones para su transmisión, por Guillermo Quiroz Jara
- c. Nuevos retos del periodismo especializado, por Francisco Esteve Ramírez y Juan Carlos Nieto Hernández
- d. Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística, por Mariano Belenguer Jané
- e. Periodismo turístico: Análisis del Turismo a través de las portadas, por Antonio Rodríguez Ruibal
- f. Viaggiare con la parola, por Liverani Canals

2. Otras publicaciones:

- a. El menorquín Esteban Amengual, pionero de la crónica de viajes: análisis redaccional de sus aportaciones, 1861-1872, por Miguel Ángel Limón Pons, Universidad Complutense de Madrid
- b. Geografía y viajes en el periodismo científico, por Mariano Belenguer Jané, Universidad de Sevilla
- c. Internet, viajes y periodismo, por Universidad Oberta de Catalunya

-Entrevistas

Personas entrevistadas/encuestadas para las hojas "Sujetos", vía email o cara a cara, cuyos datos figuran en las citadas hojas.

**Proyecto para la Creación del Comité Internacional
de Ética de Periodistas Turísticos**

Mientras el médico construye su ética alrededor de la vida y el abogado en torno de la justicia, el periodista lo hace sobre la base de la verdad. Los demás valores están subordinados a ella.

Javier Darío Restrepo

La importancia de la creación de códigos de Ética es primordial de destacar para el correcto funcionamiento y desarrollo de todas las profesiones...El basar la actividad en valores y principios conlleva una actitud frente a la vida, honesta y ética, que determinará el modo de actuar del ser humano tanto en su vida personal, como en su relación profesional con sus colegas y en su cotidianidad con el resto de los mortales...

Es así como el Periodismo turístico también tiene el suyo desde hace muy poco tiempo, siendo de alguna manera pionero en esta rama del periodismo. La Alianza de Periodistas turísticos con los alumnos del Diplomado en Periodismo turístico ha llevado a cabo, entre otras actividades, la tarea de crear un Código de Ética para la profesión, lo que me llevó a desarrollar como trabajo final del

Diplomado, un proyecto complementario, investigando los antecedentes existentes y analizando la mejor manera de proponer la creación un Comité Internacional de Ética para periodistas turísticos.

En una primera instancia, y para tal fin, se determinó la necesidad de crear un grupo profesional conciente del verdadero rol que debe tener un periodista turístico, que busque afianzar y promover una actividad que respete y haga respetar normas éticas tanto dentro como fuera de la profesión. Basado en valores y una actitud crítica, responsable y objetiva que ayude a la toma de conciencia de todos, de la importancia de tener una conducta ética, veraz y transparente en nuestro accionar, tanto a nivel laboral como personal, en todos los momentos de nuestra vida.

Según Javier Darío Restrepo, “el periodista debe entender que su servicio no es solo el de informar, sino que su ética debe impulsarlo a buscar, cambiar, y dar su libre opinión así sea de inconformidad; la información que se debe emitir debe ser para un aporte positivo”.

Tanto el periodismo, como la actividad turística, y más aún los periodistas

turísticos, estamos muy expuestos a desvíos y tentaciones que hay que superar, en pos del bien común. Si bien tiene mucho que ver la formación ética de la persona, es de vital importancia determinar entre todos, las bases y normas que regirán nuestra actividad profesional a corto, mediano y largo plazo.

Asimismo, el tener un comité internacional de ética que las haga cumplir y que en caso de ser necesario, las “aggiorne”, también es imprescindible, ya que de nada sirve que exista la norma, si no se cumple ni se respeta...Quedaría solo como “letra muerta” y no sería útil a los fines para los que fue creada.

Partiendo de la premisa de que los periodistas turísticos basan su accionar en dos pilares fundamentales como son el periodismo y el turismo, se definirán ambos términos en una primera instancia, para finalizar definiendo el periodismo turístico, una combinación de ambas disciplinas, sus funciones e incumbencias.

El periodismo es la actividad profesional de recolectar, investigar, analizar, procesar y publicar a la sociedad, una información veraz y relacionada con la

actualidad, en forma regular y permanente, ya sea de manera escrita, oral, visual o gráfica, con el objetivo de informar, formar o entretener. Debe cumplir con cinco principios básicos: el de actualidad, masividad, mediación, periodicidad y el de interpretar o denunciar la realidad para el bien común.

Esta actividad laboral remunerada debe basarse en valores y normas éticas que guíen la actividad del periodista, promoviendo la responsabilidad social, el compromiso permanente con la verdad, la honestidad, el acceso a la información, la generación de ciudadanía, en un ámbito democrático y de libertad de expresión.

Por otra parte, el turismo es la actividad que involucra el traslado de personas a lugares diferentes del que residen habitualmente, con distintos fines (recreación, placer, negocios, profesionales, salud, entre otros.). Incluye desde la planificación de un viaje (con todo lo que eso implica: investigación, coordinación, motivaciones, expectativas, entre otros.), la concreción del mismo, mediante el desplazamiento y estadía en distintos lugares, los gastos, las relaciones y los impactos generados

tanto a nivel social y económico, como ambiental y territorial. Comprende asimismo, la degustación de sus comidas típicas y el contacto con el espacio físico y sus atractivos naturales, la realidad cultural y social de la gente local, que son parte del patrimonio tangible e intangible de los destinos.... finalizando con el post-viaje y la incorporación por parte del viajero de la experiencia turística.

El sistema turístico implica una demanda activa, (turistas, excursionistas) y una oferta que la satisfaga (la planta turística, infraestructura y equipamiento, los atractivos turísticos (transformados en recursos turísticos), la información y los servicios turísticos), e involucra a diferentes actores sociales, como las instituciones, los gobiernos, las empresas, las ONG, los profesionales, los turistas y las poblaciones locales de los destinos turísticos.

Asimismo, es importante tener siempre presente, que el turismo no se reduce solo a una mera actividad económica, sino que es un fenómeno social y ambiental que influye en la calidad de vida de los pueblos receptores.

Esta realidad hace que se requiera un constante relevamiento, investigación y observación del desarrollo de las poblaciones anfitrionas, para lograr la sostenibilidad y sustentabilidad de las mismas, detectando, los impactos económicos, sociales y ambientales apenas se inician y su evolución posterior...

Es así que surge el Periodismo turístico, que es la rama del periodismo que informa, interpreta, o denuncia la realidad turística, educando y promoviendo una conciencia responsable sobre los efectos del turismo, la importancia de la preservación del medioambiente y de la identidad de la comunidad receptora, el cuidado de los recursos naturales y culturales, (—las consecuencias de la aculturación y de la sobreexplotación de los lugares turísticos, entre otros), incorporando la investigación, la denuncia y el análisis de los impactos de todo lo relacionado con los turistas y las poblaciones locales.

Un buen periodista turístico informa además, sobre el Sistema Turístico y el acontecer en los diferentes destinos, desde la ética, el respeto, el compromiso con la verdad, la honestidad y la

responsabilidad social, educando desde la reflexión y la crítica constructiva, con una actitud comprometida con el bien común.

Es importante destacar que para ello, el profesional debe evitar publicitar o promocionar destinos y debe ser objetivo e imparcial en su accionar, tratando de no influir en la opinión del público. De modo tal de llevar a cabo una tarea conjunta con profesionales del turismo, de gestión ambiental, y otras profesiones afines, en una labor multidisciplinaria, analizando, investigando, efectuando críticas constructivas y proponiendo mejoras para los destinos turísticos, siendo, de esta manera, artífice de una tarea de formación de la comunidad en pos del bienestar y crecimiento de la misma.

El Periodismo turístico en el Mundo

De acuerdo a lo expresado por la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos www.periodistasturisticos.com, "la especialización en turismo para periodistas comienza a construir sus cimientos a mediados del siglo XX en Europa y cobra su mayor auge en el siglo posterior teniendo a sus principales impulsores en América Latina".

"Es así como el periodismo turístico, se convierte en una importante salida laboral y se reconoce como un área del conocimiento aún no explorada del todo, lo que conlleva a que trabajadores de la comunicación se agrupen en organizaciones sin fines de lucro".

El viejo continente encabeza el ranking con 47 asociaciones, seguido por América Latina con 27. Asia se lleva el tercer lugar con 10 y América del Norte, África y Oceanía cierran la lista con 6, 4 y 2 entidades.

Por otro lado, el país con mayor cantidad de agrupaciones de periodistas turísticos es España, seguido por Francia y los Estados Unidos. (<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-periodismo-turistico-en-el-mundo>),

Debido a que el periodismo turístico es una rama del periodismo relativamente nueva, tiene muchas áreas aún por desarrollar. Una de ellas, es la concerniente a la definición de parámetros éticos que regulen esta actividad profesional.

Si bien existen numerosas Asociaciones de Periodistas Turísticos o de Prensa turística en el mundo, ninguna tiene un

Código de Ética específico con un Comité de Ética que regule su aplicación.

Debido a esta realidad, y porque cada vez hace más falta un desempeño profesional regulado y respetuoso de valores y normas éticas, es que en el presente trabajo final se propone la creación de un Comité Internacional de Ética de Periodistas Turísticos que regulará la conducta ética y la responsabilidad social de los profesionales del sector.

Dicho Comité basará su accionar en el Código Internacional de Ética para Periodistas Turísticos y estará dedicado a recepcionar las quejas y denuncias de la ciudadanía por posibles faltas a la ética cometidas por los medios de comunicación, organismos gubernamentales y empresas e instituciones vinculadas al turismo. Con base en el Reglamento que se establezca, el Comité de Ética emitirá resoluciones y dictámenes en atención a las quejas recibidas de los ciudadanos.

De esta manera, se proyecta lograr un periodismo turístico conciente, responsable y ético, en todo el mundo (tanto el Código de Ética como la reglamentación del Comité de Ética

propuesto serán traducidos a la mayor cantidad de idiomas posible, en su momento) con el objetivo de contribuir al mejoramiento y profesionalidad del periodismo turístico, ejercido de una manera conciente, holística, ética y responsable.

Objeto de Creación:

Proyecto para la creación de un Comité Internacional de Ética de periodistas turísticos. Reglamentación de su funcionamiento.

