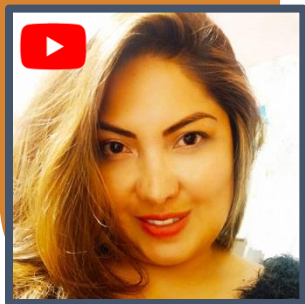




PERIODISMO TURÍSTICO
EN ECUADOR:

“¿Cuáles son
los alcances y
retos?”

TURISMÓLOGA PRESENTADORA:
JACQUELINE GRANDA



“el Periodismo turístico debería convertirse en una política de estado, con un aval académico”

Jacqueline Granda Marcillo –   
Directora - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE PERIODISMO TURÍSTICO, Ecuador

Día a día, hemos visto como la cantidad de fotografías totalmente *instagrameables* y de gran impacto nos motivan a estar en ese lugar, y vivir esa experiencia, mucho de este contenido fotográfico y ligado a experiencias transmitidas bajo el formato *storytelling*, es posible gracias a guías de turismo que aprovechando el desempleo han decidido emprender, armar sus propios viajes, *influencers* invitados a promocionar sitios, o viajeros empedernidos que comparten sus vivencias en sus redes, por supuesto también agencias de viajes que buscan llamar nuestra atención con imágenes y precios bajos, todo esto y más, nos lleva a acercarnos cada vez más a esos amaneceres únicos, en los que esa persona fotografiada podría ser usted o yo.

El poder salir de un estado de confinamiento, o de la rutina, para vivir una experiencia al aire libre y sobre todo bio-segura, ha sido una forma de renovar la energía y la esperanza, para más de una persona, a la vez podría ser frustrante ante la imposibilidad económica de hacerlo producto del desempleo que hacen que el turismo y los viajes sean un lujo y no un derecho, y no solo para el ciudadano vinculado a cualquier actividad ajena a los viajes, sino y principalmente a aquel que vivía viajando y que hoy sigue enlistando las filas de la desocupación o tal vez migró para recuperarse económicamente en otro país mientras sus talentos se empolvan.

Y viene la pregunta, ¿Existe Periodismo turístico en Ecuador, aquel que informe de manera imparcial sobre hechos, destinos y experiencias, sin que sea mera publicidad?

“Existe 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 acremiados”.



MIGUEL LEDHESMA
Organización Mundial de Periodismo Turístico

En el 2004 nace la Sociedad de Periodistas y escritores turísticos del Ecuador, como un ente social, que realiza su trabajo de forma voluntaria.

En el 2019, la entidad “Más Periodismo”, inicia su operación en Loja, la primera fundación de este tipo, cuya misión es apoyar al desarrollo y servicio de la comunicación, generando oportunidades de desarrollo en el emprendimiento, de forma inclusiva, por supuesto también ha tomado en cuenta al periodismo turístico.

En el año 2019, en la ciudad de Guayaquil se declaró el 18 de septiembre como el Día del Periodista de Turismo, con motivo del encuentro de Periodistas y Profesionales del Turismo, en el cual estuvo presente Julio César Debali, presidente de la Red de Periodistas Turísticos de Latinoamérica.

Mientras que a nivel Mundial se celebra como Día del Periodismo Turístico el 5 de septiembre de cada año desde el 2018, fecha establecida en Iguazú, Argentina, durante el octavo Congreso de Periodistas y Profesionales Turísticos, esta efeméride además de tener como finalidad la de revalorizar el rol y trayectoria del periodista turístico y su labor ética, fue aprobada oficialmente por la Organización Mundial de Periodismo, la Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos, el Iguazú Convention Bureau, la Dirección de Turismo y Patrimonio Ilustre Municipalidad de La Serena, gobiernos nacionales y locales de América y Europa, la Universidad de la Serena y la Universidad de La Patagonia, entre otras instituciones.

En el 2021, la Organización Mundial de Periodismo Turístico, designa por primera vez una dirección, para el capítulo Ecuador, después de dos años de trabajo conjunto y alianzas con sus más de trescientos miembros activos, resultando en una gran apertura para quienes deseen certificarse y acreditarse como periodistas turísticos, podrán hacerlo, en base a una formación académica con aval internacional.

El 2020, 2021 y lo que va del 2022, han sido años en los que el turismo se ha visto impactado y por ahora sigue estándolo, pues dependemos de factores externos para que este ámbito y todo su engranaje se recuperen en la forma que todos esperamos y necesitamos.

