



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO/A EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

Experiencias turísticas. El patrimonio cultural español en los blogs de viajeros franceses

Realizado por:

Marta Lamas Martínez

Fdo.:

Dirigido por:

María Isabel Turci Domingo

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, (JUNIO, 2016)

TÍTULO: Experiencias turísticas. El patrimonio cultural español en los blogs de viajeros franceses.

PALABRAS CLAVES: experiencia turística, turismo 2.0, blog, patrimonio cultural.

RESUMEN: En los últimos años han surgido numerosas nuevas fuentes de comunicación turística, que han ido adquiriendo una gran importancia. Una de estas fuentes son los blogs de viaje, donde los autores deciden plasmar sus experiencias turísticas.

Estos blogueros pueden ejercer una fuerte influencia en los lectores, pues con sus narraciones, consejos y comentarios, consiguen transmitir sus percepciones y emociones, sus vivencias viajeras e impactar en ellos. Lo narrado en sus entradas puede influir en las decisiones que el lector tome a partir de su lectura, tanto en la elección del destino, como durante el viaje.

Su fuerte impacto e importancia ha hecho que los blogs de viaje, hayan llegado a dejar en segundo plano, los tradicionales medios como las agencias y guías de viaje.

Por ello, en nuestro trabajo, tomando como corpus de estudio el blog de diversos viajeros francófonos, analizaremos las vivencias turísticas que narran con relación al patrimonio cultural español y la evaluación que de ellas se deriva para futuros viajeros.

ÍNDICE

Capítulo 1 Introducción

Capítulo 2 Corpus de estudio y metodología

2.1. Corpus

2.1.1. Criterios de selección de los blogs

2.1.2. Blogs seleccionados

2.2. Metodología

2.2.1. Tabla de análisis

Capítulo 3 Marco sociocultural

3.1. Turismo 2.0

3.2. Turismo 2.0 y blogs de viajeros

3.2.1. Blogs en Francia

Capítulo 4 Marco conceptual

4.1. Blogs vs guías de viaje

4.2. Patrimonio cultural y natural

4.3. Turismo cultural

4.4. Imaginarios turísticos

4.5. Conceptos y definiciones para el análisis

Capítulo 5 Resultados del análisis

5.1. Visión del patrimonio español

5.1.1. Prácticas del viajero / Actividades

5.1.2. Información sobre el lugar

5.1.3. Percepción sensible

5.1.4. Reacciones emocionales

5.1.5. Asociación con otros lugares

5.1.6. Consejos del bloguero

5.1.7. Valoraciones

Capítulo 6 Conclusiones

Capítulo 7 Referencias bibliográficas

Capítulo 8 Anexos

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años hemos asistido al surgimiento del turismo 2.0, que trataremos más adelante durante el desarrollo del estudio. El nacimiento del turismo 2.0 ha dado lugar a la aparición de nuevas formas de organización e información previas al viaje.

Hasta hace un tiempo, en la fase de búsqueda de información antes de emprender un viaje, acudíamos a medios tradicionales como las agencias de viaje o las guías en papel, sin embargo, hoy día, existen medios de búsqueda de información mucho más rápidos y ágiles presentes en Internet.

Estos medios ayudan al futuro viajero a tener un primer contacto con el destino soñado y a reunir información útil, aunque no se vaya a realizar el viaje en ese mismo momento. Uno de estos medios es el blog de viaje, el cual ha logrado obtener un rol fundamental entre las actuales fuentes de información.

Estos blogs surgen con la web 2.0, viajeros que deciden compartir sus experiencias y vivencias turísticas a través de textos y fotografías, así como consejos, peripecias y recomendaciones, con el objetivo de informar al lector y posible futuro viajero, de una forma más personal y directa. Cada vez es mayor el número de personas que recurren a este tipo de medio antes de realizar un viaje, o simplemente para contemplar las fotografías y disfrutar de las narraciones de viajeros experimentados.

La intangibilidad de productos y servicios turísticos complica su promoción y posterior venta, ya que los adquirimos sin haberlos visto ni probado. Por ello, el futuro viajero tratará de extraer información de diversos medios y reunir la necesaria para asegurarse de que su estancia en el destino se ajuste a sus expectativas iniciales.

En este momento de búsqueda activa de información previa al viaje, desempeñan un papel esencial los blogs de viaje, y es que el futuro viajero busca fuentes fiables y creíbles. El hecho de que los escritos narren experiencias personales y reales basadas en viajes realizados por el bloguero, crea en el lector un sentimiento de confianza, pues se trata de una información más actualizada y que cree veraz. Muchos lectores consideran que la información que encuentra en un blog puede ser más fiable que la información que encuentra en guías de viajes, folletos turísticos, escritos publicitarios, etc.

Desde hace un tiempo, proliferan en la red multitud de blogs de viaje muy variados, y lo hacen de forma rápida y constante, generando un fuerte impacto a nivel social y cultural.

Debido al fuerte crecimiento experimentado por el blog de viaje en los últimos años y a su protagonismo como medio de búsqueda de información en la web 2.0, nuestro trabajo los tomará como corpus de estudio y mostraremos la imagen que los blogueros dan de los diferentes destinos visitados a sus lectores mediante el relato de experiencias personales. Nuestro interés se

centra en conocer la visión que se ofrece en los relatos de blogs escritos en francés de dos destinos españoles, Cataluña y Andalucía.

Para ello, tomamos como corpus de estudio cinco blogs de viajeros francófonos, cada uno con sus particularidades, con el objetivo de analizar sus vivencias turísticas en relación al patrimonio cultural español y la evaluación que de ellas se deriva para futuros viajeros. Las entradas de los blogs seleccionados, nos permitirán obtener la información necesaria para analizarla posteriormente, y poder conocer cuál es la visión que se desprende de Andalucía y Cataluña.

En las narraciones de las experiencias, vemos plasmado un tipo de turismo como es el cultural, el cual reúne diversas prácticas o actividades. En las entradas que analizaremos, los blogueros relatan precisamente las actividades que realizan, que por lo general son visitas a los monumentos y lugares patrimoniales más conocidos, visitas a museos, degustación de comida típica del lugar, vivencias de las tradiciones, paseos por el centro de la ciudad visitada o incluso rutas de senderismo por los alrededores de esta.

El turismo cultural contribuye al acceso a la cultura durante los viajes, aspecto que en Francia tiene una gran importancia. De hecho, en este país se ha creado una clasificación oficial de las diferentes tipologías sobre los lugares y actividades turísticas. En concreto, existen un total de 17 subcategorías divididas en dos generales: Categorías de vocación más bien cultural y categorías de vocación más bien no cultural¹. Sin embargo, en España, encontramos tipologías de turismo (deportivo, de aventura, rural, cultural, de salud, etc), pero no una división de categorías de turismo cultural.

Esta importante división de tipologías de prácticas turísticas, nos permite conocer la gran evolución de dichas actividades, y la notable diversificación de la oferta cultural, cada vez más accesible para todos. Esta diversificación se debe al hecho de que los viajeros actuales no se limitan a visitar los museos o principales monumentos de una ciudad, sino que el nuevo objetivo es experimentar, sentir, emocionarse en el destino e integrarse con los nativos.

El público aprecia el arte, la manifestación cultural, el patrimonio, etc a través de las emociones que ésta provoca en él. Cada vez más, los profesionales desarrollan su oferta para llevar al individuo a apropiárselo, a vivir una experiencia, a comprometerse en procesos inolvidables. Tienen en cuenta aspectos sensoriales, emocionales e imaginarios, sin olvidar la nostalgia (Conseil Général Côte d'Or Tourisme, 2014).

Hemos elegido blogs escritos en lengua francesa, ya que Francia se consolida como uno de los principales mercados emisores de turistas para el turismo en España, y resulta interesante conocer cómo se percibe nuestro país y cultura.

¹http://pro.cotedortourisme.com/sites/default/files/adt21/FicheConseil/PDF/fc_tourisme_patrimoine_culturel.pdf Consulta do 15/06/2016

Tradicionalmente, Francia ha sido uno de los principales mercados para España, tendencia que se mantiene hoy día. En los primeros meses de este año 2016, el número de turistas internacionales que llegaban a nuestro país aumentó un 12.5% en comparación con el mismo periodo del año anterior, siendo 1.002.941 el número de turistas franceses, tan sólo superados por los británicos con 1.513.111 turistas (Frontur, 2016).

Francia es el tercer mercado emisor más importante para España de turistas y excursionistas, motivado principalmente por el bienestar y los viajes de confort, y con un destino principal, Cataluña, y situada en unos puestos inferiores, se encuentra Andalucía. (Hosteltur, 2016).

Según el Eurobarómetro de la Comisión Europea realizado en 2014 sobre la preferencia de los europeos a la hora de viajar², los franceses eligen en primer lugar su propio país, y en segundo lugar España. Concretamente, las razones de su viaje son la playa, visita a amigos y familiares en segundo lugar, naturaleza, y el aspecto cultural en cuarta posición, coincidiendo con las motivaciones de los europeos.

En 2006, sólo un 10% de los turistas que venían a España, lo hacían por un motivo cultural, sin embargo, a pesar de ello, vemos la importancia que para el turista francés tiene el turismo cultural, que viaja a nuestro país motivado por ello. Y esta tendencia continúa en aumento, ya que en 2014, el 10% se transformó en un 17, 7% (6.445,5) de turistas franceses que realizaron en nuestro país actividades culturales, tan sólo por detrás de Reino Unido (Anuario de Estadísticas Culturales).

En el Eurobarómetro también se ha incluido el medio a través del cual los viajeros han conseguido información acerca de su próximo destino. En primer lugar, el medio más usado son las recomendaciones de amigos y familiares, y en segundo lugar, Internet. “En este contexto, el estudio de la visión que transmiten los blogueros resulta especialmente pertinente ya que desempeñan un papel importante en la decisión de sus lectores. Vemos cómo las agencias de viajes y las oficinas de turismo se sitúan en un puesto inferior y las guías de viajes en unos de los últimos puestos. Comprobamos así la fuerza de Internet sobre otros medios más convencionales a la hora de buscar información para un futuro viaje, y no sólo para eso, sino también para la organización en general de dicho viaje.

El turismo en España ha experimentado en los últimos años una importante transformación y adaptación económica y social, con el objetivo de que el sector turístico español sea cada vez más competitivo y sostenible. Por ello, el Consejo Español de Turismo, ha establecido el “Plan del Turismo Español Horizonte 2020”³, consistente en un conjunto de políticas y actuaciones de las administraciones y empresarios del sector, con el objetivo

²http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_fact_fr_fr.pdf Consultado 16/06/2016

³http://www.tourspain.es/eses/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf Consultado 16/06/2016

de que el turismo se convierta en unas de las principales fuentes de empleo y bienestar.

Uno de los principales retos de este Plan será la potenciación del turismo cultural, mejorando la organización y uso de los recursos, así como la gestión del destino; marcar la diferencia en los destinos culturales españoles para tratar de paliar la fuerte dependencia del turismo de sol y playa; mejorar las vías de comunicación y accesos.

De esta forma, en los blogs de los viajeros podremos ver reflejado en qué grado, estas medidas que el Estado Español intenta llevar a cabo, son percibidas. Es decir, conoceremos la visión que se transmite acerca de la calidad del sector turístico cultural español, un sector en constante innovación y evolución para ofrecer un nuevo tipo de turismo alejado de lo convencional y basado en la experiencia y sensaciones en el destino.

El trabajo está conformado por ocho capítulos, siendo el octavo los anexos, donde incluimos las tablas de análisis que hemos utilizado como método de estudio.

El segundo capítulo reúne los blogs seleccionados como objeto de estudio y la metodología usada en el análisis.

En el tercer capítulo aparece el marco sociocultural, donde hemos recogido conceptos clave como el turismo 2.0, y la tendencia de los blogs de viaje en Francia.

El capítulo cuarto hace referencia al marco conceptual, apartado en el que recogemos conceptos necesarios para comprender nuestro estudio.

En el quinto capítulo interpretamos los resultados obtenidos tras el análisis de nuestro corpus de estudio.

El sexto capítulo reúne las conclusiones obtenidas tras el estudio del corpus.

En el séptimo capítulo se dedica a las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO 2 CORPUS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍA

2.1. CORPUS

Nuestro corpus de estudio está formado por las diferentes páginas de blogs de viajeros francófonos, que muestran sus vivencias y visiones del patrimonio cultural español. Nos centraremos en el estudio del aspecto cultural, ya que el patrimonio cultural ha desempeñado un papel esencial en el desarrollo urbano y turístico de los destinos en el mundo entero.

Hemos decidido escoger aquellos blogs que hacen alusión en sus narraciones al patrimonio español, ya que se trata de nuestro país, y de esta forma podremos conocer la visión que del mismo se transmite en otros países, como en este caso son los países francófonos.

Lo que nos ha motivado a elegir como corpus de estudio las publicaciones de blogueros francófonos sobre el destino Cataluña y Andalucía, es el gran número de turistas franceses que llegan cada año a nuestro país, y el fuerte crecimiento y protagonismo experimentado por los blogs de viaje hoy día como herramienta de búsqueda de información. Estas motivaciones son las que ya adelantábamos en nuestra introducción.

A continuación definimos nuestro corpus de estudio, es decir, exponemos cuáles son los criterios de selección, los blogs elegidos, así como las entradas que vamos a analizar.

2.1.1. Criterios de selección de blogs

Los blogs de viajes elegidos para su estudio reúnen las siguientes características:

1. Blogs escritos en francés.
2. Los blogs contienen entradas sobre Andalucía y Cataluña.
3. Son personales y ninguna empresa es propietaria de los mismos.

Entre los blogs que presentan estas características,

- Hemos decidido elegir blogs con ánimo de lucro, es decir, blogueros, que en mayor o menor medida buscan beneficio, sin tener por qué dedicarse a ello profesionalmente. Dentro de los blogs seleccionados, unos incluyen publicidad de empresas externas, y otros no lo hacen, solo incluyen consejos y opiniones acerca de determinados productos.
- Para su selección, en primer lugar, hemos utilizado una clasificación llevada a cabo por *Teads Labs* (2015) denominada *Clasificación de blogs de turismo: Los blogs de viaje más influyentes*⁴. Ha sido realizada en función de la influencia en redes sociales, por su número

⁴ Classement de blogs tourisme: Blogs tourisme les plus influents <http://fr.labs.teads.tv/top-blogs/tourisme>

de seguidores, así como por su aparición mediante enlaces en páginas webs de turismo y en las entradas de otros blogs.

- Por otro lado, incluimos en nuestro corpus un blog llamado “Trace ta Route”⁵, que si bien no aparece incluido en el ranking de los otros cuatro blogs seleccionados, reúne los criterios de selección de los blogs mencionados anteriormente, pues contiene múltiples entradas sobre Andalucía y Cataluña, y esto lo convierte en un blog especialmente adecuado para el estudio.

Estos criterios de selección nos han permitido reunir blogs con múltiples entradas ricas, interesantes y variadas sobre las experiencias turísticas vividas por los blogueros en espacios patrimoniales culturales tanto en Andalucía como Cataluña.

2.1.2. Blogs seleccionados

Los siguientes cuatro blogs están ordenados en función de su puntuación en la clasificación que ha realizado Teads Labs sobre los blogs de viajeros franceses más influyentes en la actualidad:

1. **mamamvoyage.com**

Posición en la clasificación de Teads Labs: 3 de 100

Blog creado en 2009 por Christine, una parisina que quiso empezar a compartir sus experiencias en los viajes realizados con su marido y sus dos hijos. Christine decidió crear este blog tras el viaje de novios que hizo con su marido por todo el mundo. Cuenta que con el nacimiento de sus hijos, las ganas y motivaciones para viajar en familia no hicieron más que aumentar.