- Investigar y presentar los antecedentes directos o indirectos del proyecto.

Cuando se piensa en la ética referida al ejercicio del periodismo, es inevitable recordar la ya célebre frase del escritor Gabriel García Márquez: "La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón".

Por otra parte, Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán, en su libro "Ética para periodistas" realizan un estudio comparado de códigos de ética de todo el mundo, y expresan que "cuando se tienen delante de sí, 68 códigos de ética de 5 continentes (...) la primera

comprobación es que existe un sentimiento universal sobre la necesidad de que el periodismo tenga unas normas reguladoras de su actividad” (Herrán y Restrepo, 1999, p. 65).

Los Códigos de Ética son normas éticas agrupadas. Hugo Aznar (1999, p. 17) los define como aquellos “documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional. Los códigos deontológicos se ocupan de los aspectos más sustanciales y fundamentales de un ejercicio profesional, aquellos que entrañan su específica dimensión ética”.

Hay códigos nacionales, adoptados por los gremios y/o asociaciones de periodistas de cada país. Hay códigos y/o manuales de estilo de un medio específico. Como observa Aznar los códigos “no resuelven ni pueden resolver por sí solos todos los problemas éticos y deontológicos del mundo de la comunicación”. Respecto a los códigos deontológicos, se considera que muchas veces funcionan más como una guía de comportamiento que como mecanismo de coacción.

(http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Documento_periodismo%20y%20%C3%A9tica.pdf)

Como mecanismo de autorregulación, el Comité de ética del periodismo puede definirse como “un organismo independiente que estudia las quejas que le llegan sobre la actuación de los medios y que, cuando merece el caso, emite una resolución juzgando dicha actuación desde un punto de vista deontológico” (Aznar, 1999, p. 235).

Su composición puede estar integrada por personalidades internas y externas al mundo de la comunicación. Si bien, en todos los casos se trata de personas con reconocido prestigio y credibilidad moral. Este hecho le ha valido el calificativo de ser el mecanismo más completo y de representar la conciencia moral colectiva de la comunicación social (Aznar, 1999, p. 203 y ss).

Aunque las características de los Comités de Ética pueden variar, la participación del público es un requisito esencial para el funcionamiento de todos ellos.

Específicamente, en el caso que nos incumbe, el Comité de Ética de

Periodistas Turísticos es el órgano responsable de interpretar, aplicar y evaluar las disposiciones del Código Ético del Periodismo turístico.

A éste puede dirigirse cualquier persona física o jurídica que se haya sentido agraviada por acciones llevadas a cabo por los actores vinculados al turismo (organismos gubernamentales, empresas, instituciones, entre otros.) o la información no veraz publicada por periodistas turísticos sobre turistas o comunidades receptoras de destinos.

Si bien en el mundo, existen numerosas Asociaciones de Periodistas y escritores de Turismo en algunos casos o de Prensa Turística, en otros, no se han encontrado antecedentes referidos a la existencia de Códigos de Ética Periodística en Turismo, tanto en Latinoamérica como en el mundo. Por ende, tampoco Comités de Ética que regulen su accionar. De hecho, De este modo, no sólo el Periodismo Turístico logrará tener el primer Código de ética periodística en turismo del mundo, sino que éste también será el primer antecedente de un Código de Ética periodística especializada.

ni siquiera existen Códigos de Ética de Periodismo Especializados.

Por ejemplo, en España según la investigación de Néstor Amorín, alumno del Diplomado de Periodistas Turísticos, habría 15 agrupaciones de periodistas turísticos y ninguna de ellas ha presentado un Código de Ética ni propuesto un Comité de Ética que regule su accionar.

(<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-periodismo-turistico-en-el-mundo/>)

De alguna manera, la publicación del Código de Ética de Periodismo Especializado en Turismo, será “pionera” en este campo, como así también la presente propuesta de la conformación de un Comité de Ética que haga respetar las normas y conductas vertidas en el Código mencionado.

- Delimitar plazos de su desarrollo previo, finalización, puesta en funcionamiento, publicación, entre otros.

Existe una necesidad y urgencia en su aplicación en pos de valorizar la tarea periodística enfocada en el turismo, ambas actividades colmadas de objetivos sociales y humanitarios para el Bien

Común. Es así, que el Comité de Ética se constituirá inmediatamente después que se difunda el Código de Ética para Periodistas turísticos, momento en que comenzará a actuar, defendiendo la ética,

el respeto, la credibilidad, la responsabilidad de exponer la verdad y la honestidad de la profesión.

Actividades	Fecha inicio	Duración en días	Fecha finalización
Publicación del Código Internacional de Ética de PT	5/2015		
Constitución del Comité Central	6/2015	30	7/2015
Revisión del Proyecto por el Comité Central	7/2015	60	9/2015
Publicación del Proyecto de la Creación del Comité Internacional de Ética de PT con su Reglamentación	9/15		
Constitución de los Comités Regionales	10/2015	60	12/2015
Implementación de la pág. Web para denuncias	10/2015	60	12/2015
Invitación a las Asociaciones de PT a respetar el Código	10/2015	60	12/2015
Puesta en marcha del Comité Internacional de Ética de PT.	12/2015		

Se propone la creación del Comité Internacional de Ética del Periodismo turístico (CIEPT) que basará su accionar en los principios recogidos en el Código Internacional de Ética de la Alianza

Latinoamericana de Periodistas Turísticos. Dicho Comité será un órgano de autorregulación en materia de ética informativa de la labor que realizan los

periodistas turísticos, asociados o no a la mencionada asociación.

Con el objetivo de contribuir decididamente a allanar el camino del desarrollo responsable del periodismo turístico, promoviendo la aplicación en la práctica del Código de Ética mencionado, haciéndolo conocer a nivel de los profesionales del sector, los turistas y el público en general; la incorporación de sus principios en los reglamentos o los códigos de conducta profesionales; y los procedimientos de denuncia y conciliación para la solución de litigios.

Misión: Crear un Comité internacional de ética de PT que regule y promueva con eficacia una actividad profesional ética y responsable, que respete y haga respetar los principios y valores, enunciados en el Código de Ética de PT.

Visión:

Lograr que el Código Internacional de Ética de los y las Periodistas Turísticos sea tomado como referente a nivel nacional e internacional, sea regulado por un Comité de Ética que base su accionar en valores y principios vinculados con la honestidad, la ética y la transparencia de la actividad profesional de periodistas turísticos comprometidos, concientes y

solidarios, y que tenga al bien común como principal objetivo.

Objetivos: Dicho Comité cumplirá en este ámbito una labor tanto preventiva como resolutive y será el encargado de velar por la ética informativa de los medios de comunicación social y de denunciar procedimientos no éticos por parte de empresarios, instituciones gubernamentales, turistas, ciudadanos y otros actores vinculados al turismo.

El Comité aplica en el estudio de los casos y en sus resoluciones, los principios de la ética puestos de manifiesto en el Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos. Su objetivo es regular y defender los principios y valores relacionados con la ética del periodista turístico en su accionar con la sociedad, defendiendo la imagen profesional del mismo.

De esta manera, se propugna el reconocimiento de la profesión y su importante papel asignado para la integración turística de los países. Asimismo, se propiciará la conciencia en la sociedad de que la ética y la transparencia sean tenidas en cuenta en todas las situaciones en las que se vincule al periodismo con el turismo.

Reglamentación del Comité Internacional de Ética del Periodismo Turístico

a) Se creará un Comité Internacional de Ética del Periodismo turístico, como órgano independiente e imparcial, responsable de interpretar, aplicar y evaluar las disposiciones del Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos.

b) Las funciones del Comité Internacional de Ética del Periodismo Turístico serán:

a) la promoción y difusión del Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos; b) la evaluación y el seguimiento de la aplicación del Código Ético; c) la denuncia y conciliación para la solución de litigios respecto a la aplicación e interpretación del Código. La función conciliadora se adaptará para ofrecer un mecanismo flexible y accesible de consulta y clarificación a las distintas partes, incluida la sociedad civil. En caso que no se llegara a lograr, la penalización correspondiente para el infractor; h) la investigación y la publicación de informes, recomendaciones y observaciones sobre cuestiones de ética relacionadas con el periodismo turístico.

c) Se invitará a participar a todas las organizaciones de periodistas turísticos del mundo, a profesionales independientes de la prensa turística y de los organismos oficiales de turismo.

d) Los miembros fundadores del mencionado Comité de Ética, serán periodistas turísticos diplomados por la Alianza Latinoamericana de Periodistas turísticos, los que constituirán el Comité Central. El Presidente inicial será el actual Presidente de dicha agrupación, debido a la vasta experiencia de la Alianza Latinoamericana en el tema, sumada a la exhaustiva investigación multidisciplinaria realizada para la creación del Código Internacional de Ética para Periodistas Turísticos.