Sin embargo, este tiempo también ha sido la oportunidad para involucrarnos más a fondo, de forma activa y sincrónica en el Periodismo turístico con la organización fundadora, más allá de ser una alternativa que nos ha mantenido activos en lo que conocemos y nos sentimos comprometidos, también nos hemos fortalecido para gestionar y cristalizar proyectos en los que como periodistas turísticos sigamos ejerciendo nuestra labor con un gran apoyo de medios de comunicación internacional que con gran generosidad han apoyado proyectos periodísticos ecuatorianos que nacieron como emprendimientos independientes.

La OMPT, fundada en Argentina, cumplirá once años de fundación en este 2022, y durante estos años de siembra conjunta se ha logrado vincular a profesionales del turismo, estudiantes, comunicadores con interés en micro especializarse, creadores de contenido que busquen formalizar y respaldar su labor, y lo más importante formar parte de una cultura organizacional en la que su filosofía es el trabajo ético, colaborativo y asociativo, la formación académica es constante.

El trabajo continúa, considero que el Periodismo turístico debería convertirse en una política de estado, con un aval académico nacional, con la importancia que merece e incluida en los planes de gobierno y desarrollo de los procesos vinculados al turismo, que los profesionales que ejercen su labor periodística en el turismo sean pagados y no canjeados, porque existe un respaldo que lo sustenta y lo sostiene.

¡Qué tiempo tan valioso ha sido este, para el periodismo turístico! Más aun sabiendo que la expectativa del mundo en relación al status de destinos, políticas de viajes, actualizaciones en protocolos de seguridad al momento de desplazarse, depende de factores externos y principalmente de directrices estatales, ha sido fundamental el poder socializar esta información a través de esta importante red de periodistas turísticos del mundo y que cada vez son más los ecuatorianos que forman parte de ella.

¿Alcances y retos del Periodismo turístico en Ecuador?

- Trabajo colaborativo, entendiendo que no hay competencia cuando el proyecto se fortalece en la complementariedad.
- Asociatividad de quienes integran una red de periodistas turísticos éticos en base a la micro especialización.
- Apertura desde las instituciones educativas para ofrecer apoyo académico desde sus competencias.
- Receptividad de propuestas enfocadas al periodismo turístico como parte fundamental en el sector turístico y más ahora que hablamos de la reactivación turística.
- El periodismo turístico como una política de estado.
- Apostarle al periodismo turístico tomando en cuenta al recurso humano local podría ser el ingrediente que ayude a consolidar los esfuerzos gubernamentales que se han venido haciendo hasta ahora.

Como profesional del turismo con +20 años de experiencia, veo a un Ecuador en el Periodismo Turístico que nació desde el deseo profesional, aislado de aportar con el país, pero que ahora sí debemos unirnos para consolidarnos y fortalecernos como un solo gremio. Este 2022 traerá consigo alianzas nacionales e internacionales que nos permitirán mayor trascendencia en el área académica y así como el hecho de que Ecuador será anfitrión de Press Trips.

Un año ha comenzado, y se mantiene la esperanza de mejora para todos y no para pocos, les convoco a sumarse, y formar parte de la familia OMPT.



- [Inscripciones Certificación Internacional en Periodismo, OMPT](#)
- [Código de ético de los periodistas turísticos](#)



ANGÉLICA GUERRÓN CHAMORRO

Licda. Turismo Histórico Cultural / Guía nacional de turismo / Periodista Turístico OMPT



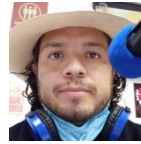
“ El periodismo es un medio objetivo que comunica la realidad social de varias disciplinas, como la ciencia, el clima, la economía, etc. Cada una de ellas cuenta con periodistas especializados en el tema. El turismo siendo un fenómeno social también debe contar con un periodismo turístico, y la falta del mismo ha hecho que se confunda al periodismo con las campañas de marketing de atractivos y servicios que en algunos casos no muestran la realidad total.

Dentro de esta problemática, las nuevas generaciones invierten tiempo y recursos en su salud mental, emocional y física realizando turismo. Es por ello que la comunicación y el turismo a través de los medios digitales han tenido un boom. Y es ahí cuando viene la pregunta del millón: ¿todo lo que se muestra en los medios es real? ¿Es imparcial? ¿Es verdad?