Christine escribe sus posts con el objetivo de compartir con los lectores sus vivencias en viajes con niños, en Francia o cualquier parte del mundo, pequeñas escapadas de fin de semana o largos viajes. Christine anima a las familias a viajar juntas y dice: “Espero aportar ese clic que os dará ganas de hacer vuestras maletas en familia, mostraros que es posible y daros ideas de destinos”⁶Toda esta información sobre ella y los motivos que la impulsaron a viajar y crear el blog los incluye en el apartado “À propos”, donde además también aparecen las diferentes redes sociales en las que está presente y la posibilidad de contactar directamente con ella a través del email.

⁵www.tracetaroute.com

⁶ “J’espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c’est possible et vous donner des idées de destinations” www.mamamvoyage.com

Entradas analizadas:

1. "Visita del Alcázar de Sevilla"⁷16/04/2013
2. "Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía"⁸28/03/2013
3. "Visita de la Alhambra en Granada"⁹22/04/2013
4. "La Semana Santa en Sevilla"¹⁰02/04/2013



Imagen 1. Página web Mamam Voyage

2. leblogdesarah.com

Posición en la clasificación de Teads Labs: 14 de 100

Sarah bloguera treintañera y periodista, decidió cambiar de vida en 2008 tras una ruptura sentimental, y viajar sola por primera vez durante un mes por Vietnam.

En su blog dice: *"Cuando uno se encuentra solo al otro lado del mundo, está obligado a sacar sus propios recursos porque no hay otra persona con la que contar. Y es ahí cuando nos damos cuenta de que somos mucho más fuertes de lo que imaginábamos"*¹¹. Con ello trata de animar a la gente a que viaje sola, sin tener miedo, ya que por el camino, encontrará a otras personas que han decidido viajar también en solitario.

Toda la información relativa a sus objetivos y motivaciones las incluye en un apartado que denomina "À propos", además aparecen las redes sociales que usa, y donde se publicitan diversas empresas del sector turístico, ya que se trata de un blog con el que la autora obtiene un beneficio, con ánimo de lucro.

⁷ "Visite de l'Alcazar à Séville"

⁸ "Mon week-end à Seville, en Andalousie"

⁹ "Visite de l'Alhambra à Grenade"

¹⁰ "La Semana Santa à Seville"

¹¹ "Quand on se retrouve seul à l'autre bout du monde, on est obligé de puiser dans ses propres ressources car on n'a personne d'autre sur qui compter. Et c'est là qu'on réalise qu'on est beaucoup plus fort que ce qu'on imaginait"
www.leblogdesarah.com

Para ella viajar es como una droga, descubrir nuevos horizontes, comprender cómo las personas conviven, vivir nuevas experiencias y emociones. Y es su pasión por el viaje lo que Sarah intenta transmitir a través de sus entradas para motivar a sus lectores a embarcarse en nuevas aventuras.

Además, junto con otros blogueros, ha creado una asociación “Les Passeurs d’Aventures”, cuyo lema es: “Conocer, compartir, inspirar”¹². Organizan reuniones llamadas “ApéroVoyageurs”, para facilitar el encuentro de personas cuya pasión es el viaje.

Entrada analizada:

1. “10 buenas razones para ir a Barcelona”¹³ 21/06/2013



Imagen 3. Página web El Blog de Sarah

3. reverdailleurs.com

Posición en la clasificación de Teads Labs: 16 de 100

La autora del blog es Sandrine, una francesa que después de vivir en Montpellier y Londres, ha elegido París como su lugar de residencia.

Su único pensamiento desde que era joven ha sido viajar y descubrir. Su pasión por Internet y la fotografía hizo que la creación de un blog fuese un proyecto que no tardaría en llevar a cabo.

En sus entradas, Sandrine no pretende describir cuidadosamente cada destino, quiere compartir las experiencias más íntimas y especiales de cada

¹² “Rencontrer, partager, inspirer”

¹³ “10 bonnes raisons d’aller à Barcelone”

uno de sus viajes. A través de sus múltiples escapadas, narra todas sus visitas, paseos, descubrimientos y anécdotas que más le han impactado.

“À propos” es el apartado que Sandrine ha elegido para presentarse e incluir los objetivos de la creación del blog, así como la posibilidad de contactar con ella por email o por sus redes sociales. En esta página también vemos publicidad de productos de distintas empresas, pues es un blog con ánimo de lucro. En este apartado ha incorporado múltiples enlaces hacia páginas webs en las que su blog aparece o ha sido mencionado.

La redacción de la mayoría de sus post sigue la misma estructura, incluye aquello que más le ha gustado e impresionado. Para ello lo hace mediante “10 buenas razones para volar hacia...”, hacia los destinos que ha recorrido por todo el mundo, incluyendo consejos y opiniones sobre hoteles, restaurantes, tiendas, bares, monumentos... De esta forma pretende crear en sus lectores el deseo de viajar y descubrir lugares nuevos.

El lema de Sandrine es: *“Partir a la conquista del mundo y aprovechar cada instante, la vida es tan corta”*¹⁴

Entradas analizadas:

1. “10 razones de volar hacia Granada”¹⁵24/03/2012
2. “10 razones de volar hacia Sevilla”¹⁶11/11/2010
3. “10 razones de volar hacia Barcelona”¹⁷11/11/2010

¹⁴“Partir à la conquête du Monde et profiter de chaque instant, la vie est si courte”

¹⁵“10 raisons de s’envoler vers Grenade”

¹⁶“10 raisons de s’envoler à Séville”

¹⁷“10 raisons de s’envoler à Barcelone”



Imagen 3. Página web Rêver d'ailleurs

4. novo-monde.com

Posición en la clasificación de Teads Labs: 45 de 100

El blog Novo-monde fue creado por una joven pareja, Fabienne et Benoît, originarios de Suiza. Tras finalizar sus estudios, se embarcaron en su primera experiencia profesional en el extranjero, dirigiéndose a Viena.

Tras dos años en la capital austriaca, la idea de dar la vuelta al mundo comenzó a surgir en ellos, y pensaron que el fin de esa experiencia profesional, marcaría el inicio de sus viajes. Así fue como comenzaron sus aventuras por el mundo, viajando hasta China durante nueve semanas.

Al igual que los blogs anteriores, la pareja ha introducido en su página una pestaña llamada "À propos", en la que se presentan y cuentan el surgimiento de su blog. Describen cómo se preparan antes de un viaje y todo lo necesario para realizarlo, y también, para que sus lectores los conozcan un poco más, incluyen una serie de características que los diferencia y aquello que los une.

Han decidido colaborar con empresas, por lo que es un blog con ánimo de lucro, donde aparecen también los iconos de las redes sociales en las que están presentes, y a través de las cuales pueden contactar con los autores.

Ambos intentan transmitir en sus entradas sus vivencias más personales en pareja y la pasión por la aventura y por lanzarse a conseguir los sueños de cada uno.

Entrada analizada:

1. “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”¹⁸29/03/2013



Imagen 4. Página web Novo-Monde

En último lugar, presentamos el blog que no se encuentra dentro de la clasificación elegida Teads Labs, pero que reúne todos los criterios de selección, y además incluye un interesante contenido para nuestro estudio.

5. trace-ta-route

Los blogueros de Trace ta route son cuatro amigos, Edouard, Julie, Tristan y Marie, apasionados del viaje, de los cuales, los tres primeros se conocieron en el instituto y no se han separado desde entonces.

Se trata de un proyecto colectivo, donde prima el buen ambiente, para compartir con sus lectores lo que han podido descubrir por el mundo y aconsejar sobre los mejores planes para el viaje. Pero no solo eso, tratan de mostrar sus emociones más personales, sus encuentros, sus alegrías y tristezas, porque: “*el viaje se vive con los sentidos*”¹⁹.

Se autodenominan “Los trazadores”²⁰, cada uno con su propia voz, personalidad e intereses, algo diferente al resto de blogs en los que existe un solo autor, y que les otorga singularidad frente a los que se han presentado previamente. Intentan hacer soñar, inspirar, ayudar y acompañar a los lectores a través de las palabras e imágenes de cada uno de los cuatro blogueros.

El apartado en el que los cuatro autores incluyen sus presentaciones y objetivos lo han llamado como ellos mismos se denominan “Les traceurs”. En esta pestaña, aparece una foto de cada autor que enlaza a una pequeña

¹⁸ “Un week end sous le soleil de Barcelone”

¹⁹ “le voyage se vit d’abord avec les sens”

²⁰ “Les traceurs”

presentación individual, para darse a conocer, y explicar qué tipos de viajes les gusta a cada uno.

Se trata de un blog con ánimo de lucro, donde aparecen una serie de marcas patrocinadoras, y en el apartado “Travaillons ensemble” proponen: viajes de prensa, blogtrip, visitas, eventos, etc., aunque no incluyen banners. También recogen los iconos de aquellas redes sociales en las que están presentes y el contacto email, para todas las dudas y sugerencias.

Además, los blogueros incluyen tres *hashtags* para el contenido temático, y uno de ellos se denomina #TraceLaCulture, donde incluyen los artículos para viajeros curiosos que prefieren los viajes culturales, descubrir el patrimonio local, la arquitectura, los museos... Hacemos mención a este *hashtag* ya que estudiamos la visión del patrimonio cultural del destino, y los post analizados están incluidos en el mismo.

Entradas analizadas:

1. “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”²¹ 18/12/2015
2. “Visitar Sevilla en 10 flechazos”²² 21/12/2014
3. “Visitar los alrededores de Málaga en la Costa del Sol”²³ 18/12/2015



Imagen 5. Página web Trace ta route

²¹ “Malaga en 3 jours, nos impressions”

²² “Visiter Séville en 10 coups de coeur”

²³ “Visiter les alentours de Malaga sur la Costa del Sol”

2.1. METODOLOGÍA

La metodología que utilizamos para realizar nuestro estudio es el análisis de las narraciones de los blogueros en sus entradas. Para ello, el contenido que usamos es la información que muestra la visión que transmiten los autores sobre el patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, del destino, en nuestro caso Andalucía y Cataluña.

Para realizar esta tarea se ha construido una tabla de análisis para cada una de las entradas de los blogs elegidas para su estudio. Estas tablas cuentan con varios apartados, donde se incluyen los datos correspondientes, extraídos de las entradas de los autores de blogs.

Dichos apartados, están formados por diferentes categorías, seleccionadas de acuerdo al objetivo de nuestro estudio, conocer la visión que se transmite del destino y cuáles son los componentes que la vehiculan. Son las siguientes:

- Espacios patrimoniales vividos por el viajero.
- Actividad/prácticas del viajero.
- Información sobre el lugar
- Percepción sensible
- Reacciones emocionales/alusión a la afectividad
- Asociación con otros lugares
- Consejos del bloguero
- Valoración expresada tanto positiva como negativa

2.1.1. *Tabla de análisis*

Establecemos una tabla de análisis que nos sirve para clasificar los extractos de cada una de las entradas elegidas, relacionados con las categorías mencionadas anteriormente. En cada categoría incluimos los extractos del discurso del bloguero que estén relacionados con dicha categoría.

2.1.1.1. *Espacios patrimoniales vividos*

El análisis de esta categoría nos permite saber cuáles son los espacios patrimoniales más visitados por estos blogueros francófonos.

2.1.1.2. *Actividad/prácticas*

Categoría muy importante a analizar, ya que podemos conocer las actividades más demandadas, y por tanto más habituales, de estos blogueros que viajan a Cataluña y Andalucía.

2.1.1.3. Información del lugar

Una de las características esenciales del blog es su contenido subjetivo y personal. Sin embargo, mediante esta categoría, analizamos si los blogueros incluyen información complementaria sobre el destino visitado, o si por el contrario, se limitan a la narración de sus vivencias más personales de forma subjetiva.

2.1.1.4. Percepción sensible

El análisis nos permitirá comprender las percepciones sensibles de los blogueros durante sus vivencias turísticas en sus viajes por las dos comunidades españolas, así como sus valoraciones al respecto.

2.1.1.5. Reacciones emocionales

A través de sus discursos narrativos podemos conocer las emociones que suscitan los espacios patrimoniales visitados en los diferentes destinos a los que se desplazan los blogueros.

2.1.1.6. Asociación con otros lugares

Con este apartado queremos saber si a lo largo de sus narraciones, los blogueros asocian su experiencia en estos espacios patrimoniales con otras en otros destinos, y si es así, cuáles son. Este análisis nos permite saber con qué destinos del mundo asocian los autores Andalucía y Cataluña.

2.1.1.7. Consejos

El objetivo de esta categoría es saber si los blogueros seleccionados incluyen consejos, opiniones o recomendaciones derivadas de su propia experiencia turística que puedan considerar útiles para sus lectores.

2.1.1.8. Valoración expresada

A través de este apartado, queremos recoger las evaluaciones positivas o negativas que se desprenden de los discursos de los blogueros, tras sus vivencias en el destino. El análisis de estas valoraciones, positivas o negativas, nos permite conocer el grado de satisfacción del bloguero con respecto a los dos destinos españoles.

En las tablas de análisis aparecerán recogidos todos los datos extraídos de los discursos de los blogueros en función de cada categoría. El análisis conjunto de todas las categorías, nos permitirá conocer la visión del patrimonio cultural de Andalucía y Cataluña, que los blogueros francófonos transmiten en sus entradas, a raíz de sus propias experiencias y vivencias turísticas.

CAPÍTULO 3 MARCO SOCIOCULTURAL

3.1. TURISMO 2.0

Hasta hace relativamente poco tiempo, la promoción de servicios y productos turísticos se llevaba a cabo a través de los medios tradicionales, como la radio, periódico, televisión, revistas especializadas, etc. Sin embargo, hoy día, Internet ha pasado a ser uno de los principales medios de promoción y venta de servicios y productos del turismo. De esta forma, cuando un turista en potencia quiera buscar información, por lo general, lo hará a través de Internet. A pesar de que los medios tradicionales como las agencias de viajes presenciales, se van quedando atrás, aún tienen su público.

El término Turismo 2.0 surge gracias a los ingleses, que lo bautizaron como “Travel 2.0”, y que posteriormente fue traducido al idioma hispano.

Al hablar de Turismo 2.0, nos referimos a la evolución de los sitios de viajes en Internet, surgidos con la Web 2.0, la segunda generación de servicios y comunidades que permiten e incentivan la participación y colaboración entre usuarios. Gracias a esta evolución, las página web de viajes, como portales, proveedores de servicios, gestores de reservas y guías de viajes online, consiguen una interacción directa con los futuros turistas. Del mismo modo, este medio de promoción y difusión turística, permite el intercambio de sugerencias, comentarios, opiniones y consejos sobre los distintos productos y servicios, algo que le da un valor único a dicho medio.

Internet ha conseguido postularse como uno de los medios más eficaces gracias a una serie de ventajas comparativas como son la inmediatez y la accesibilidad de la información actualizada en tiempo real desde diferentes dispositivos electrónicos.

Una de sus características básicas es la nueva posición que toma el usuario, con mucha más información disponible de forma inmediata, más creíble, más personalizada y actualizada. Por ello, las empresas del sector turístico, conscientes de este fenómeno, tratan de sacar el máximo partido a todas las ventajas y posibilidades que les ofrece la “web 2.0” para la comunicación y comercialización de sus productos y servicios. En el contexto turístico actual el comercio electrónico y la virtualización de contenidos ya no son opcionales.