Además, se constituirán Comités Regionales que dependerán del Comité Central.

e) El Comité Central estará compuesto por siete miembros titulares eminentes, de diferentes países preferentemente, independientes de los gobiernos, uno de los cuales será el Presidente. Deberán ser periodistas turísticos. Los miembros del Comité Central elegirán al Presidente por dos años, el que podrá ser reelegido por

un nuevo periodo solo una vez consecutiva, no habiendo limitaciones en cuanto a periodos discontinuos. Se sugiere la inclusión de un asesor letrado.

f) Los Comités Regionales: Habrá uno por país y estarán integrados por un máximo de trece profesionales que serán designados por el Comité Central por un periodo de 2 años para el que podrán ser reelegidos. Cada Comité Regional tendrá un Presidente, que deberá ser periodista turístico, el que será elegido por los miembros del mismo. Podrán postularse periodistas turísticos o profesionales provenientes del periodismo y/o del turismo, (en lo posible de ambas profesiones en igual proporción). Pudiendo ser tanto profesionales asociados a distintas organizaciones de periodistas turísticos, como profesionales independientes, referentes o representantes probos de ambas disciplinas provenientes de universidades y ONG, que se comprometan a respetar y hacer respetar el Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos.

g) Tanto el Comité Central como los Comités Regionales estarán compuestos por profesionales altamente calificados e idóneos en la materia, con experiencia y probidad en la actividad profesional, con

una conducta idónea ética, honesta y transparente. Deberán tener un mínimo de antigüedad en la profesión de 5 años o tener alguna acreditación como Periodista turístico. Los miembros de los Comités no percibirán remuneración alguna. Todos servirán con independencia e imparcialidad y no pedirán ni recibirán órdenes o instrucciones de autoridad alguna.

h) En la selección de los miembros del Comité Central, se tendrá en cuenta la necesidad de mantener una representación geográfica equilibrada en este órgano en términos de regiones, géneros y sectores, y de reunir entre sus miembros una variedad de competencias y condiciones personales, desde el punto de vista económico, ambiental y social, así como desde el jurídico.

i) El Comité adoptará sus decisiones por consenso. En caso de empate en una votación, el presidente tendrá voto de calidad.

j) El modo de comunicación entre los miembros de los Comités será virtual. Mediante una página interactiva que permitirá que todos los integrantes puedan interactuar entre ellos, intercambiando opiniones y llegando a

conclusiones y definiciones consensuadas.

k) Se recomienda que el Comité Internacional de Ética de los Periodistas Turísticos se reúna al menos una vez al año. De esta manera, se propiciará el encuentro físico de los integrantes del Comité en algún lugar que se determine por mayoría.

l) El Comité Internacional de Ética podrá invitar a expertos o a instituciones externas a contribuir a sus deliberaciones. Se alentará también la participación de fundaciones y universidades, en casos que así lo requieran.

m) El Comité Internacional de Ética funcionará como observatorio de las distintas situaciones en las que se aplique el Código de Ética y de las recomendaciones propuestas.

n) Se juzgará sólo en caso de violaciones evidentes y manifiestas a la ética, se aplicarán sanciones morales temperadas de acuerdo al grado de efectiva responsabilidad de los denunciados y en los casos en que sea necesario establecer una norma que despeje dudas, el Comité emitirá un dictamen general que servirá

de antecedente y pauta ética en materias determinadas.

Selección de los integrantes de los Comités:

En una primera instancia, los miembros del Comité Central serán designados por la Alianza Latinoamericana por un período de dos años para el que podrán ser reelegidos.

Cumplido ese primer periodo, se recibirán candidaturas de todas las agrupaciones de Periodistas turísticos que adhieran al Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos, como así también de profesionales independientes del Periodismo turístico, los que serán seleccionados en base a su idoneidad y compromiso.

Los Presidentes de los Comités Regionales podrán postularse para integrar el Comité Central, tomándose en cuenta para la selección, su experiencia y desempeño en el cargo, lo que les brindará un puntaje extra.

Por otra parte, en referencia a los Comités Regionales, una vez conformados los primeros y cumplimentado su tiempo de actividad de dos años, la siguiente selección de sus

integrantes se realizará mediante el llenado de un formulario, que será diseñado e implementado por el Comité Central y que será llenado por los postulantes.

El cuestionario a completar consistirá en una serie de preguntas respecto a qué haría el postulante frente a cada situación en que la ética se viera comprometida. Esto permitirá hacer una categorización en función del puntaje obtenido, que permitirá llevar a cabo la selección de los miembros, de manera automática, sin depender del criterio personal de los integrantes del Comité Central.

En caso de que el profesional ya se hubiere desempeñado en el cargo, y se postule para la reelección, además de lo determinado vía formulario, se tomará en cuenta su conducta y desempeño mientras fue miembro del Comité.

Funcionamiento de los Comités de Ética

En términos generales, los Comités de Ética actuarán bajo un proceso predeterminado. La labor del Comité se circunscribirá a conflictos que llegan por denuncias de un particular, o de una institución interesada, aunque también el Comité –de oficio– puede abrir debate

ante una posible transgresión a los principios éticos por parte del periodista turístico.

Se implementará una página web que ofrecerá la posibilidad de hacer una denuncia con un sencillo formulario, ver el estado de la causa que se denunció, así como las resoluciones que se vayan tomando.

Las denuncias se presentarán por medio del mencionado formulario electrónico y en él, se individualizará al denunciante, al periodista turístico denunciado, se entregará la fecha y exposición de la información que motiva la denuncia, la exposición y fundamento del reclamo, y el denunciante consignará un teléfono y un correo electrónico de contacto.

En general, una vez aceptada la queja, los Comités Regionales fijarán una fecha para que cada parte exponga sus motivos, dé sus explicaciones y aclare las preguntas formuladas por los miembros de los Comités. Posteriormente, estos últimos discuten el tema en cuestión hasta llegar a una resolución final que es votada. Luego, los Comités comunicarán dicha resolución a las partes y plantearán soluciones posibles para dirimir el conflicto.

En caso de que no ocurra y corresponda llevar a cabo una penalización, se publicitará en la Web y se dará a conocer a las diferentes Organizaciones de periodistas turísticos, el nombre del periodista turístico que no demostró una conducta ética en su accionar. Con un link a otro sitio adonde se explique los motivos de la amonestación llevada a cabo.

Conclusiones

¿Qué es la ética?

¿Por qué debemos tenerla y actuar en concordancia?

¿Qué importancia tiene en la vida cotidiana aplicar los principios y valores éticos?

¿Por qué es importante la ética en la actividad profesional de un periodista turístico?

¿Es necesario un Código de Ética que regule la actividad?

Todos estos interrogantes y muchos más, fueron respondidos a lo largo de este Diplomado...lo que de alguna manera espero se refleje en este Trabajo final.

Motivada por encontrar respuestas, y por la labor en conjunto que se logró hacer a finales del año pasado, que culminó con el Anteproyecto del Código Internacional de Ética para periodistas turísticos, surge la presente propuesta para la creación de un Comité que lo regule.

Por otra parte, el objetivo del Diplomado, fue el poder indagar sobre las concepciones que atraviesan nuestras prácticas profesionales y las de los demás, y llevar adelante una labor periodística en turismo que sea a conciencia y profesional.

A mi entender, todo esto se logró, en su mayor parte, mediante un aprendizaje no tradicional y creativo, desarrollándose una importante capacidad de investigación, análisis, reflexión y autocrítica... siempre con un criterio ético y honesto.

Como lo manifiesta el profesor Miguel Ledhesma, "el periodista turístico se enfoca en la información de tipo periodística, y no en la académica, política, institucional y menos publicitaria"; por ende, es imprescindible concientizar, tanto a nivel de los periodistas y profesionales turísticos, como de la comunidad toda, que ni lo publicitario ni lo propagandístico tienen que ver con la actividad profesional del periodista turístico.

Asimismo, es importante lograr que la ciudadanía diferencie claramente al periodista turístico del periodista de viajes, profesión que está tan en boga en los últimos

tiempos...Para ello, se debe difundir que mientras el primero se dedica a la investigación, la denuncia y el análisis de los impactos de todo lo relacionado con los turistas y las comunidades receptoras, respetando el código de ética y transmitiendo siempre información veraz, con responsabilidad y transparencia, el periodista de viajes se ocupa de hacer atractivos relatos de sus viajes y experiencias en los destinos que visita, a veces promocionando lugares y servicios.

Por otra parte, considero que la concreción del mencionado anteproyecto del Código Internacional de Ética de Periodistas Turísticos, "hecho entre todos"... (fue redactado tanto por los alumnos del Diplomado como por miembros de la comunidad en general debido a que se difundió la invitación a participar en la redacción del mismo en la página Web de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos y en los perfiles de todos los alumnos de Facebook, Twitter, LinkedIn y Google+) constituye un gran logro para la profesión. Al haber sido propuesto de una manera abierta, la ciudadanía tuvo la posibilidad de aportar su granito de arena para que la actividad profesional del periodista turístico se normatice y fortalezca desde los valores y los principios éticos, pilares de toda sociedad que se precie.

Sobre la base de las encuestas realizadas en los distintos ámbitos (profesionales de turismo, periodistas, ciudadanos, turistas, personas vinculadas al gobierno en detalle en anexo A) para investigar el grado de conocimiento y la importancia que se le da a la ética profesional en los distintos estratos de la sociedad, se puede inferir que:

*La mayoría de los encuestados cree que es absolutamente necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo;

*Solo las personas vinculadas al turismo, conocen de la existencia del código de ética de la OMT.

* Respecto a cómo se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos, todos los encuestados remarcaron la necesidad de crear un comité de ética que aplique y haga respetar dicho Código.

*Si bien la totalidad de los encuestados concuerdan en que el mencionado Código de Ética requiere de un comité que lo aplique y lo ponga en funcionamiento, su conformación es planteada de diferentes maneras; por un lado, algunos sostienen que debiera ser un organismo de contralor multidisciplinario, compuesto por especialistas de ambas especialidades (periodismo y turismo); mientras que otros piensan en un tribunal de disciplina de los colegios profesionales, eventualmente con representantes del Estado (municipales, provinciales, nacionales, entre otros.)

* Al finalizar la encuesta, la mayoría de los encuestados se mostraron sumamente interesados en integrar el Comité de ética, para poder colaborar.

Considero que el presente proyecto cumple plenamente los objetivos propuestos por el Diplomado, debido a que es la concreción real y tangible de la aplicación de los principios vertidos a lo largo del mismo. Se propone con la clara intención de que se conozca y se ponga en marcha apenas sea publicado el Código Internacional de Ética de periodistas turísticos.

Sumándose a la propuesta, la inmediata invitación a las organizaciones de periodistas turísticos del mundo a adoptar el mencionado Código y a observar las recomendaciones del Comité de ética, respetando sus decisiones.

De esta manera, con la publicación del Código Internacional de Ética con su correspondiente Comité, se marcará un hito mundial sin precedentes en la historia de los Códigos de Prensa Especializada.

Anexo A:

Sujetos

Encuestas

- **Profesionales del Turismo**

Carolina Gaido- Licenciada en turismo. Agente de viajes de Dhara Viajes

1. ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Si, creo que la ética debería estar presente en todas las disciplinas vinculadas con lo humano y lo social. En el periodismo y en el turismo, es necesario establecer principios éticos que regulen la actividad tanto para el profesional como para la comunidad en general.