Pues bien, el periodismo turístico que está empezando a nacer en el Ecuador, gracias a la OMPT (Organización Mundial del Periodismo Turístico), busca contar con un periodismo especializado ya que al ser un fenómeno social que involucra tanto la vida del ser humano y sus actividades de recreación sobre el planeta, requiere crear una información integral, actualizada, que reconozca aciertos o que denuncie a la vez manejos incorrectos de recursos públicos, de conservación y de estragos sociales que la actividad turística pudiera provocar.

Es así que, uno de los retos es crear con ayuda de la academia en Ecuador esta especialización y que la prensa le dé su debido espacio.

Finalmente, no confundir comunicador con periodista, pues este último no pretende favorecer a nadie, y como consecuencia en muchos países los manejos turísticos y servicios han tomado una mejor vía de desarrollo. Además, busca contribuir, cuando se ha aprendido que hay un hilo muy delicado entre la explotación (enriquecimiento) y la conservación. ”



DAVID MACHADO

Ing. Administración de Recursos Naturales y Ecoturismo / Columnista en Revista "Entorno Turístico", México



“ ¡Hablar de periodismo turístico, en estos días, es infiltrarse en un campo minado!

Con una pandemia que no termina de ser el foco de atención de los medios, y que directamente está afectando actividades turísticas en todo el planeta, sumamos también los factores sociales imperantes, relacionados a la comunicación periodística: poca credibilidad a la información otorgada por los medios comunicativos, intereses económicos predominantes, visión periférica del periodista, entre otras.

En un análisis somero, entrar en el mundo del periodismo turístico podría ser considerado un acto "hara-kiri". Más, si dejamos el romanticismo de lado y nos acercamos a lo que sucede realmente, el periodismo turístico hoy atraviesa uno de los momentos de mayor consideración, y crecimiento potencial, de toda su corta historia.

Cuando todo está rehaciéndose, reinventándose y restructurándose, el periodismo turístico, como herramienta de comunicación efectiva, promotora, pero, sobre todo, alejada del individualismo, empieza a encaminarse a convertirse en el recurso informativo necesario y complementario a la actividad turística.

Si bien el reto está claramente definido y es el darle a esta especialización el sitio que merece, siempre a través de la necesidad de comunicar acertada y efectivamente, también está claro que se requiere de esfuerzos mancomunados en torno a la verdadera eficacia y eficiencia de la comunicación en turismo, y con esto, el mayor de los alcances del periodismo turístico estará, entonces, en sacar a la luz las claras problemáticas que el turismo posee, mostrando abiertamente lo que está gestionándose desacertadamente, lo que necesita mejorar, invitándonos a evolucionar, a modificar las estructuras sistemáticas que empujan a un turismo estandarizado, estático. Hoy el periodismo turístico tiene la oportunidad de surgir, de una manera idónea, y permitirse abarcar aquello que, por lógica, le corresponde. ”



MIGUEL LEDHESMA

Secretario General
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE
PERIODISMO TURÍSTICO



“ Cuando los funcionarios públicos dejen de hacer su trabajo, pensando solamente en votos, el turismo, y por ende el periodismo turístico, podrán alcanzar un nivel de madurez importante. Todos sabemos que los turistas no cuentan en las elecciones de mandatarios y por ello el turismo suele ser lo último en las agendas gubernamentales. Y esto es regla de tres simple: si no evoluciona el turismo, difícil será que evolucione el periodismo turístico.

Sin embargo, me parece importante destacar que cuando planteo una necesaria evolución del turismo, no me refiero a como me dijeron una vez: "Tenemos que luchar para que millones de turistas visiten Latinoamérica, como pasa en Europa". Ojalá eso nunca suceda, lo dije en su momento, y lo repito ahora. Un turismo evolucionado es un turismo sostenible, no masivo, que sobre todo respeta la idiosincrasia local. Y si bien, no puede haber periodismo turístico sin

turismo, tenemos en el periodismo turístico la herramienta para generar conciencia sobre la importancia de éste.

Por eso, el periodismo turístico en Ecuador tiene por delante los siguientes desafíos:

- Promover el turismo sostenible,
- Informar y alejarse de la venta y de la promoción,
- Poner en el foco de su trabajo a la gente, sobre todo a la local y no tanto al turista,
- Darle voz y ayudar a quienes estén atravesando algún conflicto,
- Democratizar el turismo y la comunicación especializada, favoreciendo la inclusión,
- Y aprender sobre trabajo colaborativo.