La promoción turística ha encontrado en las redes sociales un medio de difusión muy adecuado para su objetivo. La atracción e influencia en las decisiones se ha conseguido gracias a la rapidez con la que se distribuye la información en estos sistemas de comunicación, que está siendo aprovechada y explotada de manera generalizada. El turismo 2.0 permite una adecuación del sector según el conocimiento de los agentes implicados en el sistema.

Este nuevo Turismo 2.0 a través de las páginas webs, permite compartir las experiencias y vivencias turísticas en el destino por medio de fotografías,

vídeos y narraciones en los blogs de viaje, ejerciendo una influencia potencial en la decisión de los lectores.

Debemos mantener la mente abierta a nuevos cambios en este mundo de las tecnologías, ya que el Turismo 2.0 es un concepto que se encuentra en un desarrollo y crecimiento constante.

El “viajero móvil” es una realidad, pues en 2016, una de cada cinco búsquedas de viajes se realiza desde un dispositivo electrónico, según la VI Edición del Think Travel organizado por Google. Esto pone de manifiesto la especial importancia que ha alcanzado la comercialización del turismo a través de la web 2.0. El sector se adapta con gran rapidez, pues cadenas hoteleras como Sol Meliá y NH, realizan más de un 40% de sus ventas a través de Internet, o aerolíneas como Vueling, con un 70% de sus ventas gracias a la web.

En los próximos años, esta tendencia seguirá creciendo y asentándose cada vez más en nuestra sociedad. Por ello, es importante analizar uno de los medios con mayor impacto en la red, como es el Blog de viaje, en este caso de los blogueros francófonos.

3.3. TURISMO 2.0 Y BLOGS DE VIAJEROS

El blog tiene su origen en las primeras comunidades digitales, siendo los tableros de anuncio o BBS (Bulletin Board System) el primer sistema público, creado por Ward Christensen en 1978, con software para ordenadores conectados a Internet con una línea telefónica, que permitía a los usuarios leer y descargar noticias y datos, e interactuar a través de mensajes con otras personas.

A la hora de definir el término blog, ya no se puede hablar de un simple diario personal, ya que ha ido evolucionando a lo largo de los años. Se presenta como un medio social o de expresión, un sitio web donde el autor publica periódicamente artículos de un tema concreto. De esta forma se genera un contenido a partir del cual los usuarios pueden interactuar a través de comentarios, opiniones, sugerencias y consejos. Existen blogs de los temas más variados, entre ellos, nos centramos en los blogs de turismo y viajes, como pueden ser en España: Diario del Viajero, Turisfera, Dónde Viajar, Blogitravel, etc.

Se han dado muchas definiciones del término blog, nosotros tomamos la definición que Cristóbal Macías (2007) expone en su reseña del libro de José Luis Orihuela *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*.

Define un blog como una página web que contiene anotaciones o historias, los *posts*, dotados cada uno de su propia dirección URL, donde los últimos aparecen en primer lugar, y agrupados por categorías. Las narraciones por lo general son de los autores individuales, aunque también se puede dar la

posibilidad de interacción con los lectores mediante sus opiniones y comentarios.

Los autores de los blogs, pueden ejercer una gran influencia en la decisión de sus lectores a la hora pensar en su próximo viaje, en nuestro caso, a qué destino dirigirse en sus próximos viajes, ya que con sus narraciones, los blogueros llegan a transmitir confianza y seguridad al lector. Esto se debe a que no sólo reflejan las vivencias, sino que muestran la percepción y emociones que experimentan.

El blog de viaje, objeto de estudio y análisis de nuestro trabajo, se configura como uno de los medios de la web con mayor éxito, donde se muestran visiones personales sobre los destinos que se visitan.

Estos blogs tienen un gran éxito entre particulares, así como entre las grandes empresas turísticas y oficinas de turismo, pues han visto en estas páginas, una herramienta perfecta para dar a conocer sus servicios, y ofertas, no solo en blogs de particulares, sino creando los suyos propios para poder fidelizar a los usuarios, consiguiendo una interacción directa y actualizada con los mismos. Para atender a estos turistas cada vez más informados y que contrata por Internet, la empresa turística se reinventa, debe ser capaz de procesar toda la información sobre las preferencias del cliente para mejorar el servicio o producto final.

Posteriormente han aparecido aplicaciones web y canales, útiles y fáciles de usar, que han permitido que el contacto del bloguero con su lector sea más directo, gracias a la evolución de esas tecnologías. Un ejemplo de ello son las aplicaciones que avisan de forma automática al lector de que se ha publicado un nuevo post, simplemente mediante una previa suscripción.

La forma de mostrar dichas experiencias, con comentarios emocionantes y fotografías, pueden motivar y convencer mucho más que una simple información o folleto turístico. Los usuarios compran más una experiencia que un producto turístico, y las experiencias de otros usuarios ayudan a planificar e imaginar las propias experiencias turísticas. (Henning-Thurau, 2004: 18)

M^a Enriqueta Pérez Vázquez (2014) expone que en los blogs de viajes se distinguen tres tipos de lenguaje: visual, audiovisual y textual. Los blogueros usan un lenguaje sencillo y asequible para todo tipo de lectores, en muchas ocasiones expresiones del lenguaje oral y coloquial. Estas características contribuyen al éxito de este tipo de relato de diario de viaje.

Los autores del blog transmiten la información de forma subjetiva, de forma personal, basándose en sus experiencias, ideas, gustos, etc.

Según una encuesta realizada por Tripadvisor (*TripBarometer de TripAdvisor: La mayor encuesta del mundo sobre alojamiento y viajeros 2012/2013*), una importante web de opiniones sobre viajes, se ha comprobado que 9 de cada 10 viajeros, se ven influenciados por las opiniones, consejos y sugerencias de los demás.

En la tesis doctoral de Isabel Llodra Riera (2013), se hace mención de un estudio realizado por Zehrer, Crotts y Magnini (2011), en el que analizaron el impacto entre los usuarios de blogs de viajes mediante el análisis de reacciones de los usuarios a 134 recomendaciones de blogs de viajes combinados. Los resultados demuestran que un elevado porcentaje de usuarios encuentran que múltiples evaluaciones son congruentes entre sí y útiles.

3.1.1. Blogs en Francia

La tendencia de la comercialización turística a través de la web 2.0 y el uso de medios como los blogs de viaje, tiene una gran importancia en Francia. (Piotr, 2013): "Tendencia: Increíble influencia de las opiniones en línea sobre los viajeros".

Mathilde Khlát (2014), en su artículo "Los blogueros de viaje, influenciadores codiciados por el turismo"²⁴, se cuestiona si los blogs se han convertido en el medio de comunicación y promoción turística más importantes del momento, ya que están presentes en todas las redes sociales, páginas webs, etc.

Las cifras dan vértigo. Más de 3 millones de blogs son creados cada mes en el mundo. En 2013, el 56% de los internautas del planeta consultaron en primer lugar un blog antes que una web institucional; el 34% de los franceses tienen más confianza en un blog de viaje que otra web para preparar sus vacaciones²⁵ (Mathilde Khlát, 2014).

En Francia se intenta lograr un mayor acercamiento entre los blogueros y los profesionales del turismo, siguiendo el ejemplo de otros países como EEUU y Alemania. Por ello, en septiembre de 2014 se celebró en Cannes el Primer Salon de Blogueros de Viaje, que reunió a los profesionales del sector turístico y a los blogueros franceses más influyentes del momento.

Para verificar la gran influencia que tienen los blogs de viaje en sus lectores, la agencia Ambassador, a través de la oficina de turismo de Isla Mauricio, en 2013 llevó a cabo una campaña llamada "MyMauritius", en la que participaron 13 blogueros franceses, quienes pasaron una semana en la isla.

Los resultados obtenidos fueron:

54 artículos publicados, 964 fotos difundidas por Internet, una portada de Facebook de 800.000 fans y un *hashtag* que generó 64 millones de visualizaciones (*Tourmag*, 2014).

Esto demuestra el fuerte alcance que llegan a tener los blogueros a través de sus propias entradas en los blogs, así como su influencia a través de redes sociales tales como Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, etc.

²⁴ "Les blogueurs voyage, des "influenceurs" convoités par le tourisme"

²⁵ "Les chiffres font tourner la tête. Plus de 3 millions de blogs sont créés chaque mois dans le monde. En 2013, 56% des internautes de la planète ont consulté en premier un blog avant un site internet institutionnel ; 34% des Français ont plus confiance en un blog de voyage qu'en tout autre site pour préparer leurs vacances."

CAPÍTULO 4 MARCO CONCEPTUAL

4.1. BLOGS VS GUÍAS DE VIAJE

Tradicionalmente, las guías de viaje se han caracterizado por su estilo objetivo e impersonal, y sobre ellas, Maria Vittoria Calvi en *Guía de viaje y turismo 2.0: Los borrosos confines de un género* (2016), nos aporta lo siguiente:

La guía de viajes (GV) se configura como uno de los géneros textuales más específicos del turismo ya desde el nacimiento, en el siglo XIX, de este ámbito de práctica social y profesional; a partir de los años 30 del siglo XIX, los nombres de Karl Baedeker en Alemania y John Murray III en Inglaterra están indisolublemente asociados a este fenómeno incipiente. Las primeras guías pueden considerarse como textos fundadores del discurso del turismo, capaces de expresar los valores propios de dicho sector. (2016:16)

En las primeras etapas, el turismo era un fenómeno minoritario y las guías estaban destinadas a un público culto, con una enorme demanda de conocimientos en distintas facetas, tales como arte, geografía, historia, cultura y condiciones económicas de los lugares. En la época del turismo de masas, se alcanzó la máxima imposición de conductas e ideologías, gracias también al crecimiento de géneros contiguos a la GV, como folletos y otros materiales promocionales emitidos por las instituciones y organizaciones turísticas. Con el tiempo, han ido cambiando los actores sociales, los acontecimientos, los condicionantes de la producción-recepción, y la GV se ha ido remodelando. (2016:18)

De acuerdo con Santulli (2007), el rasgo más pertinente de la GV está representado por la función prescriptiva.(...) También son característicos los recursos de impersonalidad, que atenúan la fuerza prescriptiva y permiten la transparencia del discurso, dotándolo de objetividad. (...)Al rechazar la experiencia personal, la guía se instala en un eterno presente; la evaluación se lleva a cabo mediante el instrumento textual de la descripción, en la que se remarcan los aspectos positivos, sin escatimar alguna nota crítica. (2016:19)

Sin embargo, a diferencia de las guías de viaje tradicionales, en los blogs la narración totalmente subjetiva de la experiencia personal, se configura como uno de los rasgos dominantes. Esto se debe a la demanda de un discurso narrativo más auténtico, donde el autor exponga sus experiencias y vivencias turísticas.

En sus relatos, los blogueros incluyen sus propias opiniones, sugerencias y consejos sobre los distintos destinos a los que viajan. Esto

puede generar en los lectores un sentimiento de confianza, difícil de conseguir con las guías de viaje, al tratarse de experiencias propias y auténticas, influyendo en ellos y en sus decisiones.

En los blogs aparece información que sería difícil encontrar en una guía de viaje, como son las recomendaciones de lugares especiales en el destino, o consejos sobre alojamientos y restaurantes descubiertos por el propio bloguero y que no aparecen en las guías. Además, no sólo aparece la experiencia del autor, sino que él mismo puede interactuar e intercambiar opiniones y sugerencias con sus lectores.

4.2. PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL

La idea de que todos los bienes comunes deben ser transmitidos por sus valores a las generaciones futuras, no aparece hasta 1970. Será la UNESCO, la que en 1972, con la redacción de la "Convención para la protección del patrimonio cultural y natural" (UNESCO, 1972), comience a desarrollar la solidaridad internacional para salvaguardar los bienes culturales y naturales. Por ello, todos los bienes considerados como bienes con interés patrimonial, son incluidos en la Lista del Patrimonio mundial.

A través de estos extractos de la Convención de 1972, podemos saber qué bienes deben ser considerados patrimonio mundial y el por qué de dicha consideración :

- "(...) algunos bienes del patrimonio cultural y natural presentan un interés excepcional que necesitan su preservación como elemento del patrimonio mundial de la humanidad (1972:1).

- (...) ante la amplitud y la gravedad de nuevos peligros que (...) amenazan el patrimonio mundial, le incumbe a la colectividad internacional participar en la protección del patrimonio cultural y natural de valor universal excepcional (1972:1).

- (...) se ha constituido a partir de la UNESCO un Comité intergubernamental de la protección del patrimonio cultural y natural de valor universal excepcional denominado "Comité del patrimonio mundial".

- (...) el Comité establece (...) bajo el nombre de "lista del patrimonio mundial", una lista de bienes del patrimonio cultural y natural (...) que considera que tiene un valor universal excepcional. " (UNESCO, Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, 1972)

En el artículo 1 y 2 de la *Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural*, se definen patrimonio cultural y natural:

"A los efectos de la presente Convención se considerará "patrimonio cultural":

- los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico,

inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,

- los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,

- los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico” (1972:2)

En ocasiones, podemos encontrarnos ante la dualidad de patrimonio, es decir, una mezcla de patrimonio cultural y natural.

“A los efectos de la presente Convención se considerará "patrimonio natural":

- los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico,

- las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el habitat de especies, animal y vegetal, amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico,

- los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. “ (1972:2)

En resumen, se denomina patrimonio cultural al conjunto de monumentos, infraestructuras y lugares con valores históricos, estéticos, arqueológicos, científicos, etnológicos o antropológicos.

Y el patrimonio natural abarca el conjunto de formaciones físicas, biológicas, y geológicas, el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas de un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, del medio ambiente y de la belleza natural.

Es importante saber que el término patrimonio también abarca lo inmaterial, sin limitarse a los monumentos y colecciones de objetos, y que no es fijo, sino que se va adaptando a los tiempos.

Llamamos patrimonio cultural inmaterial al conjunto de tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas de generación en generación, como tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, actos festivos, usos sociales, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional y conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo.

El patrimonio inmaterial es un importante factor para el mantenimiento de la diversidad cultural en este mundo globalizado, ya que el entendimiento

del patrimonio inmaterial de diferentes comunidades promueve el diálogo y respeto de las mismas. La UNESCO le atribuye las siguientes características:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- Integrador: podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural inmaterial: se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.
- Representativo: el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- Basado en la comunidad: el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

Todos los bienes incluidos en la lista del patrimonio mundial pueden estar amenazados por fenómenos naturales o humanos, por ello, son importantes las operaciones de preservación, protección y colaboración entre las comunidades internacionales.

La cultura tiene el poder de transformar la sociedad en un mundo interconectado como el de hoy día, pues sus diversas manifestaciones enriquecen múltiples aspectos de nuestra vida cotidiana. El patrimonio se considera un medio de identidad y de cohesión entre las comunidades, por ello, el gobierno junto con la ayuda de la comunidad internacional y los actores locales, deben salvaguardarlo.

4.3. TURISMO CULTURAL

El turismo es el responsable de millones de desplazamientos de personas alrededor del mundo, ofreciendo múltiples posibilidades económicas y sociales entre países. Concretamente, el turismo cultural ha conseguido crear empleo, paliar la fuerte dependencia del turismo de sol y playa en España, generar ingresos, etc.

El turismo cultural surge a raíz de la vinculación entre cultura y turismo, en el que se entrelazan el conocimiento de lugares y monumentos históricos, con el conocimiento de las artes, modo de vida de los pueblos, así como con el conocimiento de la historia natural.