Por supuesto que dichos principios, se deberían basar en las costumbres y tradiciones de la sociedad, pudiendo variar las mismas según la zona, región o país. Así mismo, considero que el sector turístico es sumamente amplio, por lo que debería de haber distintos códigos de ética de acuerdo a las distintas actividades consideradas "turísticas".

2. ¿Sabe de algún Código de Ética que rija la actividad profesional de periodista turístico?

No es de mi conocimiento.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

A través de un organismo regulador capacitado para tal fin.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar?

Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse? Si, podría estar conformado por un equipo multidisciplinario de profesionales encargados de regular la actividad, realizar controles y evaluaciones tanto a los profesionales del rubro como así también a la comunidad que interactúa con los mismos.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Si, ya que me gustaría realizar un aporte profesional desde el sector turístico (en el cual me desempeño).

Pablo José Rivarola- Licenciado en Turismo- Docente de la Universidad de Congreso

1. ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

La ética es necesaria en todos los actos voluntarios que hace o desarrolla una persona cualquiera sea la rama en que se desempeñe. El saber discernir lo bueno, lo malo, lo feo en el ámbito turístico es necesario para poder estimular y desarrollar esta incipiente "industria sin chimenea".

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? Solo conozco el Código de ética de la OMT?

No la rige porque no es obligatorio; es solo un convenio moral de quien lo practique.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Debería existir una entidad deontológica que la lleve a cabo. Si se colegiaran los profesionales del turismo sería más factible porque de esa manera se instrumenta no solo el código ético en particular sobre el turismo sino también las posibles sanciones punibles en los casos de incumplimiento.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar?

¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Debería existir un colegio de profesionales del turismo con un tribunal de disciplina que haga cumplir las normas establecidas oportunamente.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité?

¿Por qué?

Creo que podría colaborar en una comisión sin ningún problema. Habría que ver de contar con el tiempo suficiente. En este momento no desempeño la labor turística por ser Médico Veterinario en ejercicio y miembro de un Círculo de Médicos Veterinarios. Creo que la colegiación sería el mejor camino para lograr practicar la ética en la profesión turística y con mayor razón por estar ligado a la información ya que es un poder muy grande que debe manejarse con muy buen criterio.

Mariano Guerrieri- Licenciado en Turismo- Docente de la Universidad de Congreso y de la Montes Pacheco

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

La ética es necesaria en toda actividad profesional (incluyendo al periodismo y el turismo), porque al estar ésta última inserta en una sociedad de la cual se nutre, debe prestar atención en los efectos, buenos y malos de las acciones de sus participantes, y trabajar en pos del bien común. Los valores morales de los trabajadores técnicos, es la base de toda actividad profesional.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

Sí, el Código Ético para el Turismo de la OMT.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

A través de un organismo contralor multidisciplinario, compuesto por especialistas de ambas especialidades (periodismo y turismo), además de un asesor letrado.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar?

¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, lo creo necesario y que un comité regulador podría funcionar, de la manera que expuse en la pregunta anterior. Para poder integrar este comité y dada su importancia, se deberían concursar los cargos y por tiempo limitado. La idea es que los integrantes del mismo, sean personas altamente calificadas e idóneas en la materia.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Sí, me interesaría participar e integrar el mismo.

Liliana Vecino Cheneau. Técnica Superior en Turismo. Profesora de la Escuela Montes Pacheco y del Instituto Mariano Moreno en las carreras de Guía y Técnico Superior en Turismo y Hotelería.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?



Liliana Vecino Cheneau. Técnica Superior en Turismo. Profesora de la Escuela Montes Pacheco y del Instituto Mariano Moreno en las carreras de Guía y Técnico Superior en Turismo y Hotelería

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

La ética es necesaria no sólo para el periodismo y para el turismo sino para todas las actividades que llevamos a cabo en la vida cotidiana....tanto en la vida profesional como en la personal se es ético....o no lo SOS.....no puede haber desdoblamientos.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? Si...existe el Código De Ética Mundial para el turismo...donde, a través de 10 artículos se refieren a las normas de convivencia entre turistas y residentes y agentes públicos y privados.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

A nivel de la OMT existe el Comité mundial de Ética del Turismo que actúa como tercer organismo imparcial.

4. ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Una parte contestada en la anterior respuesta y debería hacerse a través de organismo Nacional, Provincial y Municipal.

5. ¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

No... Estoy por jubilarme y disfrutar de los principios éticos impartidos a nuestros alumnos en cada lugar donde nos encontremos.

Clara Galán. Licenciada en Turismo. Agente de viajes



Clara Galán. Licenciada en Turismo. Agente de viajes

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Si, por supuesto, la ética es necesaria tanto en el periodismo como en el turismo y en cualquier aspecto de la vida, ya que naturalmente es quien nos rige, para trabajar en este caso, correctamente, con valores y respeto.

2-¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No, la verdad no estoy al tanto.

3-¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Se me ocurre que alguna Organización, Cámara o Secretaría que se dedique a cumplir esa función.

4-¿Cree que un comité regulador podría funcionar? ¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Si, porque no, intrigado por profesionales, idóneos, y personas afines, regulando la actividad.

5. ¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Si claro! Primero porque me interesa mucho la actividad turística y es a lo que me dedico, y segundo porque creo que el periodismo turístico es la forma más directa de comunicar e informar.



Antonela Castoldi- Licenciada en Turismo. Trabaja actualmente en hotelería

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Sí, creo que la ética es necesaria en cualquier profesión. Refiriéndonos específicamente al periodismo y turismo, considero que es muy importante por varios motivos u objetivos dentro de los cuales se me ocurre

mencionar:

- Informar y educar con la verdad y honestidad
- Fortalecer la importancia y la identidad de ciertos lugares turísticos y sus patrimonios
- Proteger patrimonios tangibles e intangibles
- Informar y enseñar a respetar las comunidades locales y sus costumbres
- Denunciar o dar a conocer cuando no se respetan, no se cumplen o se violan ciertos principios éticos universales en el desempeño de la actividad turística. (por ejemplo cuando no se respetan precios, normas de higiene y seguridad, cuando se fomenta el turismo sexual, entre otros).

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No he escuchado nunca acerca de un código ético para los profesionales del periodismo turístico. Sí he escuchado y leído el Código Ético Mundial para el Turismo.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Con un organismo de autocontrol que opere en diferentes zonas.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Creo que sí. Pienso que podría estar integrado por los diferentes actores involucrados en estas dos actividades, periodismo y turismo. Por ejemplo, periodistas, editores, universidades, oficinas de turismo, asociaciones de lectores, asociaciones de turistas, sindicatos, entre otros.

Para que este comité logre un buen desempeño, creo que antes de todo es muy importante hacer público el Código Ético a todas las personas involucradas. También, tener "auditores" representantes en los diferentes lugares donde se aplica este código.

Luego analizar y dar a conocer cuando alguno de los puntos del código no se cumplen. Y por último, colaborar y asegurarse del cumplimiento de condiciones que facilitan el respeto a estas normas éticas, por ejemplo condiciones sociales, laborales, comerciales, entre otros.

5- ¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

La verdad nunca me lo había planteado pero me resulta interesante la posibilidad de formar parte de este comité. Lo encuentro interesante ya sea por motivaciones personales como por motivaciones en beneficio

del turismo en sí. Personales porque me permitirían mantenerme informada y actualizada, además de crecer profesionalmente en esta maravillosa actividad interdisciplinaria.

Motivaciones en beneficio del turismo y sus actores porque considero que colaboraría con el desarrollo de un turismo ético que beneficie de un modo responsable y sustentable a todas las personas y comunidades que forman parte de él.



Lía Domínguez de Nakayama. Abogada, Técnica Superior en Turismo, y Docente de la Universidad del Comahue

1. ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Por supuesto que sí. La ética debiera ser parte del ejercicio de cualquier profesión.

En el campo del turismo, los valores que están en juego son, en muchos casos, bastante frágiles: la integridad de los recursos ambientales, de los recursos culturales inmateriales, de las ilusiones de los futuros viajeros, de la intimidad de las relaciones humanas. Estos requieren de un tratamiento veraz, prudente y responsable, porque en muchos casos lo que se daña no puede reconstruirse.

2. ¿Sabe de algún Código de Ética que rijan esta actividad profesional?

No sé de la existencia de Códigos de ética aplicables al periodismo Turístico, pero sí al ejercicio profesional del turismo. Lo acordamos en el Colegio de Córdoba y también fue adoptado por el de Neuquén. No lo tengo a mano (ahora estoy en Neuquén, esta semana me toca dar clases en la Facultad), pero puedo buscarlo en Córdoba cuando regrese.

3. ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Tendría que haber una Asociación con personería jurídica, cuya pertenencia exija el compromiso de cumplir con sus cláusulas, y con la aceptación obligatoria de las sanciones previstas en casos de incumplimiento. Como este trabajo se realiza a través de publicaciones orales o escritas, creo que no sería difícil controlar que las mismas no sean transgresoras de las disposiciones previstas.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar?

¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Generalmente está formado por tres o más personas (siempre número impar), que están facultadas de actuar ante denuncia o de oficio. En cualquier caso, se coteja la emisión del mensaje (oral o escrito) con las normas del Código y se resuelve fundadamente sobre el tema.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Sería impropio que formara parte del comité, porque debe estar integrado por miembros de la Institución y yo no soy periodista de turismo. Pero puedo ayudarles un poco con la redacción de las disposiciones.

- **Ciudadanos**



Mónica Luque- Doctora en Educación. Directora ACE - ISTE

1. ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Seguramente la ética es un componente que es preciso que se encuentre presente en todos los actos de la vida humana, los más cotidianos también. Especialmente en el periodismo por el poder y responsabilidad que le otorga en cuanto ofrecer información veraz y útil para los usuarios. Y en el caso del turismo, del mismo modo, ya que es en base a información que se considera cierta y competente como se toman las decisiones para hacer turismo, ocupar el tiempo libre, acercarse a la recreación y al uso óptimo del ocio.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

Cito a continuación lo que conozco sobre este tema y referencio a las fuentes:

<http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/eticayperiodismo2.html>

<http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/>

<http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-200876-2012-08-12.html>

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Sé que en Mendoza, el año pasado (2014) se realizó el primer congreso sobre esta disciplina. Considero que

por tratarse de un cuerpo disciplinar relativamente nuevo, es preciso profesionalizar el área realizando estudios, investigaciones, reuniendo a expertos, entre otros, con la finalidad de delimitar el campo de trabajo y por lo tanto, delinear luego un código en particular.