Porque de otra forma se seguirá con un periodismo turístico aislado e individual que tiene puesta la mirada más afuera que en su propio país. ”



Isla Bartolomé, Galápagos

**VISIBILIZA
TU MARCA**

...y llega a la más bella industria ECUATORIANA

elturismólogo
editor.ec@elturismologo.com



ANGIE DRAKE

Consultora de Turismo Sostenible y Regenerativo
Directora OMPT - EE.UU



“ El mayor desafío para el periodismo turístico ecuatoriano es la falta de transparencia fiscal. ¿Quién paga la producción de contenido? Y en el mundo actual de influencers, podcasters, bloggers y otros creadores de periodismo menos tradicionales, es muy confuso saber quién debería pagar el reportaje de un destino.

En un entorno periodístico tradicional como un periódico, el camino usual hacia la publicación, sería en el que un editor contratara a un escritor para escribir una historia. El periódico es quien cubre los costos del viaje, paga al periodista, recuperando su inversión por la publicidad.

En el mundo actual, este sistema se está extinguiendo. Más a menudo, se espera que un periodista independiente presente un artículo para su publicación. Y rara vez la tarifa contratada cubre los costos de su viaje, su alojamiento o su tiempo.

Por lo tanto, muchos productores de contenido aceptan pagos de los propios destinos. El pago puede ser en forma de tarifas con descuento, estadías gratuitas y, en algunos casos, incluso dinero. Cuando los destinos pagan su propia cobertura, el producto final no es periodístico, es marketing y publicidad.

Debido a que el turismo en el Ecuador continental rara vez es cubierto por periodistas internacionales, muchos destinos ecuatorianos dependen de influencers y otras personas que generan entusiasmo por un lugar. Creen que cualquier atención es mejor que ninguna atención. Y es difícil estar en desacuerdo. Pero a menudo, este tipo de reportaje es parcializado, o peor aún, noticias falsas.

La buena noticia es que algunos creadores de contenido en Ecuador brindan ejemplos positivos de transparencia fiscal. Declaran abiertamente quién patrocina su trabajo. Lo que falta en Ecuador son auspiciantes y anunciantes dispuestos a poner su nombre en productos donde no controlan resultados. Esta inversión en el periodismo turístico es clave para ganar terreno en el mercado turístico mundial. ”



Mgtr. GABRIELA FIGUEROA

Periodista Turístico OMPT Ecuador,
Columnista en Revista "Entorno Turístico", México.



“ En los últimos años en Ecuador la empresa pública y empresas privadas, han realizado press trip invitando a periodistas turísticos de otros países para que escriban sobre el destino. Pero ¿por qué no considerar a prensa turística del mismo país?

La respuesta es, que Ecuador el Periodismo Turístico es un área desconocida. Hasta la fecha en las facultades de comunicación del país dan mayor interés al fútbol, política, farándula e incluso a la crónica roja; siendo estas las primeras opciones de especialización de los profesionales de comunicación. Y se están olvidando de que el periodismo turístico es encantador y único, ya que la persona que lo realiza tiene la oportunidad de presentar un destino y hacer público cuando algo anda mal y pueda llegar a afectar al mismo.

Dentro de Ecuador los retos y alcances que el periodismo turístico tienen son:

1. Lograr el apoyo de los entes gubernamentales y privados para desarrollar esta rama de la comunicación, y dándoles a conocer la importancia de la prensa turística en un destino.
2. Considerar al periodismo turístico como otra opción de especialización dentro de las facultades de Comunicación del país.
3. Valorar lo propiamente ecuatoriano; dar la oportunidad y la prioridad a la prensa turística ecuatoriana.

Tener la oportunidad de escribir sobre temas turísticos se puede considerar sencillo, pero no lo es; poder analizar, investigar y captar lo que se quiere transmitir a los demás, por medio de las palabras es una tarea que necesita esfuerzo, motivación e inspiración. El periodista turístico muestra la noticia como es, y considero que es la mejor sinergia entre ambas industrias la comunicación y el turismo para la promoción de un destino. ”



JAZMÍN HARB ANDRADE

Ing. Comercial, generadora de contenido turístico
CEO Travel to blank



“ Generar contenido turístico en Ecuador es un verdadero placer, en un país con una belleza natural impresionante, gastronomía variada y deliciosa, con gente es amable que hace sentir al turista como si estuviera en su propia casa. Una de las ventajas que tenemos los generadores de contenido, son distancias relativamente cortas entre diferentes provincias y regiones, posibilitando recorrer diferentes lugares, recoger gran cantidad de material turístico de calidad.