De esta forma, este tipo de turismo es muy importante para la conservación y preservación del patrimonio cultural y artístico de cada destino. Por ello, se hace imprescindible conseguir un equilibrio en la gestión, que garantice el respeto y la conservación de ambos ámbitos, para contribuir al desarrollo económico, cultural y social de las comunidades.

En 1995 la OMT define el turismo cultural como: “todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (OMT, 1995)

En 1998, Greg Richards, enriquece esta definición e incluye: “todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia” (Richards, 1998: 10).

Más tarde, en 1999, la Carta del ICOMOS de Turismo Cultural, introduce en la definición el intercambio cultural en las sociedades actuales, como forma turística.

De esta manera vemos como el concepto de Turismo Cultural se encuentra en un constante proceso de construcción, que seguirá evolucionando en los próximos años.

Para que el turismo cultural pueda seguir ofreciendo todas estas oportunidades, es imprescindible la conservación del patrimonio cultural en todos los destinos del mundo.

En febrero de 2015 se llevó a cabo la *Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO*, celebrada en Siem Reap (Camboya), para establecer políticas y medidas para la unión de estos dos ámbitos, turismo y cultura. El objetivo de esta conferencia sería la creación de un marco de colaboración para el desarrollo sostenible del turismo cultural.

El turismo ha sido considerado como uno de los principales instrumentos de entendimiento entre las personas de diferentes comunidades capaz de eliminarlas barreras culturales. Por ello, todos los ministros que participaron en esta conferencia defendieron la creación de un marco en el que turismo y

cultura actúen conjuntamente de forma sostenible, para contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades y generar recursos para la conservación de su patrimonio.

4.4. IMAGINARIOS TURÍSTICOS

A través de las narraciones de sus experiencias, los blogueros crean un interés en los lectores por el destino. De esta forma, para el lector, atraído por el relato, el destino se transforma en un objeto de deseo y comienza a convertirse en un imaginario, se convierte en un posible destino para un futuro viaje.

Se entiende por imaginario al conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva – en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca termina ni se terminará de ampliar y remodelar. Así el imaginario turístico sería, aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar, cuya construcción es compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de las impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o medios de difusión (Hiernaux-Nicolas, 2002, pp. 8-9).

“(…) el imaginario turístico conjuga diferentes imaginarios sociales existentes en el lugar”, afirman Gravari-Barbas y Graburn (2002).

“El imaginario turístico promueve una transición entre lo local y lo lejano, lo próximo y lo exótico, lo conocido y lo desconocido, lo visible y subyacente o inconsciente” (Gravari-Barbas y Graburn, 2002)

Por lo tanto, los imaginarios turísticos crean un deseo, un interés, una atracción hacia el destino en el que el bloguero ha experimentado ciertas vivencias, y que el lector también quiere vivir, ya que se consiguen recortar distancias. Como dicen Gravari-Barbas y Graburn (2002), si no existen imaginarios, no hay proyecto de viaje, ya que son los que aproximan al lector al destino.

Estos imaginarios pueden influir tanto de forma positiva como de forma negativa. Si las valoraciones expresadas por los blogueros sobre un destino son en su mayoría negativas o se incluyen opiniones y comentarios poco positivos, esto hará que el lector decida evitarlo para su próximo viaje.

Además, estos imaginarios no solo contribuirán en el momento de decidir a qué destino viajar, sino que también estarán presentes durante el

propio viaje. En principio el lector recordará consejos, opiniones y sugerencias que leyó en el blog, así como la información relativa al lugar, y todo ello, guiará su viaje.

4.5. CONCEPTOS Y DEFINICIONES PARA EL ANÁLISIS

Nuestro trabajo contiene unos conceptos clave que deben ser definidos para el entendimiento del estudio.

En primer lugar vamos a definir el concepto de modalidad epistémica, y para ello lo hacemos mediante la definición que aporta la autora Carmen Cortés Zaborras en el capítulo denominado *“Imágenes de Noruega en los blogs de viajeros sin ánimo de lucro”* (2015:199):

Epistémicas, que traducen el grado de conocimiento o de creencia. En el corpus están basadas en los conocimientos enciclopédicos y en la experiencia personal o de otros viajeros y asumen varios papeles: garante, testimonial, informativo.

Y en segundo lugar, definimos el concepto de modalidad apreciativa, acudiendo de nuevo a la autora Carmen Cortés Zaborras (2015:199): *“Apreciativas, que transmiten la satisfacción o insatisfacción del sujeto”*.

CAPÍTULO 5 RESULTADOS DEL ANÁLISIS

5.1. VISIÓN DE PATRIMONIO ESPAÑOL

En nuestro objetivo por conocer la visión que los blogueros franceses transmiten en sus entradas, hemos analizado sus relatos de viaje.

Tras el estudio de los diferentes blogs seleccionados, que contenían publicaciones referidas a Cataluña y Andalucía, podemos extraer lo siguiente: en Cataluña, la ciudad más visitada es la capital, Barcelona. Y con respecto a Andalucía, las ciudades que más visitas han recibido por parte de estos blogueros y que más relatos reúnen, han sido Sevilla, Granada y Córdoba, en dicho orden. Sin embargo, uno de los blogs analizados incluye entre sus publicaciones otro destino, como es el caso de Málaga y sus alrededores, a pesar de no situarse entre las ciudades andaluzas que más entradas genera.

La visita a monumentos históricos y artísticos, museos, paseos por el centro histórico y alrededores de la ciudad, conocimiento de las artes, etc, han sido las principales motivaciones que han impulsado a los blogueros a dirigirse a esos destinos, por lo que estamos ante un tipo de turismo como es el cultural. Pero no solo hablamos de visitas a espacios patrimoniales tangibles, sino que también, entre los principales atractivos del destino se encuentra su patrimonio inmaterial, como la gastronomía, el flamenco, festivales, tradiciones populares, etc. Además, entre las publicaciones analizadas, una de ellas hace alusión al patrimonio natural, por lo que para nuestro estudio también es considerado un factor de atracción que aparece reflejado en los testimonios de los blogueros.

A pesar de que cada bloguero en el destino ha visitado monumentos o sitios o ha realizado actividades diferentes, entre los principales monumentos y lugares históricos y artísticos visitados por los blogueros en los destinos de Cataluña y Andalucía se encuentran:

En Cataluña (Barcelona): La Sagrada Familia, el Parque Güell, las Ramblas, el mercado de la Boquería, el Paseo de Gracia, la Barceloneta, el Barrio Gótico y el Museo Picasso.

En Andalucía (Sevilla, Granada, Málaga):

- En Sevilla: el Alcázar, la Giralda, el barrio de Santa Cruz, la Casa Pilatos, la Plaza de España
- En Granada: la Alhambra y el Generalife, el barrio del Albaicín. Y en los alrededores pueblos como Salobreña y estaciones de esquí como Sierra Nevada.
- En Málaga: la Alcazaba, el Castillo de Gibralfaro, Museo Picasso, el Parque, la Catedral de la Encarnación. Y en los alrededores de la ciudad: pueblos como Nerja y Frigiliana.

Los viajes a Andalucía y Cataluña de los blogueros han sido organizados por ellos mismos, en su deseo por conocer la cultura española.

Las narraciones de los autores son subjetivas, consiguiendo una mayor credibilidad, ya que relatan sus experiencias más personales, sus emociones y percepciones. Se trata de una credibilidad difícil de conseguir en las guías de viajes u otros textos de promoción turística. Por ello, el blog de viaje es una herramienta útil y eficaz de búsqueda de información para los viajeros potenciales.

5.1.1. Prácticas del viajero/actividades

Entre las actividades llevadas a cabo por los blogueros y descritas en sus publicaciones destacan los paseos, perderse por las calles y barrios de Barcelona y de las ciudades andaluzas que visitan: *“Un lugar de paseo a dos pasos del parque de María Luisa...”*²⁶. Paseos por Barcelona *“Bueno, el hecho es que es verdaderamente el tipo de sitio que despierta el deseo de un paseo romántico en pareja”*²⁷. Así como en la ciudad malagueña: *“Una dulzura y una languidez os abraza en cada paseo”*²⁸. Y junto a los paseos, otra actividad ineludible, es la contemplación: *“Un jardín encantador que parece directamente salido de un cuento con una paronámica impresionante de la ciudad”*²⁹.

Una de las actividades por excelencia en estos viajes son las visitas a los principales sitios y monumentos históricos y artísticos, así como a los museos de la ciudad, como corresponde al turismo cultural. En los discursos reflejan su deseo de visitar monumentos emblemáticos *“Yo quería absolutamente visitar la Alhambra”*³⁰. Así como los lugares que no pueden dejar de visitar los futuros viajeros: *“Si viajáis a Andalucía, un lugar absolutamente ineludible es el Alcázar”*³¹

No hemos encontrado una entrada dedicada por completo a la gastronomía local, sin embargo, en casi todas las publicaciones analizadas se hace referencia a ella. Es la actividad de ir de tapas una de las valoradas más buscadas por los blogueros. El famoso gazpacho lo toman para sobrellevar las altas temperaturas en tierras andaluzas: *“No olvidéis probar los famosos gazpachos helados, es ideal hacerlo bajo las temperaturas abrasadoras de Andalucía”*³². En Cataluña, la gastronomía más actual también suscita el interés de los autores: *“De los platos típicos catalanes a los platos experimentales, no será en Barcelon donde vuestras papilas sufrirán una decepción”*³³.

El flamenco es una de las tradiciones españolas que más impacta y gusta a estos blogueros franceses, y así lo demuestran: *“Espectáculo de*

²⁶ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía”

²⁷ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

²⁸ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

²⁹ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

³⁰ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Visita de la Alhambra en Granada”

³¹ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Visita al Alcázar de Sevilla”

³² Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

³³ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Barcelona”

Flamenco en el museo del baile flamenco ¡Hay que verlo!)³⁴. Una de las blogueras afirma que personalmente el baile le transmite mucho más que el cante: *“Al contrario del cante, el baile permite expresar una paleta más amplia de sentimientos humanos con muchos contrastes”*³⁵

Con respecto al patrimonio natural, solo hemos encontrado una publicación que hace mención al mismo, llevando a cabo actividades en el medio rural como excursionismo o senderismo, concretamente en el Caminito del rey en Málaga: *“Posiblemente menos loco que el antiguo, el recorrido nuevo no es menos impresionante, a lo largo de acantilados de un cañon a veces a más de 100 metros de altitud”*.³⁶

5.1.2. Información sobre el lugar

Como ya habíamos comentado anteriormente, la subjetividad del blog es una de sus características esenciales, no obstante, planteábamos la cuestión de si los autores podían incluir datos objetivos a modo de información complementaria. En nuestro caso, en todas las entradas analizadas los autores introducen información sobre los monumentos, lugares, museos, parques, etc, del lugar que visitan. Incluyen información sobre el estilo de los monumentos visitados: *“Clasificado como Patrimonio Mundial de la Humanidad, donde se mezclan influencias musulmanas, estilo gótico y mudéjar”*³⁷. Datos referidos a la financiación de las obras, como en este caso en Barcelona del famoso artista Gaudí: *“La obra maestra inacabada de Antonio Gaudí es el monumento más visitado de España. Después de la muerte de su famoso arquitecto, la Sagrada Familia ha estado exclusivamente financiada por las donaciones de fondos privados y los ingresos de las entradas”*³⁸. Así como datos históricos: *“Pero este lado ornamental no debe ocultar la carga simbólica de un lugar concebido en el marco de la Expo Iberoamericana de 1929, evento que debía celebrar el descubrimiento de América por los conquistadores del imperialismo español”*³⁹. Granada es una de las ciudades universitarias más relevantes de España, así como una de las más antiguas, y el bloguero se encarga de explicarlo: *“La Universidad de Granada es una de las más antiguas universidades de la Península Ibérica, data del siglo XVI”*⁴⁰.

A partir de estos extractos a modo de ejemplo, comprobamos que la información complementaria es un aspecto que aparece en todos los blogs estudiados, pues sus autores, además de narrar sus vivencias, también quieren aportar datos objetivos para el mayor conocimiento de su lector.

³⁴ Blog: Maman Voyage Entrada: “Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía”

³⁵ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

³⁶ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar los alrededores de Málaga en la Costa del Sol”

³⁷ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Visita al Alcázar de Sevilla”

³⁸ Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

³⁹ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos”

⁴⁰ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

5.1.3. Percepción sensible

En las entradas de los blogs dedicadas a Andalucía encontramos múltiples referencias a las raíces musulmanas, pues las percepciones sensoriales que experimentan les evoca el pasado árabe de las ciudades: *“Esto os sumergirá en el corazón de sus raíces moriscas”*⁴¹. Los blogueros perciben en las calles de las ciudades el pasado musulmán y así lo plasman en sus narraciones: *“Después de haber renegado de ella durante mucho tiempo, Sevilla reivindica ahora su herencia particularmente por los rastros del pasado árabe de la ciudad: del ambiente al decorado pasando por el ritmo de vida”*⁴².

También comparten con detalle sus vivencias olfativas del entorno en el que se encuentran, en el intento por hacer partícipe al lector de esas sensaciones: *“Es además este ligero perfume oriental lo que marca la diferencia aquí y en otros lugares de esta ciudad de Al-Ándalus”*⁴³. El pasado árabe de Andalucía es uno de los principales factores de atracción de los blogueros, y queda reflejado en sus narraciones, que los sumergen en esa época: *“Posee un lado sensual y misterioso, cálido y dulce, que me ha llevado literalmente a los tiempos de Omeyyades. Guardo un maravilloso recuerdo de dulce languidez y poesía”*⁴⁴. Así como también, hacen referencia al marcado carácter andaluz de sus ciudades, mucho más acentuado en los pueblos andaluces como es el caso de Nerja o Frigiliana: *“Lo que hace de él un lugar ineludible de la Costa del Sol es su carácter típicamente andaluz y mediterráneo”*⁴⁵; *“El ambiente andaluz es fuerte y visible”*⁴⁶

El “tapeo” es una de las actividades preferidas por los blogueros franceses, queda reflejado el sentido del gusto al probar cada tapa en sus escritos: *“El sabor de España pasa por las ineludibles tapas. Y es en el sur del país donde son mejores porque son más auténticas y también menos caras”*⁴⁷

Por medio de sus palabras, los blogueros describen con tanto detalle sus percepciones olfativas y visuales, que consiguen sumergir al lector en el propio lugar: *“Pasearse por el Albaicín, es una verdadera delicia para todos los sentidos. Encontraréis un laberinto de calles estrechas perfumadas de jazmín donde podréis contemplar los jardines de los Carmenes y las residencias atípicas”*⁴⁸

A través de sus narraciones, los blogueros nos transmiten sus impresiones y apreciaciones de los monumentos y lugares que visitan, mediante referencias visuales, haciendo alusión a colores y formas. En la Iglesia de la Sagrada Familia en Barcelona una de las blogueras aporta: *“La luz*

⁴¹ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁴² Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

⁴³ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos”

⁴⁴ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

⁴⁵ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar los alrededores de Málaga en la Costa del Sol”