Con lo que menciono deseo enfatizar la idea de no hacer un código simplemente que replique un "deber ser" que todos ya conocemos, sino profundizar el estudio del área y definir líneas de acción que podrían situarse en situaciones complejas.

Por ejemplo: Áreas o atracciones reconocidas como vulnerables; cómo respetar el concepto de sustentabilidad, cómo educar al público respecto del valor de los intangibles y tangibles turísticos.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, considero que podría ser útil conformar un comité encargado de realizar una vigilancia crítica sobre la ética del periodismo turístico, lo cual no sería tan complicado ya que se trataría simplemente de crear un observatorio de buenas prácticas para el área.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Claro que sí. Porque me interesa el tema y me gustaría también apoyar la causa y la iniciativa.



Alicia Srur. Profesora de Inglés.

**1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?
¿Por qué?**

La ética es un valor sumamente necesario en todos los aspectos de la vida y actividades. En el periodismo muy pocos profesionales tienen la grandeza de transmitir información objetiva y respetando las fuentes.

Contamos con algunos profesionales del periodismo que hacen digna su profesión, pero no son muchos. En cuanto al turismo, suele darse, lamentablemente con bastante frecuencia la promoción y publicidad engañosa a la hora de ofertar los destinos; tienden a mentir u omitir cierta información importante para

el viajero. La fidelización de un cliente se obtiene con una ética intachable.

2-¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Copio esto que busqué en una página de Internet para ambas preguntas.

"Marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo es un conjunto omnicomprendivo de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.

Aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento dos años después por las Naciones Unidas alentó explícitamente a la OMT a promover el cumplimiento real de sus disposiciones. Aunque el Código no es jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria a través de su reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo, al que las partes pueden remitir cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento.

Los diez principios del Código cubren ampliamente los componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo"

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Podría ser efectivo compuesto por profesionales comprometidos e incorruptibles, organizados de acuerdo a distintas funciones.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité?

¿Por qué?

No me siento capacitada para integrar ese tipo de comité dado que desconozco los mecanismos de la profesión.

Cristina Fantoni- Farmacéutica-Facilitadora de Biodanza

**1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?,
¿Por qué?**

Si creo que es necesaria la ética en el periodismo y también en el turismo, porque la ética es la expresión más profunda del comportamiento relacional humano. La ética es el resultado de un proceso evolutivo individual mientras que la moral es un conjunto de normas creadas por determinadas comunidades con el propósito de regular la convivencia.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No lo sé.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Debería ser controlado por personas con actitud interna ética, personas con alto desarrollo de la inteligencia afectiva y de la conciencia ética (la comprensión de que estar con otro es estar con uno mismo). Personas con disposición abierta, inclinación permanente de cuidado y empatía con las otras personas y con toda la vida.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí. Por personas del rubro interesada en estos valores, y el desempeño será decidido y acordado por los integrantes.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué? Sí. Para colaborar y aprender en el mismo proceso.

Arq. Gabriel Yurevich- Arquitecto- Integrante del Grupo DOCTA

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Claro que sí! La ética genera confianza entre las personas que se relacionan.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? No conozco que exista.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Mediante una fiscalización de las publicaciones que se realizan.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Si, podría funcionar. Debería estar integrado por destacados de la materia que sometan las publicaciones a ciertos estándares, para que los consumidores puedan confiar en dichas publicaciones.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

No. Soy un buen turista, pero no un periodista.

Integrantes del Gobierno

Arq. Analía Righetti. Directora de Turismo. Municipalidad de Córdoba. Coordinadora UT Turismo Mercociudades.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Sí, es muy necesaria, porque es indispensable informar correctamente, ya que esto permite preservar el Destino Turístico, cuidarlo tanto respecto al cuidado de su patrimonio cultural y natural, al respeto por la identidad y la idiosincrasia de su población local, como en las expectativas que se generan en el turista, que deben ser acordes a lo que realmente encontrará al visitar el lugar, la sobredimensión de los recursos y servicios que se promocionan, genera una decepción en el turista que luego expresará a otros potenciales visitantes.

Hay situaciones, por ejemplo cuando ocurre una catástrofe o un problema climático, en el que muchas veces desde la prensa se exagera la situación o se muestran las imágenes más duras y esto perjudica al destino, es importante que el medio de comunicación colabore en generar la confianza para que el turista vuelva a optar por este lugar, informando responsablemente sobre las condiciones de seguridad y la situación real que se vive.

En la ciudad de Córdoba, en una situación referida a un tornado, el aeropuerto estaba funcionando normalmente y todos los ingresos a la ciudad no tenían inconvenientes, tuvimos que informar, ya que contingentes que venían de otras provincias nos consultaban si debían cancelar sus viajes.

En otra circunstancia, en la Ciudad de Valparaíso, Chile, ante un incendio forestal muy grande, la incursión de gente que viajaba de diferentes lugares con el objetivo de ayudar generaba un inconveniente mayor ya que sus vidas corrían peligro y se debían realizar operativos de seguridad extras a la atención de la población local.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? No conozco un código de ética, estimo que debe haber algunos en otros lugares.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Por medio de los Colegios Profesionales que regulan la actividad.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, podría funcionar, tiene que tener participación de los colegios profesionales y las entidades académicas de formación en comunicación, y especialmente si es de prensa especializada en turismo, también puede considerarse la presencia de representantes del estado.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Sí, no tendría inconveniente, en el caso de necesitar la opinión del estado y el organismo que trabaja en el desarrollo de la actividad turística. También considero importante además de la ética, que la prensa turística esté al tanto de los ejes de comunicación del Destino Turístico, para promover y promocionar con coherencia en el mensaje.



Sr. Elio Poffo. Intendente. Municipalidad de Achiras.

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Es sumamente necesaria. Ya que se debe buscar el respeto, la credibilidad y la compromiso de comunicar y enseñar con la verdad.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No. Creo que es indispensable crear un Código de Ética para periodistas turísticos para valorar los aspectos relacionados con la sociedad, participación en el sistema educativo turístico y a la vez periodístico.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Se controlaría mediante un equipo comprometido a trabajar por la gente y hacer cumplir la reglamentación vigente.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, sería lo más adecuado y positivo. Debería estar formado por profesionales, estudiantes e interesados en el periodismo y en el turismo trabajando aunados por el profesionalismo del periodista turístico.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Sería para mi una gran satisfacción poder participar y vivir distintas experiencias, principalmente en lo que se refiere al medioambiente y la sociedad.



Arq. Horacio Rodríguez Bozanno. Asesor de la Municipalidad de Achiras

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

La ética es necesaria porque un modo No sustentable de comentar y difundir el turismo es distorsionar la verdad. Con el tiempo, esa política se volvería en contra.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No, no sé de ningún Código.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Un sistema combinado con un cuestionario dirigido a los usuarios de resorts turísticos, lectores del periodismo, y algún tribunal de ética.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Un comité podría funcionar, quizá integrado por periodistas turísticos, un funcionario oficial, un prestador de servicios turísticos, y uno o más lectores\usuarios.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité?, ¿Por qué?

Podría estar interesado en integrarlo, porque vivo en un pueblo serrano con turismo en desarrollo, y porque mi plan de un futuro próximo es abrir un Hotel.

Empresarios



José Destefanis. Agente de Viajes de la Empresa Destefanis Travel (DT). Operador Mayorista.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Considero que debería haber una sola manera de hacer las cosas y es con ética, y tanto el periodismo como el turismo lo deberían entender de una buena vez. Hay muchos periodistas y muchos empresarios ligados al turismo que no trabajan o se conducen éticamente. Por qué? Porque son los valores con los que me eduqué, en mi casa, en la escuela, y en mi formación dentro de la profesión. Creo que gran parte de los problemas de nuestro país y del mundo son consecuencia de la gran falta de ética que hay a todo nivel.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija la actividad profesional de periodista turístico?

La verdad que no.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Desde mi punto de vista, quienes deberían controlar son las instituciones colegiadas de la actividad. Sinceramente no sé si existe a nivel local o nacional alguna. Son un acérrimo de las instituciones y creo que es el ámbito para debatir este tipo de situaciones.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sería otra posibilidad como alternativa a mi respuesta anterior, pero me sigo quedando con un comité de ética de un Colegio Profesional.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Si se tratara de un comité conformado por diferentes actores de la actividad, hoteleros, transportistas, agentes de viajes, entre otros, sí podría ser parte de dicho comité. Considero que los años que llevo en la actividad, y la forma de comportarme, me hacen candidato a un puesto en un comité semejante. Pero antes debería ver muy bien las bases, como se conforma, y todos los detalles para poderlo analizar.

José Destefanis. Agente de Viajes de la Empresa Destefanis Travel (DT). Operador Mayorista

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Considero que debería haber una sola manera de hacer las cosas y es con ética, y tanto el periodismo como el turismo lo deberían entender de una buena vez. Hay muchos periodistas y muchos empresarios ligados al turismo que no trabajan o se conducen éticamente. Por qué? Porque son los valores con los que me eduqué, en mi casa, en la escuela, y en mi formación dentro de la profesión. Creo que gran parte de los problemas de nuestro país y del mundo son consecuencia de la gran falta de ética que hay a todo nivel.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija la actividad profesional de periodista turístico?

La verdad que no.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Desde mi punto de vista, quienes deberían controlar son las instituciones colegiadas de la actividad. Sinceramente no sé si existe a nivel local o nacional alguna. Son un acérrimo de las instituciones y creo que es el ámbito para debatir este tipo de situaciones.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sería otra posibilidad como alternativa a mi respuesta anterior, pero me sigo quedando con un comité de ética de un Colegio Profesional.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Si se tratara de un comité conformado por diferentes actores de la actividad, hoteleros, transportistas, agentes de viajes, entre otros, sí podría ser parte de dicho comité. Considero que los años que llevo en la actividad, y la forma de comportarme, me hacen candidato a un puesto en un comité semejante. Pero antes debería ver muy bien las bases, como se conforma, y todos los detalles para poderlo analizar.