El gran reto como freelancer turístico es vencer la falta de apoyo por parte de la industria privada y gubernamental, tanto en el ámbito central como en el seccional. En ocasiones, ofrecen canjear el trabajo con productos, servicios o con los famosos viajes de familiarización, dificultando que podamos dedicarnos a esta actividad, que por sobretodas las cosas, proyecta la imagen turística del país al mundo, a través de las redes sociales.

Muchos generadores de contenidos turísticos, se ven obligados a activarse laboralmente en otros menesteres y desarrollar su afición turística en el poco tiempo disponible, consecuentemente el contenido que generan no representa un ingreso económico importante, debiendo relegar esta actividad a un plano secundario o como entretenimiento, por lo que aceptan cualquier intercambio de su trabajo con servicios a efectos de disminuir el costo operativo, cuando en realidad lo que están es permitiendo que su trabajo no sea valorado como se merece.

Las autoridades gubernamentales, nacionales o seccionales, no optan por invertir en generadores de contenido nacionales para promocionar de manera más orgánica los atractivos turísticos de su destino. Creen que invitándolos a un fam trip es suficiente, pero no se dan cuenta que cada uno de ellos no tienen relación de dependencia con un medio sino que son emprendedores, que aquello es su trabajo, con el cual muchos subsisten y que generan contenido para que más personas visiten los atractivos que ofrece el destino. ”



LUIS MALDONADO MENA

Licenciado en Turismo Ecológico,
investigador y locutor de medio turístico
kminantenomade@gmail.com



“ El periodismo turístico en el Ecuador a lo largo de los últimos años ha ido experimentando varias etapas de desarrollo, desde la televisión, su primer punto de partida, se ha ido complejizando y diversificando con el tiempo, el internet con sus distintas plataformas, han captado una gran cantidad de adeptos siendo formas diversas y originales de comunicar y mostrar los atractivos y destinos turísticos.

Lo mencionado anteriormente podría entenderse como una gran ventaja para el turismo y el país, plataformas gratuitas, o de bajo costo que apuntan a mostrar a un territorio y sus distintos atractivos, sin embargo, nos queda una gran duda en la mente que empieza a volverse fuerte ¿Cuáles son los alcances y los retos del Periodismo Turístico en Ecuador?

Lo primero que debemos entender es que para comunicar eficientemente es necesario un proceso de profesionalización y regulación de las actividades relacionadas al turismo y su comunicación, el reto debe centrarse justamente en eso, generar una organización que legalice a los generadores de material turístico, siendo en primer lugar profesionales de las ramas turísticas, y en segundo lugar empezar un proceso de formación sobre periodismo, esto permitirá que los productos generados no sean solamente para ganar más seguidores, sino que podremos tener embajadores con estilos distintos, enfocados en targets diversos, la creación de una marca y una certificación es el objetivo para que todos apuntemos a un turismo responsable, profesional y bien comunicado.

Los alcances del periodismo turístico actualmente son de carácter local, con calidades y enfoques variados, pero a futuro existe una gran oportunidad para que sea internacional y de esa forma logremos fortalecer y captar los mercados, esto con una regulación dirigida por el ministerio de turismo y el Ministerio de Telecomunicaciones, los medios de comunicación privados, y las personas relacionadas al mundo del turismo. ”



PRÓXIMA EDICIÓN (15 de Marzo 2022)

El efecto del Turismo en Ecuador, ¿puede llegar a ser un verdadero agente de cambio para el país?

Turismóloga Presentadora: **Selene Orellana** 
Fundadora de **CO-CREANDO TURISMO**



SOLICITE SU SUSCRIPCIÓN GRATUITA

contacto@elturismologo.com



SÍGANOS EN NUESTRAS PLATAFORMAS



[elturismologo](https://www.linkedin.com/company/elturismologo)



[@el_turismologo](https://twitter.com/el_turismologo)

"Las opiniones publicadas en *elTurismólogo* son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten y no representan, necesariamente, el pensamiento de este medio de comunicación."

— equipo editorial *elTurismólogo*