⁴⁶ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

⁴⁷ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁴⁸ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

y la atmósfera que se desprenden son tan particulares⁴⁹. Las calles de la ciudad suscitan una característica percepción estética: “Sus estructuras coloridas, onduladas e imaginativas dan a Barcelona una identidad estética única⁵⁰. Las particulares formas y colores de las casas de este pueblo hacen que el autor las compare con elementos como el azúcar: “Las casitas pequeñas de Salobreña otorgan un ambiente muy especial al lugar. Este pueblo es como una <montaña grande de trozos de azúcar>⁵¹. Todos los blogueros que tienen entradas sobre la catedral de la Sagrada Familia la consideran uno de los monumentos más impresionantes del mundo: “Una catedral moderna y magnífica como jamás había visto en otro lado del mundo⁵²”

En los lugares que más le impactan al visitar afirman sentirse auténticos privilegiados como en uno de los enclaves de Málaga: “Por haber visitado el Castillo de Gibralfaro al atardecer, tuve el gran sentimiento de ser privilegiado. Una suave quietud, solo en el mundo, mirando desde las alturas la vida animarse, un poco fuera de tiempo. La vista de día es increíble, y la vista de noche es tremendamente romántica⁵³”

El clima es nombrado en varias ocasiones por los autores, en su mayoría como aspecto positivo: “(...) un clima clemente (...)”⁵⁴; “(...) dulzor permanente del clima (...)”⁵⁵; “La meteorología de ensueño en el lugar⁵⁶”, aunque también mencionan sus altas temperaturas: “Debido al ambiente permanente de calor (...)”⁵⁷

5.1.4. Reacciones emocionales

Un aspecto en el que coinciden todos los blogs analizados, es aquel por el que los autores intentan hacernos partícipes de sus experiencias más personales cuando se adentran en lugares y monumentos históricos que les impresionan, un momento mágico en sus viajes. Considerándose por completo atea y totalmente alejada de la religión, una de las blogueras plasma su sensación al entrar en la catedral de la Sagrada Familia en Barcelona: “Pese a ser totalmente atea y reacia a toda religión, fui verdaderamente subyugada por la espiritualidad del lugar, que devuelve la fe en la esperanza”. En otro blog, al adentrarse el autor en esta catedral le deja tan fascinado que dice lo siguiente: “Pero terminado o no, el emblema de la capital catalana corta el aliento y sobretodo es único en el mundo”

En el Parque de María Luisa, en Sevilla, la percepción auditiva y olfativa experimentada en ese momento, lleva al bloguero a vivir una situación de

⁴⁹ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁵⁰ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Barcelona”

⁵¹ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁵² Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁵³ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

⁵⁴ Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

⁵⁵ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

⁵⁶ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁵⁷ Blog: Rêver d’ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

auténtico placer: “Nos paseamos con deleite en este inmenso jardín impregnado de una atmósfera romántica, entre fuentes y esencias exóticas “ .

Para uno de los blogueros, la Alcazaba de Málaga tiene un gran poder de evocación, pues consigue trasladarle al mundo de los cuentos: “Desde la entrada de la Alcazaba tuve la impresión conmovedora de encontrarme en los cuentos de las Mil y una noche, cosa de locos”

En la mayor parte de las publicaciones, los blogueros definen Cataluña y Andalucía como lugares idílicos para vivir, de paz, tranquilidad y armonía, debido a sus ciudades soleadas llenas de colores, singulares formas en sus edificios y fachadas, etc. En uno de los blogs, los autores invitan a una amiga francesa residente en Barcelona a escribir la entrada y explica el por qué tomó la decisión de vivir en esta ciudad: “Os propongo la ciudad que ha sabido conquistar mi corazón y hacerme sedentaria”. Los discursos reflejan todo aquello que ha conseguido cautivar a los blogueros en sus viajes por estas ciudades: “Me encantan sus patios, jardines, estanques y azulejos”; “Personalmente pasé una jornada recorriendo sus encantadoras callejuelas llenas de embrujo y me encantó”

Lugares característicos como el barrio del Born, genera en la bloguera un sentimiento de simpatía hacia el mismo: “El barrio del Born, uno de los más simpáticos de Barcelona”. Así como también pueden generar sentimientos de sorpresa: “En definitiva, el centro histórico de Málaga me ha sorprendido gratamente y dejado una bella impresión romántica y dulce, tintada de ambiente árabe y andaluz”

Una de las blogueras refleja su frustración al no poder visitar la Alhambra la primera vez que viajó a Granada, por lo que la segunda vez que llega a la ciudad no duda en visitar el emblemático monumento: “Estaba frustrada por admirar la Alhambra desde el exterior, a través del mirador del barrio del Albaicín y deseaba absolutamente ver el que la mayoría considera el monumento más bonito de Andalucía”

Dos de las publicaciones elegidas hacen referencia a la Semana Santa, en concreto a la de Sevilla, y describen sus sensaciones al experimentar esta tradición: “Y toda la ciudad parece participar de cerca o de lejos” ; “Alrededor de 50000 personas llevan el hábito de penitente, traje impresionante, que da un poco de miedo”. Al tratarse de nuevas experiencias, en ocasiones experimentan no solo cierta sensación de temor, como en el ejemplo anterior, sino también angustia y agobio: “Tuve además mi pequeño momento de estrés. Intenté apartarme un poco de la multitud”. Es este extracto el único en el que hemos encontrado emociones negativas, quizás por tratarse de tradiciones que no conoce el bloguero o que no ha experimentado previamente.

A lo largo de los discursos, quedan reflejados los sentimientos que las ciudades generan en los autores, y dan muestra de ello: “Aquí otra vez, flechazo ineludible”. En Granada, una de las blogueras refleja su debilidad por la ciudad andaluza: “Una vez que posé el pie sobre suelo español a mis 12 años, me dije: <es aquí dónde quiero vivir>”.

5.1.5. Asociación con otros lugares

Como ya decíamos en el apartado de percepción sensible, los blogueros que han viajado hasta Andalucía, se han sumergido en el ambiente árabe, asociando ciudades como Granada o Málaga con tiempos pasados musulmanes: *“Posee un lado sensual y misterioso, caliente y dulce, que me ha llevado literalmente a los tiempos de Omeyyades. Guardo un maravilloso recuerdo de dulce languidez y poesía”*⁵⁸; *“Esto os sumergirá en el corazón de sus raíces moriscas”*⁵⁹.

Siguiendo esta línea, uno de los blogueros, en una de sus publicaciones, compara el Alcázar de Sevilla, con la Alcazaba de Málaga, ya que ambos monumentos históricos tienen sus raíces en la cultura árabe: *“Este palacio árabe-morisco (...) recuerda al palacio Alcazaba en Málaga”*⁶⁰.

Una de los blogueras que viaja hasta el sur de España, a Granada, compara uno de sus pequeños pueblos, Salobreña, con Grecia, debido a las pequeñas casas blancas y cuadradas, que recuerdan al estilo griego: *“Estas pequeñas casas blancas y cuadradas están sobre una colina dominada por un magnífico castillo árabe. Casi Grecia, pero estamos en el sur de España”*⁶¹.

En Barcelona, otro de los blogueros hace alusión a la Quinta Avenida de Nueva York, comparándola con una de sus emblemáticas avenidas, como es el Paseo de Gracia: *“Esta gran avenida digna de la quinta avenida de Nueva York repleta de tesoros de Gaudí”*⁶². El autor considera que por las espectaculares obras de Gaudí presentes a lo largo de toda la avenida, se puede llegar a comparar con la famosa avenida de Nueva York.

Los blogueros no solo comparan unos lugares con otros, sino también con objetos, sensaciones, etc. En una de las entradas sobre Barcelona, la bloguera hace una asociación, no con otros lugares, sino con otros objetos culturales como la poesía: *“La arquitectura de Gaudí me hizo pensar mucho en el universo poético del escritor chileno Pablo Neruda”*⁶³; y con objetos: *“Una escalera monumental que recuerda a una columna vertebral, tejas sobre el techo que parecen las escamas de peces, chimeneas que hacen pensar en esculturas vegetales...Nunca líneas derechas... Juegos de luces de colores...”*⁶⁴

5.1.6. Consejos del bloguero

En los blogs analizados los consejos por parte de los autores son muy abundantes y tienen una gran utilidad a la hora de viajar. Los blogueros aconsejan a partir de su propia experiencia turística en el destino.

⁵⁸ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

⁵⁹ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁶⁰ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos”

⁶¹ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Granada”

⁶² Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

⁶³ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁶⁴ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

Destacan los consejos sobre la visita obligada a los monumentos y lugares más emblemáticos de Barcelona y Andalucía: *“Si viajáis a Andalucía, un lugar absolutamente ineludible es el Alcázar”*⁶⁵; *“Haced una parada en el mercado de la Boquería, emblemático mercado cubierto que se alberga en una estructura de tipo fábrica”*⁶⁶. Los autores también incitan a salir del centro histórico, de los lugares más visitados, y a descubrir nuevos espacios en la ciudad: *“Aventuraos fuera de los límites del centro histórico de Sevilla”*⁶⁷.

Al mismo tiempo, en los edificios más visitados, hacen recomendaciones sobre las entradas y la hora de llegar, como en la Catedral de la Sagrada Familia: *“Por el contrario, es uno de los lugares más visitados de la ciudad...por lo que aquí también, hay que armarse de paciencia para la cola...y venir sobretodo por la mañana en la apertura”*⁶⁸; o en la Alhambra de Granada: *“Hace falta saber que es obligado reservar las plazas con mucho tiempo de antelación”*⁶⁹.

Otro de los consejos por excelencia es la recomendación de restaurantes y bares, para degustar las famosas tapas: *“Para comer tapas: Casa Roman, La Moneda, y sobretodo Enrique Becerra, ¡nuestro preferido! (contar alrededor de 15 euros por persona)”*⁷⁰; *“Podréis elegir entre los pequeños bares de tapas típicas en Santa Cruz, la animación de la Alfalfa, el encanto de las terrazas del barrio de Triana sobre el Guadalquivir”*⁷¹.

Por lo general, los blogueros incluyen todo tipo de recomendaciones que piensan que pueden ayudar y guiar a sus lectores a lo largo del viaje en el destino: *“No dejarse desanimar por la cola (muy larga a todas las horas del día, un poco menos por la mañana en la apertura), y coger la audioguía igualmente”*⁷². En los viajes por Andalucía es muy común realizar una parada en cada una de sus ciudades más emblemáticas, gracias a su cercanía y buenas conexiones: *“Aprovechad vuestra estancia en Andalucía para visitar igualmente Córdoba, Huelva, Cádiz...porque cada una de estas ciudades tienen sus características y encantos”*⁷³.

5.1.7. Valoraciones

La gran parte de las evaluaciones de los blogueros tras su estancia en Cataluña y Andalucía son positivas, pues en las narraciones incluyen comentarios muy satisfactorios: *“Me gusta Barcelona por su ambiente, su dulzura de vivir, su cocina, sus habitantes...pero igualmente por sus mojitos y*

⁶⁵ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Visita al Alcázar de Sevilla”

⁶⁶ Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

⁶⁷ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos”

⁶⁸ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁶⁹ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Visita de la Alhambra en Granada”

⁷⁰ Blog: Maman Voyage. Entrada: “Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía”

⁷¹ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

⁷² Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁷³ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Sevilla”

*chupitos inigualables*⁷⁴. La cultura española suscita emociones muy buenas en los blogueros franceses: *“Esta lengua respira el sol, el buen humor...la vida/ciudad ideal en resumen”*⁷⁵. Andalucía es considerada una de las mejores comunidades de España en la que pasar unas vacaciones, o incluso vivir: *“La buena gastronomía del sur, las playas de ensueño, un clima clemente, ciudades dinámicas: España tiene todo para gustar”*⁷⁶.

Entre las pocas evaluaciones negativas que hemos visto en las entradas, hacen referencia a los precios excesivos de algunos de los monumentos más emblemáticos de las ciudades así como a las largas colas para su acceso, por ejemplo en la Sagrada Familia en Barcelona: *“El precio de la visita excesivo”*⁷⁷; *“Los precios de la entrada y la cola (menos en la casa Battlo) podrían desanimar a algunos”*⁷⁸; *“Levantaros bastante temprano para presentaros en la Sagrada Familia si no queréis echar raíces en la fila de espera”*⁷⁹.

De esta forma, tras analizar las entradas y evaluaciones de los blogueros, comprobamos que tienen una visión muy positiva en general de las ciudades visitadas en los dos destinos seleccionados para el estudio. Algunos de ellos antes de llegar a España tenían una imagen algo negativa del país y sin embargo, tras el viaje, cambiaron por completo de opinión: *“Elegí rápidamente Barcelona como <mi destino favorito> para mis fines de semana de estudiante”*⁸⁰; *“Jamás hubiera imaginado que el centro histórico de Málaga pudiera ser tan bonito. Antes de venir, tenía una imagen de la ciudad como estando llena de edificios, sin sabor ni carácter. ¡Cómo me gusta equivocarme!”*⁸¹

Gracias a la narración de sus vivencias turísticas tan satisfactorias en Andalucía y Cataluña, consiguen transmitir una imagen muy positiva de las dos comunidades españolas, y esto permite que muchas de las ideas negativas preconcebidas de nuestro país y los estereotipos falsos, se disipen

⁷⁴ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Barcelona”

⁷⁵ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Barcelona”

⁷⁶ Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

⁷⁷ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁷⁸ Blog: Le blog de Sarah. Entrada: “10 buenas razones para ir a Barcelona”

⁷⁹ Blog: Novo Monde. Entrada: “Un fin de semana bajo el sol de Barcelona”

⁸⁰ Blog: Rêver d'ailleurs. Entrada: “10 razones de volar hacia Barcelona”

⁸¹ Blog: Trace ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

En los últimos años, el uso de fuentes de información a través de la denominada web 2.0 para la preparación de un viaje ha crecido significativamente, es el caso del blog de viaje. El relato personal y subjetivo de las experiencias turísticas vividas por los autores de los blogs, genera un sentimiento de confianza en el lector, difícil de conseguir en medios tradicionales, como la guía de viaje, impersonal y objetiva. Es una herramienta de la que el futuro viajero hará uso durante todas las fases del viaje, desde el nacimiento del deseo de desplazarse al destino cuando lee los relatos, en la planificación, durante el propio viaje y a vuelta a su lugar de origen.

El objetivo que planteamos para nuestro análisis era conocer la visión que los blogueros franceses transmitían sobre el patrimonio cultural de Cataluña y Andalucía. Elegimos blogs escritos en lengua francesa ya que el mercado emisor francés es uno de los más importantes para el turismo en España.

Como corpus de estudio utilizamos cinco blogs de viajeros franceses, en los que encontramos múltiples publicaciones con contenido interesante, sobre los viajes de los autores por Andalucía y Cataluña.

Para el análisis de los cinco blogs, establecimos unas tablas de análisis que nos permitieron agrupar toda la información necesaria extraída de los relatos de los blogueros. Esta metodología a través de tablas nos ha facilitado el análisis, pues hemos podido reunir extractos y ver cómo sobre el mismo destino, los blogueros escriben sus relatos de forma diferente.

Todos los autores de los blogs seleccionados dan una valoración muy positiva sobre su estancia en Andalucía y Cataluña, contemplándolas como lugares ideales para vivir. El aspecto negativo en el que coinciden los blogueros es en el precio elevado de la visita a algunos monumentos emblemáticos de las ciudades y las largas colas de espera para el acceso.

Las emociones y las sensaciones de los blogueros durante sus viajes están presentes continuamente en sus discursos, pues escriben sus propias vivencias. Sin embargo, cada bloguero elegido tiene su propia forma de expresarlas, y eso es lo que caracteriza a cada blog.

Hemos podido comprobar que los blogueros llegan a España condicionados por los estereotipos clásicos del país como las tapas, el flamenco, los toros, la feria, etc, y lo reflejan en sus relatos de viaje. De la misma forma, cuentan en sus relatos ideas preconcebidas que tenían de España y que al llegar, cambiaron por completo.