Valentina Linares Micheli. Licenciada en Turismo. Co-Propietaria de la Agencia de viajes "Lugares Viajes y Turismo"

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Creo que es necesaria la ética en todo lo que uno emprende al momento que se relaciona con otra persona. Es importante para mantener la armonía social.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

Sinceramente no sé qué código de ética la rige pero estoy segura que tiene que haber uno! Siempre necesitamos algún reglamento para orientar y minimizar cualquier consecuencia desfavorable.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Capaz que a través de un organismo específico que los controle y a través de un sistema de acciones legales que pueda iniciar cualquiera que se sienta damnificado.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, creo que un comité seria genial. Debería estar integrado por profesionales tanto de turismo como periodismo y ser regulado por la Secretaria de turismo de la nación.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? Por qué?

Sí, estaría dispuesto porque me interesa mucho que las cosas se traten de hacer de la mejor forma posible para que todos podamos desarrollarnos a gusto.

Dr. Juan Agustín Calcagno. Empresario de cabañas en Villa Carlos Paz.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Totalmente necesario.

No solo en la actividad profesional. En un código de ética referido a una actividad profesional determinada, se pautan normas básicas de conducta y desempeño que hacen a una mejor interrelación entre los miembros de dicha profesión.

Contribuye de ese modo al crecimiento y desarrollo ordenado de la actividad. En el caso específico de turismo se beneficia el cliente el profesional y el medio ambiente. Se respetan normas.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

La ética existe en todas las actividades de nuestra vida. Hay además un Código específico para la actividad profesional citada.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Con un comité de ética integrado por personas capacitadas y pagas. Como corresponde a un cargo de alta responsabilidad.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí. Con personas capacitadas.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? Por qué?

No. Porque no estoy capacitado para desempeñar el cargo

- **Periodistas/Comunicadores**



María Soledad Gaido- Licenciada en Comunicación Social. Trabaja en la OMT. (Organización Mundial del Turismo). Madrid.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Considero que la ética dentro de cualquier profesión es fundamental, no sólo en el ámbito del periodismo o el turismo, y no sólo de cara a quien vaya a ser nuestro "cliente", sino también con nuestros compañeros de trabajo y sobre el entorno en el que desarrollamos nuestra profesión.. Es fundamental que ejerzamos nuestro trabajo de una manera responsable.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

El Código Ético Mundial para el Turismo, de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y los principios internacionales de la ética profesional del periodismo de la UNESCO. No conozco mucho más, pero seguramente los habrá a nivel nacional, regional e internacional.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Debería controlarse como debe controlarse toda actividad profesional y comercial. A lo mejor, creando una entidad reguladora que controle y regule esa actividad.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, creo que podría ser una solución. Debería estar integrado por miembros de organizaciones internacionales, además de profesionales legales y del sector periodístico.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

No, porque vivo fuera del país.



Lcda. Jennifer Iduh- Trabaja en European Travel Commission (ETC) en Bruselas - Es Research Project Manager

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?

¿Por qué?

Sí. Para poder ofrecer al público objetivo información y servicios de calidad, al margen de aspectos subjetivos que lo condicionen. Estos servicios de calidad giran en torno a aspectos veraces y equitativos, imparciales y con aspectos humanos. A su vez, en cuanto al turismo es fundamental porque garantiza el respeto de las tradiciones y culturas a la vez que promociona e implementa el desarrollo de un turismo sostenible.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

Estoy familiarizada con el código ético mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Desde un punto de vista legal estos deberían controlarse, mediante la implantación de normas y leyes específicas para el efecto, la aplicación de revisiones y controles de los materiales periodísticos a pequeña escala y a su vez mediante la ejecución de auditorías.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Efectivamente. Todos los aspectos anteriormente mencionados pueden ser controlados y dirigidos perfectamente mediante un Comité Regulador, encargado de garantizar una buena ética para el turismo periodístico. Este debería estar integrado a nivel regional por un comité ejecutivo encargado de garantizar el correcto análisis y la ejecución, implementación y monitorización de dicho código ético.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Sí. Debido a la estrecha relación existente entre mi profesión y mi especial interés en garantizar un

periodismo turístico ético en beneficio de todos, sin dejar de lado aspectos humanos, responsables social y medioambientalmente.

Lcda. Valentina Etchart Giachero- Licenciada en Comunicación Social. Docente de Teatro.

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Sí, la creo necesaria. Si bien existe un amplio grado de subjetividad en estas disciplinas debido a su origen social, considero que se pueden establecer ciertas "objetividades de época". Con época me refiero a contexto y circunstancias que nos permiten encontrar algún parámetro de acción dentro de un tiempo histórico determinado. ¿Qué es lo bueno? ¿Qué es lo malo? ¿Qué es lo correcto? ¿Qué lo incorrecto? son preguntas que nos aquejan a todos a la hora del quehacer profesional.

Entonces si la ética es la disciplina que nos ayuda a analizar el "obrar humano", si creo que es necesario analizar y reflexionar acerca de los marcos de acción tanto del quehacer periodístico como del quehacer turístico.

De esta manera podremos pensar y repensar y poder llegar así a una "objetividad Intersubjetiva" construida entre todos, que sea la más apropiada para dirimir lo "correcto" y lo "incorrecto" de nuestra época. Estos parámetros nos ayudarán a convivir en paz y eficacia, deseo último de toda comunidad.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? Desconozco. No me dedico a ello.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Desconozco.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? ¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Si creo que podría funcionar en el ámbito del periodismo "Informativo". Desde lo poco que se, podría sugerir que el comité esté integrado por personas que conforman instituciones tanto públicas como privadas del campo turístico (Restó, bares, hoteles, hostels, Discos, museos, teatros, entre otros).

Deberían en primera instancia hacer un relevamiento de las piezas de comunicación que existen, tanto desde lo material como desde lo digital. Evaluar si dichas piezas son fieles a lo que proponen dichas instituciones. Establecer piezas uniformes para todos y de igual distribución.

No creo que sea posible que funcione para el periodismo de "crítica y opinión". Creo que el juego de la libre competencia del capitalismo hace que entremos en este juego de libre opinión. Y que organizar un comité "regulador" sería una opción muy compleja. Es una buena utopía, pero me pregunto tb como funcionaria. Al no estar en el tema se me hace complejo analizarlo.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité?

¿Por qué?

No estaría dispuesta a integrarlo, ya que no me dedico a este trabajo y no es mi quehacer el Periodismo Turístico.

Candelaria Sarria. Licenciada en Comunicación Social

1) Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Si, pienso que sí. Como todas las áreas de la comunicación debería estar amparada por una ética profesional que regule el accionar de las personas que ejercen dicha función.

2) ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? No, no estoy al tanto.

3) ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

De la misma manera que se aplica sobre cualquier periodista o comunicador social, más allá del área a la que se dedique.

4) ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? ¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Si, estimo que sí.

5) ¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité?

¿Por qué?

No creo estar preparada para eso en este momento.

Turistas

Dr. Ricardo Rafael Gil- Abogado

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Creo que sí, porque regula las conductas éticas de las actividades de los profesionales periodistas en esa materia, entre sí y además entre ellos y la sociedad e instituciones afines que se interrelacionan con los mismos.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No conozco específicamente sobre esa actividad profesional, pero si no lo hay debería crearse, a partir de la colegiatura de los profesionales.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

La manera que conozco es mediante la creación de un tribunal de disciplina que controle la conducta y proceder éticos de los profesionales que atenten contra las normas de ética profesional y afecten el decoro de la actividad, ello a través del colegio que agrupa la actividad y la regula mediante la matrícula profesional y que ante una denuncia de irregularidad cometida por el profesional evalúe la conducta y de ser el caso aplique las sanciones que estén dispuesta en el código para el caso.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? ¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Entiendo que puede llamarse comité o tribunal de disciplina, pero debería estar integrado por profesionales de la actividad y tal vez algún grupo de asesores externos para ayudar en la creación y aplicación del código.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Considero que integrar un comité o grupo que tenga la difícil y delicada tarea de crear un código de ética para alguna actividad, es para cualquier profesional y sobre todo para un abogado un desafío importante en su carrera.

Marianela Brondino- Docente

Marianela Brondino- Docente

1-¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo?, ¿Por qué?

Creo que es muy necesaria, porque determina cómo se debe actuar, está relacionada a la moral y diferencia entre lo permitido o no, entre lo bueno y lo malo, entre otros.

2- ¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional?

No conozco del tema, pero imagino que debe existir.

3- ¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Un Código de Ética supondría un conjunto de normas que deben cumplirse. Debería haber un ente regulador que controle que esas normas se cumplan.

4- ¿Cree que un comité regulador podría funcionar? Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Supongo que sí. Deberían conformarlo personas idóneas en el tema.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

No, porque no estoy formada para cumplir con ese rol.



Dra. Mónica Heinzman- Médica. A cargo del Centro de Bioética de la UCC. (Universidad Católica de Córdoba)

1- ¿Cree que es necesaria la ética tanto dentro del periodismo como del turismo? ¿Por qué?

Creo que la ética es necesaria en todos los ámbitos de la vida, y particularmente en los profesionales, porque nos ayuda a desarrollar conductas y valores que mejoran la calidad de nuestras relaciones sea

interpersonales que con nuestro entorno. En el caso del periodismo y del turismo se trata de actividades que involucran comunicación, recreación, cultura, defensa de valores, solidaridad, respeto, interrelaciones y una fuerte responsabilidad por lo tanto para los profesionales en cuestión.

2-¿Sabe de algún Código de Ética que rija esta actividad profesional? Desconozco que exista dicho Código pero dado que cada vez más las asociaciones profesionales están tratando de incorporar los aspectos éticos a sus actividades es probable que el mismo ya exista y si así no fuera, sería una excelente iniciativa.

3-¿De qué manera cree que se debería controlar la aplicación de un Código de Ética para periodistas turísticos?

Si existe una asociación de profesionales entre los periodistas turísticos, ésta puede establecer un organismo de control, que en primer lugar debiera velar por hacer conocer las normas éticas que los profesionales deben respetar y luego establecer un mecanismo de aplicación y regulación de las mismas.

4-¿Cree que un comité regulador podría funcionar?

¿Cómo debería estar integrado y cómo debería desempeñarse?

Sí, un Comité o Comisión reguladora podría funcionar; debiera estar integrado por algunos profesionales de reconocida trayectoria en el periodismo turístico y otros del campo de la ética, del derecho y también del área de la comunicación y el trabajo organizacional. Debería tener actividades tendientes a formación en valores y conductas ético- profesionales y también podría ejercer funciones de fiscalización de los aspectos vinculados a las normativas.

5-¿Ud. estaría dispuesto a integrar dicho comité? ¿Por qué?

Si bien es muy atractiva la propuesta, lo analizaré llegado el momento.

Anexo B- Contexto

• a-) Contexto legal

“En términos generales, Derecho y Ética constituyen sistemas normativos destinados a regular conductas, son construcciones seculares o reconocimientos producto de la experiencia humana.”

(<http://gonzalocasanovaferro.blogspot.com.ar>)

Tanto la Constitución Nacional de la República Argentina, como los Tratados Internacionales que fueron incorporados a su normativa, promueven un comportamiento ético de la sociedad, basado en el respeto, los valores, la dignidad humana, la libertad y el bienestar general.

Asimismo, dicha Constitución reformada en 1994 establece la sanción de la Ley de Ética de la función pública, referida al respeto de principios y pautas éticas como la honestidad, probidad, rectitud, buena fe y austeridad republicana.

Debe tenerse presente que la actividad periodística está regulada, principalmente, por tres grandes órdenes

normativos, que son el derecho, la normativa de la deontología profesional y la moral. Por tanto, la deontología profesional y los códigos éticos se nutren de diversas fuentes: De la ética para la justificación teórica; de la moral y del derecho. La deontología, por tanto, es un puente entre la ética y el derecho.

La Ley Nº 12.908 del Estatuto del Periodista Profesional, promueve un comportamiento ético del comunicador social, a la vez que garantiza el derecho de los ciudadanos a una información veraz. De este modo, la labor del periodista constituye uno de los elementos centrales en la construcción de ciudadanía en los sistemas democráticos.

Por otra parte, en nuestro país, muchos de los principios expuestos en el Código Mundial de Ética de la OMT ya están contenidos en nuestra legislación y ordenamiento; sea en la Ley Nacional de Turismo 25.997, en el Plan Federal de Turismo Sustentable, en Resoluciones o programas en vías de ejecución. (<http://gonzalocasanovaferro.blogspot.com>)

Por otra parte, como ejemplo a nivel provincial, por Ley 2716 se creó el Colegio de Profesionales de Turismo en la provincia de Neuquén., con su correspondiente Tribunal de disciplina. En su art. 24 expresa "Es de competencia Estos son solo algunos ejemplos de la jurisprudencia investigada, que vincula a la Ética con el Periodismo y el Turismo. Se concluye, a partir de la investigación realizada y de las leyes, decretos y ordenanzas analizadas, que no existe en Argentina, ninguna norma jurídica a nivel

• **b-Contexto Ético**

El código de ética por excelencia del turismo es el Código Mundial de Ética de la OMT, al que adhirieron numerosos países del mundo. En diciembre del 2014, la República Argentina, a través de la Cámara Argentina de Turismo, junto al MINTUR se adhirió formalmente al mismo.

Dicho Código, en su artículo 6, trata sobre las obligaciones de los agentes del desarrollo turístico, refiriéndose específicamente a la prensa, y en particular a "la prensa especializada en turismo", manifestando que está obligada a "difundir una información veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y

del Tribunal juzgar las faltas disciplinarias y los actos de los colegiados contrarios a la moral y ética profesional que le sean sometidos por el Consejo o por denuncia" (<http://cptneuquen.com.ar>)

nacional, provincial o municipal, que se oponga a la reglamentación de Códigos Éticos con sus respectivos Comités, que regulen las actividades profesionales, tanto del ámbito del periodismo como del turismo.

las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística, entre otras obligaciones". El Código mencionado es interpretado, aplicado y evaluado por el Comité Mundial de Ética del Turismo creado en septiembre del 2001.

Además, en la República Argentina, existen Códigos de Ética de Colegios de Profesionales de Turismo, como el de la Provincia de Neuquén, con su correspondiente Tribunal de Ética, en el que se establecen los deberes inherentes al ejercicio y dignidad profesional. (<http://cptneuquen.com.ar>)

Asimismo, existen otros Colegios profesionales de turismo en el país, como el de la Pcia de Río Negro o el de la Pcia

de Bs As, que no cuentan específicamente con Códigos de ética profesional, sino que sólo tienen un artículo en la ley de la creación del respectivo Colegio, por la que se le confiere al mismo el poder disciplinario, ejercido por un Tribunal de Ética, para sancionar transgresiones a la ética profesional.

Por otra parte, en lo que respecto a la ética periodística, ésta tiende cada vez más a formar parte de la agenda pública en gran cantidad de países, con el fin de buscar una mayor transparencia en todos los órdenes.

Según Pablo Mendelevich, autor del libro "Ética Periodística en la Argentina y en el mundo" publicado en el año 2005, "El Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) logró inventariar 208 códigos de ética periodística pertenecientes a editores, clubes de prensa, comités, asociaciones públicas, privadas y mixtas, gremios, diarios, cadenas televisivas, emisoras de radio y también autoridades estatales.

En la mayoría de los países, según esta lista, existe más de un código o proyecto. Pero también hay una buena cantidad

(entre ellos Albania, Argelia, Bangladesh, Bielorrusia, Colombia, Etiopía, Guatemala, Italia, Japón, Portugal, Arabia Saudita, Zambia) donde se ha detectado un solo texto. El país más repetido es Estados Unidos, con trece entradas. Canadá tiene siete, Inglaterra seis y Francia cinco".

Asimismo, el autor agrega que "dentro de las normas éticas auto establecidas hay códigos o declaraciones sancionados por organizaciones internacionales de periodistas, de empresarios o de organizaciones no gubernamentales. Entre las más conocidas están las de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), de la Organización Internacional de Periodistas (OIP), de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y de la UNESCO, todas las cuales se atribuyen algún tipo de validez internacional. Entre las nacionales, merecen destacarse el Código de honor de la Federación de Asociados de Periodistas Franceses, el Código de normas de la Independent Televisión de Gran Bretaña (ITB) y la Declaración de Munich, que fue adoptada como Código de ética por la Comunidad Europea."

Finalmente añade que "un estudio comparativo realizado por Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán sobre 68

códigos de ética, correspondientes a América (20), Asia (11), Europa (23), África (5) y Oceanía (2) más otros de carácter internacional (7) demuestra que "existen normas universalmente aceptadas por los profesionales del periodismo, cualesquiera sean su raza, su nacionalidad, su lengua o sus convicciones políticas y que estas normas universales permiten trazar un perfil del periodista válido para todo el mundo".

La mayoría de los códigos establece una relación directa entre la observancia de normas éticas y la defensa de la libertad de prensa.

En Argentina el periodismo está regido por la Ley 12.908, conocida como el "Estatuto del Periodista", promulgada en 1946. En muchos casos existen tribunales de ética cuya función consiste en la aplicación de sanciones (de variada índole) a los periodistas que violan los códigos.

Existe un Código de ética surgido del Foro de Periodistas Argentinos (FOPEA). El mismo no tiene alcance legal, tan sólo es "un documento de referencia" para sus miembros.

Por otra parte, a nivel del periodismo turístico, existen numerosas asociaciones de periodistas turísticos y de viajes, como la Federación Mundial de Periodistas y Escritores de Turismo (FIJET), Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET), la Asociación Madrileña de periodistas de Turismo (AMPRETUR), la Asociación de Prensa Turística de Chile (APTUR CHILE), Asociación Argentina de Prensa Turística Especializada (ASARPRETURE), el Círculo de Prensa Turística de Bolivia (CIPTURBOL), la Asociación de Prensa Turística y Turismo del Uruguay (APTTUR) y profesionales especializados en prensa turística de Brasil y del Paraguay, entre otros., ninguna de las cuales tiene un Código de Ética con un Comité que lo aplique.

Se mencionan, a continuación, ejemplos de Medios de comunicación especializados en Turismo, como así también algunas de las Organizaciones que nuclean a los periodistas turísticos y de viajes, de distintas partes del mundo.

Entre las ventajas de la existencia de los Códigos de Ética profesional, con sus

respectivos Comités de aplicación, destacan la de elevar el reconocimiento público de una profesión; y el que entre los profesionales se conforme un compendio de valores y normas que se planteen como requisito necesario para el ejercicio de la tarea con la suficiente honradez, denotando sentido de justicia y transparencia. El gran valor de los códigos radica en que surgen de la propia profesión.

Hugo Aznar, en su libro "Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios", elabora una lista de las ventajas que encuentra en los códigos deontológicos, denominados también de ética profesional:

1. Reconocimiento público de una actividad profesional
2. Establecen las normas y obligaciones que deben regir dicha actividad
3. Defensa de la profesión frente a intrusismos o presiones externas
4. Crecimiento del prestigio profesional
5. Un instrumento para garantizar el compromiso social que tienen para

la ciudadanía, titulares del derecho a recibir información veraz

Además, es importante destacar algunos de los Beneficios que implicaría la implementación de este Comité para cada uno de los elementos turísticos.

El Sistema Turístico está expuesto a un sinnúmero de posibles conflictos, cuya resolución, en muchos casos, dependerá del grado de ética, honestidad y compromiso de los elementos turísticos involucrados en él. Un periodista turístico responsable y honesto, ayudará a la comprensión de los valores éticos, fomentando la tolerancia y el respeto a la diversidad cultural y las tradiciones de las poblaciones de los destinos turísticos, además de ayudar a asegurar la protección de los turistas, promover una conciencia responsable en el cuidado del medio ambiente, educando desde la reflexión y la crítica constructiva, con una actitud comprometida con el bien común.