Durante el estudio hemos podido conocer qué visión de España es la que se transmite en los blogs escritos en lengua francesa a través del relato de experiencias turísticas propias, lo que permite que los contenidos resulten

creíbles para el lector. Además, los autores incluyen datos, recomendaciones y consejos sobre el destino que consideran útiles y de ayuda para los viajeros en potencia. Y concretamente, en el estudio de nuestros cinco blogs, la información sobre los lugares y consejos sobre alojamiento, restaurantes, transportes, etc, adquiere una gran importancia en las narraciones.

Al finalizar el estudio, hemos comprobado que de los escritos emana una visión de Andalucía y Cataluña por lo general muy positiva y placentera, lo que genera deseo por viajar a estas comunidades y hará que lleguen, o eso esperamos, más turistas a nuestro país.

CAPÍTULO 7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, R (17/06/2013). *Emprendedores*. Empresas de Turismo 2.0. Consultado 10/05/2016. Recuperado de: <http://www.emprendedores.es/casos-de-exito/empresas-de-turismo-en-internet>

Balslev Clausen, H, Cortés Zaborras, C y Johnsen, A. (2015) "Imágenes de Noruega en los blogs de viajeros sin ánimo de lucro" El discurso de instituciones, empresas y viajeros. Del texto al turismo y del turismo al texto. Berna: Peter Lang. 193-226.

Calvi, M.V. (2016). Guía de viaje y turismo 2.0: Los borrosos confines de un género. *Ibérica* (31), pp. 15-38. Consultado 10/05/2016. Recuperado de: http://www.aelfe.org/documents/31_01_IBERICA.pdf

Christine. (16/04/2013). Maman Voyage. *Visite de l'Alcazar à Séville*. Consultado 10/04/2016. Recuperado de: <http://www.mamanvoyage.com/2013/04/visite-de-lalcazar-a-seville/>

Christine. (28/03/2013). Maman Voyage. *Mon week-end à Séville, en Andalousie*. Consultado 10/04/2016. Recuperado de: <http://www.mamanvoyage.com/2013/03/mon-week-end-a-seville-en-andalousie/>

Christine. (22/04/2013). Maman Voyage. *Visite de l'Alhambra à Grenade*. Consultado 10/04/2016. Recuperado de: <http://www.mamanvoyage.com/2013/04/visite-de-lalhambra-a-grenade/>

Christine. (02/04/2013). Maman Voyage. *La Semana Santa à Seville*. Consultado 10/04/2016. Recuperado de: <http://www.mamanvoyage.com/2015/04/la-semana-santa-a-seville/>

Commission européenne (08/05/2015). Flash Eurobaromètre. *Les préférences des Européens à l'égard du tourisme*. Consultado 15/06/2016. Recuperado de: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_fact_fr_fr.pdf

Consejo Español de Turismo (2007). TourSpain. *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Consultado 16/06/2016. Recuperado de: http://www.tourspain.es/eses/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espa%20a/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf

Côte d'Or Tourisme (2014). Fiche conseil: Tourisme et patrimoine culturel. Consultado 15/06/2016. Recuperado de: http://pro.cotedortourisme.com/sites/default/files/adt21/FicheConseil/PDF/fc_tourisme_patrimoine_culturel.pdf

Del Santo, O (2012). *Puro Marketing*. Turismo 2.0: la Nueva Era del Marketing Turístico. Consultado 10/05/2016. Recuperado de: <http://www.puromarketing.com/38/12730/turismo-nueva-marketing-turistico.html>

Édouard (18/12/2015). Trace ta Route. *Malaga en 3 jours, nos impressions*. Consultado 19/04/2016. Recuperado de: <http://www.trace-ta-route.com/visite-malaga-espagne-impressions/>

Ens-lyon.fr (13/03/2013). Geo confluences Patrimoine. Glosario. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/patrimoine-1>

Fabienne y Benoît (29/03/2013). Novo-Monde. *Un week end sous le soleil de Barcelone*. Consultado 19/04/2016. Recuperado de: <http://www.novo-monde.com/article-week-end-Barcelone.php>

Gravari-Barbas M. & Graburn N. (2012). Imaginarios turísticos. *Via@ Revista internacional interdisciplinar de turismo*, nº1, 2012. Consultado 24/06/2016. Recuperado de: <http://viatourismreview.com/es/2015/06/tourist-imaginaries-3/>

Hosteltur (19/01/2016). Infografía: *El fenómeno del turista francés en España*. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: http://www.hosteltur.com/comunidad/nota/002751_infografia-fenomeno-turista-frances-espana.html

Julie (21/12/2014). Trace ta Route. *Visiter Séville en 10 coups de coeur*. Consultado 24/04/2016. Recuperado de: <http://www.trace-ta-route.com/visiter-seville-en-10-coups-de-coeur/>

Macías, C (2007). UOC. *La revolución de los blogs*, de José Luis Orihuela. (Reseña en línea) Consultado 03/06/2016. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/uocpapers/5/dt/esp/macias.pdf>

Morère Molinero, N & Perelló Oliver, S (2013). Turismo y territorio. *Turismo Cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Consultado 15/06/2016. Recuperado de: http://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/El_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf

Organización Mundial del Turismo (06/02/2015). *La Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO reúne por primera vez a ministros de Turismo y de Cultura*. Consultado 15/06/2016. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

Pardilla Fernández, S (07/04/2013). Community Análisis. *Historia de los blogs | Del Primer Blog hasta Hoy*. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: <http://communityanalysis.com/historia-de-los-blogs-el-primer-blog-y-su-popularizacion/>

Piotr (09/04/2013). Ouest France. Tendence. *L'incroyable influence des avis en ligne sur les voyageurs*. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: <http://voyages.blogs.ouest-france.fr/archive/2013/04/08/tripadvisor-avis-ligne-influence.html>

Redacción (24/07/2014). *Tourmag. Cannes : 1er salon entre professionnels du tourisme et blogueurs du voyage*. Consultado 10/06/2016. Recuperado de: http://www.tourmag.com/Cannes-1er-salon-entre-professionnels-du-tourisme-et-blogueurs-du-voyage_a68632.html

Sandrine (24/03/2012). *Rêver d'ailleurs. 10 raisons de s'envoler vers Grenade*. Consultado 12/04/2016. Recuperado de: <http://www.reverdailleurs.com/europe/espagne-2/10-bonnes-raisons-de-senvoler-vers-grenade.html>

Sandrine (11/11/2010). *Rêver d'ailleurs. 10 raisons de s'envoler à Séville*. Consultado 12/04/2016. Recuperado de: <http://www.reverdailleurs.com/europe/espagne-2/seville/10-raisons-de-senvoler-vers-seville.html>

Sandrine (11/11/2010). *Rêver d'ailleurs. 10 raisons de s'envoler à Barcelone*. Consultado 12/04/2016. Recuperado de: <http://www.reverdailleurs.com/europe/espagne-2/barcelone/10-raisons-de-senvoler-pour-barcelone.html>

Sarah (21/06/2013). *Le Blog de Sarah. 10 bonnes raisons d'aller à Barcelone*. Consultado 10/04/2016. Recuperado de: <http://www.leblogdesarah.com/10-bonnes-raisons-aller-a-barcelone/>

Suau Jiménez, F (2012). *Pasos online. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. El turista 2.0 como receptor de la promoción turística; estrategias lingüísticas e importancia de su estudio*. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/10412special/PS0412_14.pdf

Tristan (18/12/2014). *Trace ta Route. Visiter les alentours de Malaga sur la Costa del Sol*. Consultado 24/04/2016. Recuperado de: <http://www.trace-ta-route.com/visiter-alentours-malaga-costa-del-sol/>

Unesco. *¿Qué es el patrimonio inmaterial?*. Consultado 24/05/2016. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/ich/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

Zamudio Vega, L.S. (2011). *Imagonautas: revista interdisciplinaria sobre imaginarios sociales. Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos*. Consultado 20/06/2016. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4781288>

CAPÍTULO 8 ANEXOS

1. MAMAN VOYAGE

1.1. Entrada: "Visita al Alcázar de Sevilla" (1) 16/04/2013

Tabla 1.1. Blog Maman Voyage. Entrada: "Visita al Alcázar de Sevilla"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/ Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
Alcázar de Sevilla	Visita "Nos tomamos nuestro tiempo para admirar cada punto de vista, imaginarnos la corte del Rey de España, el tiempo de hacer algunas	"Clasificado como Patrimonio Mundial de la Humanidad, donde se mezclan influencias musulmanas, estilo gótico y mudéjar"	"El conjunto ofrece un encanto innegable" (4)	"Me encantan sus patios, jardines, estanques y azulejos" (5)		"Si viajáis a Andalucía, un lugar absolutamente ineludible es el Alcázar" (6)	"Por eso lo he vuelto a visitar con gusto" (7)	

	<i>fotos</i> (2)	(3)						
--	------------------	-----	--	--	--	--	--	--

“Visite de l’Alcazar à Séville” (1)

“Nous avons pris notre temps, pour admirer chaque point de vue, s’imaginer à la cour du Roi d’Espagne, le temps de quelques photos” (2)

“ Classé au Patrimoine Mondial de l’Humanité, où se mêlent influences musulmanes, style gothique et mudéjar” (3)

“L’ensemble offre un charme indéniable” (4)

“J’aime ses patios, ses jardins, ses bassins et ses azulejos (faïences)...” (5)

“Si vous voyagez en Andalousie, un site absolument incontournable est l’Alcazar” (6)

“C’est donc avec plaisir que je suis retournée le visiter” (7)

1.2. Entrada: "Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía" (8)28/03/2013

Tabla 1.2. Blog Maman Voyage. Entrada: "Mi fin de semana en Sevilla, en Andalucía"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
<p>"La Catedral, la Giralda, el Alcázar, el barrio de Santa Cruz y los bordes del río Guadalquivir" (9)</p> <p>"...la casa de Pilatos, el museo del Flamenco, la Plaza de España..." (10)</p>	Visita	"La Plaza de España, bella plaza en semicírculo donde se encuentran las instalaciones de la Exposición hispanoamericana de 1929" (11)	<p>"Aunque las festividades de la Semana Santa atraen turistas, me pareció que no había demasiada gente" (12)</p> <p>"La vez anterior, yo vine en agosto (¡hacía mucho mucho calor!) y si vuelvo, será en mayo, un mes ideal para esta región, por</p>	<p>"He estado encantada de reencontrar Sevilla, esta ciudad que tanto me había gustado" (15)</p> <p>"Estaba encantada de descubrir esta fiesta de la que tanto había escuchado hablar" (16)</p> <p>"Los jardines y las fuentes del Alcázar, mi monumento flechazo en Sevilla" (17)</p>		<p>"Para comer tapas: Casa Roman, La Moneda, y sobretodo Enrique Becerra, ¡nuestro preferido! (contar alrededor de 15 euros por persona)" (18)</p> <p>"Para tomar una copa: el roof top del hotel EME donde incluso si los precios son altos, (13 euros el mojito) y el servicio poco</p>	<p>"Ciudad muy bonita del sur de España" (21)</p> <p>"¡Un super fin de semana entre chcas!" (22)</p>	<p>"El roof top del hotel EME donde incluso si los precios son altos, (13 euros el mojito) y el servicio poco agradable" (23)</p>

			<p><i>el clima y las flores” (13)</i></p> <p><i>“Un lugar de paseo de dos por el parque María Luisa...” (14)</i></p>			<p><i>agradable, la vista de la Catedral vale verdaderament e la pena” (19)</i></p> <p><i>“Espectáculo de Flamenco en el museo del baile flamenco (¡a ver!)” (20)</i></p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

“Mon week-end à Seville, en Andalousie” (8)

“La Cathédrale, la Giralda, l’Alcazar, le quartier de Santa Cruz et les bords du fleuve Guadalquivir” (9)

“...la Casa de Pilatos, le musée du Flamenco, la Plaza de Espana...” (10)

“La Plaza de Espana, belle place en demi-cercle où se trouvent les installations de l’Exposition hispano-américaine de 1929” (11)

“Même si les festivités de la Semana Santa attirent des touristes, j’ai trouvé qu’il n’y avait pas trop de monde” (12)

“La fois précédente j’étais venue en août (il fait très très chaud !) et si j’y retourne, ce sera un mai, mois idéal pour cette région, pour le climat et les fleurs” (13)

“Un lieu de balade à deux pas du parc Maria Luisa...” (14)

“J’ai été ravie de retrouver Séville, cette ville qui m’avait tant plu” (15)

“ J’ai été ravie de découvrir cette fête dont j’avais beaucoup entendu parler” (16)

“Les jardins et les fontaines de l’Alcazar, mon monument coup de cœur à Séville” (17)

“ Pour manger des tapas : Casa Roman, La Moneda, et surtout Enrique Becerra, notre préféré ! (compter environ 15€ par personne)” (18)

“Pour boire un verre : le roof top de l’hôtel EME où même si les prix sont élevés (13€ le mojito) et le service peu agréable, la vue sur la Cathédrale vaut vraiment le détour!” (19)

“Spectacle de Flamenco au museo del baile flamenco (à voir !)” (20)

“ Très belle ville du sud de l’Espagne” (21)

“Un super week-end entre filles!”(22)

“Le roof top de l’hôtel EME où même si les prix sont élevés (13€ le mojito) et le service peu agréable” (23)

1.3. Entrada: “*Visita de la Alhambra en Granada*” (24)22/04/2013Tabla 1.3. Blog Maman Voyage. Entrada: “*Visita de la Alhambra en Granada*”

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales/ Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
La Alhambra	Visita			<p>“Yo quería absolutamente visitar la Alhambra” (25)</p> <p>“Estaba frustrada por admirar la Alhambra desde el exterior, a través del mirador del barrio del Albaicín y deseaba absolutamente ver el que la mayoría considera el monumento más bonito de Andalucía” (26)</p>		<p>“Hace falta saber que es obligado reservar las plazas con mucho tiempo de antelación” (27)</p> <p>“Por supuesto, id allí absolutamente si pasáis por la bella ciudad de Granada” (28)</p>	<p>“Por lo que la Alhambra es bonita, monumental, y me ha encantado tomar mi tiempo para disfrutar del Palacio y de los jardines durante 3 horas y media” (29)</p>	

“*Visite de l’Alhambra à Grenade*” (24)

“Je voulais absolument visiter l’Alhambra” (25)

“J’avais été frustrée d’admirer l’Alhambra de l’extérieur, à partir du belvédère du quartier de l’Albaicin et je souhaitais absolument voir ce que la majorité estime être le plus joli monument d’Andalousie” (26)

“Il faut savoir qu’il est impératif de réserver ses places longtemps à l’avance” (27)

“Bien sûr, allez-y absolument si vous passez par la très jolie ville de Grenade” (28)

“Donc l’Alhambra, c’est beau, c’est monumental et j’ai adoré prendre mon temps pour profiter du Palais et des jardins pendant 3h30” (29)

1.4. Entrada: “La Semana Santa en Sevilla” (30) 02/04/2013

Tabla 1.4. Blog de Maman Voyage. Entrada: “La Semana Santa en Sevilla”