Todas las profesiones requieren para su ejercicio de una ética, es por esto que los profesionales están sometidos a ciertos controles, en cuanto al cumplimiento de los códigos éticos propios de su actividad por parte de los colegios profesionales, en la mayoría de

los casos en la figura de los Tribunales de ética.

Por otra parte, también Empresas públicas o privadas y Asociaciones provenientes de profesiones tales como Periodismo,(FOPEA), Turismo (OMT), Medicina (Sociedad Argentina de Pediatría), la Función Pública (Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo), etc. rigen su accionar profesional en base a Códigos de ética propios regulados por Comités, Consejos o Comisiones de Ética.

A continuación algunos ejemplos referidos a la implementación de los mismos en distintos países y en distintas disciplinas.

1- Uruguay- “Rumbo a la regulación del cuarto poder (I)” Por Matías Rótulo- Código de ética y práctica periodística. Publicado a la(s) 23 de noviembre de 2012 por Semanario Voces, Montevideo, Uruguay.

En una consulta realizada por la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), el Centro de Archivos y Acceso a la Información Pública (Cainfo) y el Grupo Medios y Sociedad (GMS), donde participaron periodistas de todos los

medios (257 en total), un 89% dijo estar de acuerdo con que se aplique un código que funcione como acuerdo tácito entre los comunicadores. La misma cantidad de periodistas a favor del código opinan que un marco regulatorio mejoraría la calidad del trabajo periodístico reclamando que se conforme un Comité de ética, que trabaje frente a problemas generados a partir de la práctica periodística.

Link:

<http://www.voces.com.uy/articulos-1/codigodeeticaaypracticaperiodisticarumbaalaregulaciondelcuartopoderipormatiasrotulo>

2- Santo Domingo- República Dominicana. - El Ministerio de Trabajo, dando cumplimiento al Plan Estratégico República Dominicana Transparente, de Ética y Prevención de la Corrupción, juramentó la Comisión de Ética de dicha institución.

La juramentación de los nueve miembros que componen dicha comisión, fue encabezada por el Presidente de la Comisión Nacional de Ética y Combate a la Corrupción (CNECC), Dr. Marino Vinicio Castillo, junto al Ministro de Trabajo, Lic. Francisco Domínguez Brito. La Comisión

Nacional de Ética y Combate a la Corrupción (CNECC) es el órgano rector que tiene bajo su responsabilidad la implementación del Plan Estratégico República Dominicana Transparente, De Ética y Prevención 2009-2012 y sus respectivos planes operativos, a través de un sistema de coordinación, animación, seguimiento y evaluación.

Link:

<http://www.cnecc.gob.do/tabid/108/itemid/77/Ministerio-de-Trabajo-juramentacion-de-tica.aspx>

3- Paraguay- Comité de Ética del Instituto de Previsión Social- (IPS).

Es la instancia encargada de promover y liderar el proceso de implantación de la Gestión Ética en la Institución, encausando la función de la misma en términos de eficiencia, transparencia, probidad y servicio a los asegurados por parte de todos los funcionarios del IPS. Se explicitan las funciones, conformación y coordinación del Comité.

Link:

<http://www.ips.gov.py:8080/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites%20content/live/IpsWeb/web%20contents/mecip/codigo-etica.pdf>

4- Colombia - Código de Ética y Buen Gobierno del Ministerio de Educación Nacional República de Colombia.

Comité de Buen Gobierno: Composición del Comité de Buen Gobierno, Funciones y atribuciones y Resolución de controversias.

Artículo 40. “Cuando un ciudadano o cualquier servidor considere que se ha violado o desconocido una norma del Código de Ética y Buen Gobierno, podrá dirigirse al Comité de Buen Gobierno, radicando su reclamación en la Oficina de Atención al Ciudadano, la que a su vez la remitirá al Comité de Buen Gobierno, en donde luego se estudiará y responderá la misma. El Comité de Buen Gobierno se encargará de definir el procedimiento con el cual se resolverán los conflictos que surjan de la interpretación del Código de Ética y Buen Gobierno, de acuerdo con el evento presentado”.

Link:

http://www.mineduacion.gov.co/1621/articulos-65914_archivo_pdf_codigo_etica.pdf

5- Ecuador- Ministerio de Salud Pública.

"A fin de vigilar el cumplimiento de las disposiciones emitidas en este Código de Ética y el "Código de Ética para el Buen Vivir de la Función Ejecutiva", créase Comités de Ética en Planta Central, Entidades Adscritas y a nivel desconcentrado, en las Coordinaciones Zonales y Direcciones Distritales" - Conformación y responsabilidades. Procedimiento de Denuncias. Decisiones Adoptadas por el Comité.- - Sesiones.-

Link:

http://instituciones.msp.gob.ec/somossalud/images/documentos/guia/Doc_Codigo_Etica.pdf

6- Argentina- Sociedad Argentina de Pediatría

"En la convicción de que la ética no puede ni debe ser normalizada, apostamos al potencial democratizante de los Comités de Ética, como lugares que propician la participación activa de los

ciudadanos en el debate en torno a la salud comunitaria, que sin duda incluye a la investigación como uno de sus pilares, junto con la educación y la asistencia."

Link:

<http://www.scielo.org.ar/pdf/aap/v107n6/v107n6a19.pdf>

7- Panamá- Consejo Nacional de Periodismo (CNP)

"El Comité de Ética se integró voluntariamente en marzo del 2006, tras la iniciativa de los asociados de Consejo Nacional de Periodismo (CNP) de reconocer su responsabilidad social ante la ciudadanía en su conjunto. El Comité se convirtió desde entonces en la tercera instancia de autorregulación periodística en la región Latinoamericana, existiendo también en Chile, Perú y Panamá. El Comité quedó integrado por representantes de cada una de las organizaciones periodísticas, medios y academias, que integran el CNP, así como delegados de organizaciones que representan a la sociedad civil. Desde entonces, el Comité recibe quejas de ciudadanos y ciudadanas que se han sentido afectados por alguna información periodística divulgada en los medios de comunicación."

Link:

<http://www.defensoria.gob.pa/index.php?>

option=com_k2&view=item&id=3831:co
mit%C3%A9-de-%C3%A9tica

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a la sociedad y a toda la gente de bien con ética y valores que quieren un mundo mejor...

Agradecimientos

A Miguel Ángel Ledhesma por su compromiso y permanente asistencia.

A los compañeros del Diplomado, por haber dado la posibilidad de un crecimiento en conjunto...

A las personas encuestadas, por haber dedicado parte de su valioso tiempo para colaborar con este proyecto trascendente.

Email de la autora: isabelirustameleri@gmail.com

Google + de la autora: isabelirustameleri@gmail.com

LinkedIn de la autora: isabelirustameleri@hotmail.com

Bibliografía

*Aznar, Hugo. Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios. España, Ed. Ariel, 1999.

*Marín, C. (2004) Manual de Periodismo. México. Ed. Grijalbo.

*Mendelevich, Pablo (2005) Ética periodística - Buenos Aires. Konrad Adenauer Stiftung.

* Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. México: FCE, FNP, 2004.

Links:

*<http://www.periodistasturisticos.com/noticias/el-periodismo-turistico-en-el-mundo>

*http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Documento_periodismo%20y%20%C3%A9tica.pdf

*<http://gonzalocasanovaferro.blogspot.com>

*<http://cptneuquen.com.ar>

*<http://www.voces.com.uy/articulos->

1/codigoeticaypracticaperiodisticarumboalaregulaciondelcuartopoderipormatiasrotulo

*<http://www.cnecc.gob.do/tabid/108/itemid/77/Ministerio-de-Trabajo-juramenta-Comisin-de-tica.aspx>

*<http://www.ips.gov.py:8080/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites%20content/live/IpsWeb/web%20contents/mecip/codigo-etica.pdf>

*http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-265914_archivo_pdf_codigo_etica.pdf

*http://instituciones.msp.gob.ec/somossalud/images/documentos/guia/Doc_Codigo_Etica.pdf

*<http://www.scielo.org.ar/pdf/aap/v107n6/v107n6a19.pdf>

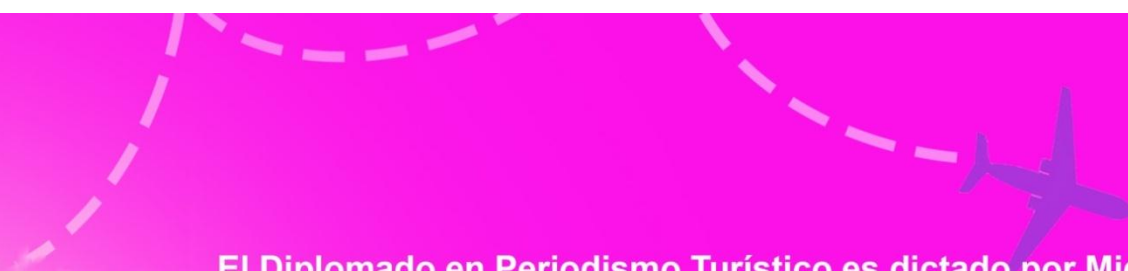
*http://www.defensoria.gob.pa/index.php?option=com_k2&view=item&id=3831:comit%C3%A9-de-%C3%A9tica

Para aportar datos a esta publicación, contactarse a través de las siguientes vías de comunicación.

Twitter: @PeriodistasTur

Correo: miguelledhesma@gmail.com

Esta publicación se terminó de editar en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, en marzo de 2016.



El Diplomado en Periodismo Turístico es dictado por Miguel Ledhesma, presidente de la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos y tiene por objeto que los estudiantes asuman una postura crítica y comprometida de la labor periodística en turismo, que conozcan de manera profunda y responsable el sistema turístico, y adquieran herramientas de escritura periodística, investigación y presentación radial, televisiva y digital.

Más de tres mil estudiantes han pasado por sus versiones presenciales y virtuales desde que comenzó a ser impartido a inicios de 2014.