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/ Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
Semana Santa (patrimonio inmaterial)	Contemplación	<p>“Las fiestas comienzan el día de Ramos y acaban en Pascua” (31)</p> <p>“Unas sesenta congregaciones (Hermandades y Cofradías) desfilan con sus decorados esculpidos que recuerdan la Pasión de Cristo” (32)</p>	<p>“El tono es sobretodo solemne, emocionante, la música también” (33)</p> <p>“Y todo la ciudad parece participar de cerca o de lejos” (34)</p>	<p>“Alrededor de 50000 personas llevan el hábito de penitente, traje impresionante, que da un poco de miedo” (35)</p> <p>“Tuve mi pequeño momento de estrés por otro lado. Intenté apartarme un poco de la multitud” (36)</p>				

“La Semana Santa à Seville” (30)

“Les festivités commencent le jour des Rameaux et finissent à Pâques” (31)

“Une soixantaine de congrégations (Hermandades et Cofradías) défilent avec leurs décors sculptés qui rappellent la Passion du Christ” (32)

“Le ton est plutôt solennel, émouvant, la musique aussi” (33)

“Et toute la ville semble y participer de près ou de loin” (34)

“Environ 50 000 personnes portent l’habit de pénitent, costume impressionnant, qui fait un peu peur” (35)

“J’ai eu mon petit moment de stress d’ailleurs. J’ai essayé de m’écarter un peu de la foule” (36)

1. LE BLOG DE SARAH

2.1. Entrada: "10 buenas razones para ir a Barcelona"(1) 21/06/2013

Tabla 2.1. Blog Le Blog de Sarah. Entrada: "10 buenas razones para ir a Barcelona"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales/ Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
- La Sagrada Familia	Visita	"Gaudí consagró los cuarenta últimos años de su vida a esta construcción... iniciada en 1882, y que debería acabar hacia el 2025" (2)	"Una catedral moderna y magnífica como jamás había visto en otro lado del mundo" (6) "La luz y la atmósfera que se desprenden son tan particulares" (7)	"Completamente atea y reacia a toda religión, fui verdaderamente cautivada por la espiritualidad del lugar, que devuelve la fe en la esperanza" (13) "Es una catedral, pero que se libera totalmente de lo austero y angustioso de la religión cristiana. Por eso que el lugar	"La arquitectura de Gaudí me hizo pensar mucho en el universo poético del escritor chileno Pablo Neruda" (16) "Una escalera monumental que recuerda a una columna vertebral, tejas sobre el techo que	"No dejarse desanimar por la cola (muy larga a todas las horas del día, un poco menos por la mañana en la apertura), y coger la audioguía igualmente" (19) "Se puede comprar los billetes en línea, vale seguramente la pena (para evitar la	"Me ha encantado la originalidad y la creatividad de sus realizaciones" (26)	"El precio de la visita excesivo" (32)

				<i>me ha emocionado tanto” (14)</i>	<i>parecen escamas de peces, chimeneas que hacen pensar en esculturas vegetales... Nunca líneas rectas... juegos de luces de colores...” (17)</i>	<i>espera, pero el precio es el mismo)” (20)</i>		
- La Pedrera y Casa Battlo	Visita			<i>“Aquí otra vez, flechazo ineludible” (15)</i>		<i>“Los precios de la entrada y la cola (menos en la casa Battlo) podrían desanimar a algunos... Pero hay que verlo absolutamente” (21)</i>	<i>“Mucha audacia y creatividad” (27)</i>	<i>“Los precios de la entrada y la cola (menos en la casa Battlo) podrían desanimar a algunos” (33)</i>
- Parque Guell	Visita		<i>“Un jardín encantador que parece directamente salido de un</i>		<i>“Con Adeline, buscamos bien si no había un</i>	<i>“Llegar al por la parte de arriba, en la parada de metro Vallcarca, así</i>	<i>“Mosaicos de todos los colores, acueductos, esculturas... Me ha encantado...” (28)</i>	

			<p><i>cuento con una paronámica impresionante de la ciudad” (8)</i></p> <p><i>“Bueno, el hecho es que es verdaderamente el tipo de sitio que despierta el deseo de un paseo romántico en pareja.” (9)</i></p>		<p><i>doble de Romain Duris andaba por la zona (por la pequeña historia en San Petersburgo, lugar de rodaje des Muñecas Rusas” (18)</i></p>	<p><i>hacemos todo el paseo descendiendo, y terminamos en la magnífica plaza con el banco de mosaicos y la vista de Barcelona” (22)</i></p>	
<p>-Las Ramblas - La Boquería</p>	<p>Visita y paseo</p>	<p><i>“Hay montones de puestos con zumos de frutas frescas de todos los tipos y verdaderament e no caros (1.5 euros) Además, al final del medio día, los vendedores malvenden los zumos que quedan a 1 euro, 2 euros los 3...” (3)</i></p>	<p><i>“Simpática avenida peatonal que une la plaza Cataluña con el borde del mar” (10)</i></p> <p><i>“Mercado lleno de colores” (11)</i></p>			<p><i>“Atención mirar bien donde pisamos: a mitad de recorrido (cerca del metro Liceu) se encuentra un mosaico de Miró que muchos pisotean sin ni siquiera darse cuenta...” (23)</i></p> <p><i>“La pausa ideal para comer/beber un trago cuando se pasea por la</i></p>	<p><i>“El paseo vale la pena” (29)</i></p>

						Rambla" (24)		
-Museo Picasso	Visita	<p><i>"Es en Barcelona donde el pintor español tuvo sus inicios de artista. Es aquí dónde expuso sus primeras obras" (4)</i></p> <p><i>"Y para los que quieran ver más museos: La Fundación Miró, pintor y escultor catalán, y el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona" (5)</i></p>	<p><i>"El barrio del Born, uno de los más simpáticos de Barcelona" (12)</i></p>			<p><i>"Por el contrario, es uno de los lugares más visitados de la ciudad...por lo que aquí también, hay que armarse de paciencia para la cola...y venir sobretodo cuando abre (25)</i></p>	<p><i>"Una ciudad como Barcelona valdría mejor un top 20 que un top 10" (30)</i></p> <p><i>"Espero volver aquí pronto, descubrirla a un ritmo más cool...sobretudo la vida nocturna, la cual desafortunadamente, no tuve tiempo de disfrutar (31)</i></p>	

"10 bonnes raisons d'aller à Barcelone" (1)

"Gaudi a consacré les 40 dernières années de sa vie à cette construction... démarrée en 1882, et qui devrait s'achever vers 2025" (2)

“Il y a plein de stands avec des jus de fruit frais de toutes les sortes et pour vraiment pas cher (1,5 euros)... D'autant plus qu'en fin d'après-midi, les vendeurs bradent les jus qui restent à 1 euro, voire 2 euros les 3...” (3)

“C'est à Barcelone que le peintre espagnol a fait ses débuts d'artistes. C'est là qu'il exposa ses premières œuvres” (4)

“Et pour ceux qui veulent voir davantage de musées : la Fondation Miro, peintre et sculpteur catalan, et le Musée d'Art contemporain de Barcelone” (5)

“Une cathédrale moderne et magnifique, comme je n'en ai jamais vu ailleurs dans le monde” (6)

“La lumière et l'atmosphère qui s'y dégagent sont tellement particulières” (7)

“Un jardin enchanteur qui semble tout droit sorti d'un conte avec un panorama époustouflant sur la ville” (8)

“Bon, le truc, c'est que c'est vraiment le genre d'endroits qui donne envie de s'y promener en amoureux” (9)

“Très sympathique avenue piétonne qui relie la place Catalunya au bord de mer” (10)

“Marché plein de couleurs” (11)

“Le quartier d'El Born, un des plus sympas de Barcelone” (12)

“Pourtant complètement athée et rétive à toute religion, j'ai vraiment été subjuguée par la spiritualité du lieu, qui redonne la foi en l'espérance” (13)

“C'est une cathédrale, mai s'affranchit totalement du carcan austère et anxiogène de la religion chrétienne. C'est pour cela je pense que le lieu m'a autant touchée” (14)

“Là encore, coup de cœur incontournable” (15)

“L'architecture de Gaudí m'a beaucoup fait penser à l'univers poétique de l'écrivain chilien Pablo Neruda” (16)

“Un escalier monumental qui rappelle une colonne vertébrale, des tuiles sur le toit qui ressemblent à des écailles de poissons, des cheminées qui font penser à des sculptures végétales... Jamais de ligne droite... Des jeux de lumière de couleurs...” (17)

“Avec Adeline, on a pourtant bien cherché s'il n'y avait pas un sosie de Romain Duris qui trainait dans le coin, pour la petite histoire, à St Petersburg, lieu de tournage des Poupées Russes” (18)

“Ne pas se laisser décourager par la queue (très longue à toute heure de la journée, un peu moins le matin à l'ouverture), et prendre quand même l'audioguide”

“On peut acheter ses billets en ligne, ça vaut sûrement le coup (pour éviter l'attente, mais le prix est le même)” (19)

“On peut acheter ses billets en ligne, ça vaut sûrement le coup (pour éviter l'attente, mais le prix est le même)” (20)

“Les prix d'entrée et la queue (moins à la Casa Battlo) pourraient en décourager quelques uns... Mais à voir absolument” (21)

“Arriver au park par en haut au métro Vallcarca, comme ça on fait toute la balade en descente, et on finit par la magnifique place avec le banc de mosaïques et la vue sur Barcelone” (22)

“Attention à bien regarder où on met les pieds : à mi-parcours (proche du métro Liceu) se trouve une mosaïque de Miro que beaucoup piétinent sans même s'en rendre compte...” (23)

“La pause idéale pour manger/boire un coup quand on se balade sur la Rambla” (24)

“Par contre, c’est un des lieux les plus visités de la ville... donc là aussi, s’armer de patience face à la queue... et venir plutôt le matin à l’ouverture” (25)

“J’ai adoré l’originalité et la créativité de ses réalisations” (26)

“Beaucoup d’audace et de créativité” (27)

“Mosaïques de toutes les couleurs, aqueducs, sculptures... J’ai adoré...” (28)

“La balade vaut le coup” (29)

“Une ville comme Barcelone vaudrait bien un top 20 plutôt qu’un top 10” (30)

“J’espère y revenir bientôt, la découvrir à un rythme plus cool... surtout la nightlife dont malheureusement je n’ai pas eu le temps de profiter” (31)

“Le prix excessif de la visite” (32)

“Les prix d’entrée et la queue (moins à la Casa Battlo) pourraient en décourager quelques uns” (33)

1. LE BLOG DE SARAH

2.1. Entrada: "10 buenas razones para ir a Barcelona"(1) 21/06/2013

Tabla 2.1. Blog Le Blog de Sarah. Entrada: "10 buenas razones para ir a Barcelona"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales/ Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
- La Sagrada Familia	Visita	"Gaudí consagró los cuarenta últimos años de su vida a esta construcción... iniciada en 1882, y que debería acabar hacia el 2025" (2)	"Una catedral moderna y magnífica como jamás había visto en otro lado del mundo" (6) "La luz y la atmósfera que se desprenden son tan particulares" (7)	"Completamente atea y reacia a toda religión, fui verdaderamente cautivada por la espiritualidad del lugar, que devuelve la fe en la esperanza" (13) "Es una catedral, pero que se libera totalmente de lo austero y angustioso de la religión cristiana. Por eso que el lugar	"La arquitectura de Gaudí me hizo pensar mucho en el universo poético del escritor chileno Pablo Neruda" (16) "Una escalera monumental que recuerda a una columna vertebral, tejas sobre el techo que	"No dejarse desanimar por la cola (muy larga a todas las horas del día, un poco menos por la mañana en la apertura), y coger la audioguía igualmente" (19) "Se puede comprar los billetes en línea, vale seguramente la pena (para evitar la	"Me ha encantado la originalidad y la creatividad de sus realizaciones" (26)	"El precio de la visita excesivo" (32)

				<i>me ha emocionado tanto” (14)</i>	<i>parecen escamas de peces, chimeneas que hacen pensar en esculturas vegetales... Nunca líneas rectas... juegos de luces de colores...” (17)</i>	<i>espera, pero el precio es el mismo)” (20)</i>		
- La Pedrera y Casa Battlo	Visita			<i>“Aquí otra vez, flechazo ineludible” (15)</i>		<i>“Los precios de la entrada y la cola (menos en la casa Battlo) podrían desanimar a algunos... Pero hay que verlo absolutamente” (21)</i>	<i>“Mucha audacia y creatividad” (27)</i>	<i>“Los precios de la entrada y la cola (menos en la casa Battlo) podrían desanimar a algunos” (33)</i>
- Parque Guell	Visita		<i>“Un jardín encantador que parece directamente salido de un</i>		<i>“Con Adeline, buscamos bien si no había un</i>	<i>“Llegar al por la parte de arriba, en la parada de metro Vallcarca, así</i>	<i>“Mosaicos de todos los colores, acueductos, esculturas... Me ha encantado...” (28)</i>	

			<p><i>cuento con una paronámica impresionante de la ciudad” (8)</i></p> <p><i>“Bueno, el hecho es que es verdaderamente el tipo de sitio que despierta el deseo de un paseo romántico en pareja.” (9)</i></p>		<p><i>doble de Romain Duris andaba por la zona (por la pequeña historia en San Petersburgo, lugar de rodaje des Muñecas Rusas” (18)</i></p>	<p><i>hacemos todo el paseo descendiendo, y terminamos en la magnífica plaza con el banco de mosaicos y la vista de Barcelona” (22)</i></p>	
<p>-Las Ramblas - La Boquería</p>	<p>Visita y paseo</p>	<p><i>“Hay montones de puestos con zumos de frutas frescas de todos los tipos y verdaderament e no caros (1.5 euros) Además, al final del medio día, los vendedores malvenden los zumos que quedan a 1 euro, 2 euros los 3...” (3)</i></p>	<p><i>“Simpática avenida peatonal que une la plaza Cataluña con el borde del mar” (10)</i></p> <p><i>“Mercado lleno de colores” (11)</i></p>			<p><i>“Atención mirar bien donde pisamos: a mitad de recorrido (cerca del metro Liceu) se encuentra un mosaico de Miró que muchos pisotean sin ni siquiera darse cuenta...” (23)</i></p> <p><i>“La pausa ideal para comer/beber un trago cuando se pasea por la</i></p>	<p><i>“El paseo vale la pena” (29)</i></p>

						Rambla" (24)		
-Museo Picasso	Visita	<p><i>"Es en Barcelona donde el pintor español tuvo sus inicios de artista. Es aquí dónde expuso sus primeras obras" (4)</i></p> <p><i>"Y para los que quieran ver más museos: La Fundación Miró, pintor y escultor catalán, y el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona" (5)</i></p>	<p><i>"El barrio del Born, uno de los más simpáticos de Barcelona" (12)</i></p>			<p><i>"Por el contrario, es uno de los lugares más visitados de la ciudad...por lo que aquí también, hay que armarse de paciencia para la cola...y venir sobretodo cuando abre (25)</i></p>	<p><i>"Una ciudad como Barcelona valdría mejor un top 20 que un top 10" (30)</i></p> <p><i>"Espero volver aquí pronto, descubrirla a un ritmo más cool...sobretudo la vida nocturna, la cual desafortunadamente, no tuve tiempo de disfrutar (31)</i></p>	

“10 bonnes raisons d’aller à Barcelone” (1)

“Gaudi a consacré les 40 dernières années de sa vie à cette construction... démarrée en 1882, et qui devrait s’achever vers 2025” (2)

“Il y a plein de stands avec des jus de fruit frais de toutes les sortes et pour vraiment pas cher (1,5 euros)... D’autant plus qu’en fin d’après-midi, les vendeurs bradent les jus qui restent à 1 euro, voire 2 euros les 3...” (3)

“C’est à Barcelone que le peintre espagnol a fait ses débuts d’artistes. C’est là qu’il exposa ses premières œuvres” (4)

“Et pour ceux qui veulent voir davantage de musées : la Fondation Miro, peintre et sculpteur catalan, et le Musée d’Art contemporain de Barcelone” (5)

“Une cathédrale moderne et magnifique, comme je n’en ai jamais vu ailleurs dans le monde” (6)

“La lumière et l’atmosphère qui s’y dégagent sont tellement particulières” (7)

“Un jardin enchanteur qui semble tout droit sorti d’un conte avec un panorama époustouflant sur la ville” (8)

“Bon, le truc, c’est que c’est vraiment le genre d’endroits qui donne envie de s’y promener en amoureux” (9)

“Très sympathique avenue piétonne qui relie la place Catalunya au bord de mer” (10)

“Marché plein de couleurs” (11)

“Le quartier d’El Born, un des plus sympas de Barcelone” (12)

“Pourtant complètement athée et rétive à toute religion, j’ai vraiment été subjuguée par la spiritualité du lieu, qui redonne la foi en l’espérance” (13)

“C’est une cathédrale, mai s’affranchit totalement du carcan austère et anxiogène de la religion chrétienne. C’est pour cela je pense que le lieu m’a autant touchée” (14)

“Là encore, coup de cœur incontournable” (15)

“L’architecture de Gaudí m’a beaucoup fait penser à l’univers poétique de l’écrivain chilien Pablo Neruda” (16)

“Un escalier monumental qui rappelle une colonne vertébrale, des tuiles sur le toit qui ressemblent à des écailles de poissons, des cheminées qui font penser à des sculptures végétales... Jamais de ligne droite... Des jeux de lumière de couleurs...” (17)

“Avec Adeline, on a pourtant bien cherché s’il n’y avait pas un sosie de Romain Duris qui trainait dans le coin, pour la petite histoire, à St Petersburg, lieu de tournage des Poupées Russes” (18)

“Ne pas se laisser décourager par la queue (très longue à toute heure de la journée, un peu moins le matin à l’ouverture), et prendre quand même l’audioguide”

“On peut acheter ses billets en ligne, ça vaut sûrement le coup (pour éviter l’attente, mais le prix est le même)” (19)

“On peut acheter ses billets en ligne, ça vaut sûrement le coup (pour éviter l’attente, mais le prix est le même)” (20)

“Les prix d’entrée et la queue (moins à la Casa Battlo) pourraient en décourager quelques uns... Mais à voir absolument” (21)

“Arriver au park par en haut au métro Vallcarca, comme ça on fait toute la balade en descente, et on finit par la magnifique place avec le banc de mosaïques et la vue sur Barcelone” (22)

“Attention à bien regarder où on met les pieds : à mi-parcours (proche du métro Liceu) se trouve une mosaïque de Miro que beaucoup piétinent sans même s'en rendre compte...” (23)

“La pause idéale pour manger/boire un coup quand on se balade sur la Rambla” (24)

“Par contre, c'est un des lieux les plus visités de la ville... donc là aussi, s'armer de patience face à la queue... et venir plutôt le matin à l'ouverture” (25)

“J'ai adoré l'originalité et la créativité de ses réalisations” (26)

“Beaucoup d'audace et de créativité” (27)

“Mosaïques de toutes les couleurs, aqueducs, sculptures... J'ai adoré...” (28)

“La balade vaut le coup” (29)

“Une ville comme Barcelone vaudrait bien un top 20 plutôt qu'un top 10” (30)

“J'espère y revenir bientôt, la découvrir à un rythme plus cool... surtout la nightlife dont malheureusement je n'ai pas eu le temps de profiter” (31)

“Le prix excessif de la visite” (32)

“Les prix d'entrée et la queue (moins à la Casa Battlo) pourraient en décourager quelques uns” (33)

1. RÊVER D'AILLEURS

3.1. Entrada: "10 razones de volar hacia Granada" (1) 24/03/2012

Tabla 3.1. Blog de Rêver d'ailleurs. Entrada: "10 razones de volar hacia Granada"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/ Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales/ Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
<ul style="list-style-type: none"> - La Alhambra y el Generalife - Barrio de Albaicín y Sacromonte - Salobreña - Sierra Nevada 	Visita	<p>"La Costa Tropical está formada por 19 municipios y se extiende sobre más de 100 kilómetros a lo largo del litoral de la provincia de Granada" (2)</p> <p>"La Universidad de Granada es una de las más antiguas universidades de la Península Ibérica, data del siglo XVI" (3)</p>	<p>"La meteorología de ensueño en el lugar" (4)</p> <p>"Las pequeñas casas blancas de Salobreña ofrecen un ambiente muy especial al lugar. Este pueblo es como una <montaña grande de trozos de azúcar>" (5)</p> <p>"El sabor de España pasa por las ineludibles tapas. Y es en el sur del país</p>	<p>"Una vez que posé el pie sobre suelo español a mis 12 años, me dije: <es aquí dónde quiero vivir>" (9)</p> <p>"Perdí esta lengua que me es tan querida" (10)</p> <p>"Me enamoré" (11)</p>	<p>"Estas pequeñas casas blancas y cuadradas están sobre una colina dominada por un magnífico castillo árabe. Casi Grecia, pero estamos en el sur de España" (12)</p>	<p>"No olvidéis probar los famosos gazpachos helados, es ideal hacerlo bajo las temperaturas abrasadoras de Andalucía" (13)</p> <p>"Simplemente pasearos y haréis buenas cosas, probando todos los productos locales" (14)</p>	<p>"Una vez que posé el pie sobre suelo español a mis 12 años, me dije: <es aquí dónde quiero vivir>" (16)</p>	

			<p><i>donde son mejores porque son más auténticas (y también menos caras” (6)</i></p> <p><i>“Pasearse por el Albaicín, es una verdadera delicia para todos los sentidos. Encontraréis un laberinto de calles estrechas perfumadas de jazmín donde podréis contemplar los jardines de los Carmenes y las residencias atípicas” (7)</i></p> <p><i>“Esto os sumergirá en el corazón de sus raíces moriscas” (8)</i></p>			<p><i>“Fue para mi una visita que no puedo más que recomendaros” (15)</i></p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

“10 raisons de s'envoler vers Grenade” (1)

“La Costa Tropical est formée de 19 municipalités et s'étend sur plus de 100 kilomètres le long du Littoral de la province de Grenade” (2)

“L'université de Grenade est une des plus anciennes universités de la Péninsule Ibérique, datant du XVIème siècle” (3)

“La météo de rêve sur place” (4)

“Les petites maisons blanches de Salobreña offrent une ambiance très spéciale au lieu. Cette ville est comme une « grande montagne de morceaux de sucre »” (5)

“Le goût de l'Espagne passe par les incontournables tapas. Et c'est dans le sud du pays qu'elles les meilleures car les plus authentiques (et moins chères aussi)” (6)

“Se balader dans L'Albaicín, est un vrai délice pour tous les sens. Vous y trouverez un labyrinthe de rues étroites parfumées de jasmin où vous pourrez contempler les jardins des cármènes et ses demeures atypiques” (7)

“Cela vous plongera au coeur de ses racines Mauresques” (8)

“Une fois mis le pied sur le sol espagnol vers mes 12 ans, je me suis dit : « c'est ici que je veux vivre” (9)

“J'ai perdu cette langue qui m'est si chère”(10)

“J'en suis tombée amoureuse” (11)

“Ces petites maisons blanches et cubiques sont jonchées sur une colline dominée par un magnifique château arabe. Presque la Grèce, mais on est dans le sud de l'Espagne” (12)

“N'oubliez pas de goûter aux fameux gaspachos glacés, idéal sous les températures brûlantes de l'Andalousie” (13)

“Baladez-vous simplement et vous ferez certainement de bonnes affaires, tout en goûtant aux produits locaux” (14)

“C'était pour moi une visite prenante que je ne peux que vivement vous recommander” (15)

“Une fois mis le pied sur le sol espagnol vers mes 12 ans, je me suis dit : « c'est ici que je veux vivre” (16)

“J'en suis tombée amoureuse” (17)

3.2. Entrada: "10 razones de volar hacia Sevilla" (17)11/11/2010

Tabla 3.2. Blog de Rêver d'ailleurs. Entrada: "10 razones de volar hacia Sevilla"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/ Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales/ Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
Centro y barrios más populares de Sevilla	Visita	<p>"Sevilla cuenta con más de 50 hermandades religiosas. Cada congregación posee una Virgen o su Cristo, es entonces cuando escucharéis hablar de la Virgen de la Macarena, la Virgen de Triana, el Cristo del Gran Poder... que están entre los más famosos y venerados de Sevilla" (18)</p> <p>"Está considerada como la tercera catedral más</p>	<p>"La capital de Andalucía, situada sobre el Guadalquivir justo después de Cádiz, ofrece un cambio de ambiente ideal: dulzor permanente del clima, luminosidad muy bella, arte de vivir y sorprendente arquitectura" (22)</p> <p>"Después de haber renegado de ella durante mucho tiempo, Sevilla reivindica</p>	<p>"Allí se ve la España verdadera, país que adoro y que he visitado a lo largo y ancho desde hace muchos años" (25)</p> <p>"El tiempo no puso de su parte -la primera vez desde hacía tiempo- decían los habitantes, sí sí quiero creerlo. Y no me desanimé, hay tanto que hacer y visitar en esta ciudad" (26)</p>		<p>"Prever vuestra llegada entre el domingo de Ramos y el de Pascua para asistir a una semana de fiesta tradicional combinada con la cultura" (27)</p> <p>"Un buen lugar para descubrir el flamenco es la Cabornería" (28)</p> <p>"Debido al ambiente permanente de calor, más vale proveerse</p>	<p>"Barcelona está bien... Sevilla es mejor" (34)</p>	

		<p><i>grande del mundo, después de la de San Pedro de Roma y la de San Pablo de Londres” (19)</i></p> <p><i>“Alberga algunos tesoros, especialmente la tumba de Cristóbal Colón” (20)</i></p> <p><i>“Cronológicamente, Sevilla ha acogido: -La exposición iberoamericana en 1929 (...) - La exposición universal de 1992 (...) (21)</i></p>	<p><i>ahora su herencia especialmente por las huellas del pasado árabe de la ciudad: del ambiente al decoradopasando por el ritmo de vida”(23)</i></p> <p><i>“Al contrario del cante, el baile permite expresar una paleta más amplia de sentimientos humanos con muchos contrastes” (24)</i></p>			<p><i>de este accesorio indispensable: el abanico, de madera o tela. Personalment e soy muy adepta y ya no me separo de él, en España o en otro lugar” (29)</i></p> <p><i>“Una visita guiada, sí pero en carreta. Podéis encontrar esto cursi, estoy de acuerdo, es un buen medio para descubrir la ciudad de una forma diferente, además con un español” (30)</i></p> <p><i>“Podréis elegir entre los pequeños bares de</i></p>	
--	--	---	---	--	--	--	--

						<p><i>tapas típicas en Santa Cruz, la animación de la Alfalfa, el encanto de las terrazas del barrio de Triana sobre el Guadalquivir” (31)</i></p> <p><i>“Las marcas que os aconsejo son entonces” (32)</i></p> <p><i>“Aprovechad vuestra estancia en Andalucía para visitar igualmente Córdoba, Huelva, Cádiz...porque cada una de estas ciudades tienen sus características y encantos” (33)</i></p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

“10 raisons de s’envoler à Séville” (17)

“Séville compte à ce titre plus de 50 confréries religieuses. Chaque congrégation possède sa Vierge ou son Christ, c’est alors que vous entendrez parler de la Virgen de la Macarena, la Virgen de Triana, el Cristo del Gran Poder... qui sont parmi les plus fameux et vénérés de Séville” (18)

“Elle est considérée comme la 3ème plus grande Cathédrale au monde, après St-Pierre de Rome et St-Paul de Londres” (19)

“Elle abrite quelques trésors comme notamment le tombeau de Christophe Colomb” (20)

“Chronologiquement, Séville a accueilli :- L’exposition iberico-américaine en 1929 - L’exposition universelle en 1992” (21)

“La capitale de l’Andalousie, située sur le Guadalquivir, juste après Cadix, offre un dépaysement idéal : douceur permanente du climat, très belle luminosité, art de vivre et étonnante architecture” (22)

“Après l’avoir longtemps renié, Séville est revendiquée maintenant son héritage notamment par les traces du passé arabe de la ville : de l’ambiance au décor en passant par le rythme de vie” (23)

“Contrairement au chant, la danse permet d’exprimer une plus large palette de sentiments humains avec beaucoup de contrastes” (24)

“Là-bas on voit le vrai côté de l’Espagne, pays que j’adore et que j’ai visité de long en large depuis de nombreuses années” (25)

“Le temps n’avait pas été vraiment de la partie – la première fois depuis longtemps disaient les habitants... oui oui je veux bien y croire ! Et je ne me suis pas laissée abattre, il y a tant à faire et visiter dans cette ville” (26)

“Prévoyez alors votre venue entre le dimanche des Rameaux et celui de Pâques pour assister à une semaine de fête traditionnelle combinée à un moment fort de la culture” (27)

“Un très bon endroit pour découvrir le Flamenco est la Carboneria” (28)

“Étant donné la chaleur ambiante et permanente, mieux vaut se munir de cet accessoire indispensable : l’éventail, en bois ou en tissu. Personnellement je suis très adepte et je ne m’en sépare plus, en Espagne et ailleurs” (29)

“Une visite guidée, oui mais en calèche. Vous pouvez trouver cela ringard, je vous l’accorde, cela dit c’est un très bon moyen de découvrir la ville d’une autre façon, qui plus est avec un espagnol” (30)

“Vous pourrez choisir entre les petits bars à tapas typiques de Santa Cruz, l’animation de la Alfalfa, ou le charme des terrasses du quartier de Triana sur le Guadalquivir” (31)

“Les marques que je vous conseillerai sont alors” (32)

“Profitez d’être en Andalousie pour visiter également Cordoba, Huelva, Cadix... chacune de ces villes ayant ses caractéristiques et ses charmes” (33)

“Barcelone c’est bien... Séville c’est mieux” (34)

3.3. Entrada: "10 razones de volar hacia Barcelona" (35) 11/11/2010

Tabla 3.3. Blog de Rêver d'ailleurs. Entrada: "10 razones de volar hacia Barcelona"

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
<ul style="list-style-type: none"> - Sagrada Familia - Parque Guell - Barrio Gótico - Museo Picasso - Estadio Camp Nou - Pueblo de Sitges - Parque Olímpico de Montjuic 	Visita	<p>"Así, no os sorprenderá saber que de los 2 millones de habitantes de Barcelona, alrededor del 13% son extranjeros" (36)</p> <p>"Barcelona conserva aún restos arqueológicos del siglo IV del Imperio Romano, iglesias romanas y todo un barrio gótico lleno de</p>	"Sus estructuras coloridas, onduladas e imaginativas dan a Barcelona una identidad estética única" (41)	<p>"Elegí rápidamente Barcelona como <mi destino favorito> para mis fines de semana de estudiante" (42)</p> <p>"Lo que me gusta de Sitges y de otras playas de Barcelona igualmente, es la animación de los djs, que da otro ritmo a las largas jornadas de relax y bronceado"</p>		<p>"Para tener una idea más aproximada del talento de Gaudí, os aconsejo sin dudar la visita de la Sagrada Familia, gigantesca catedral, y el Parque Guell, jardín mágico, con esculturas y cerámicas absolutamente fantásticas" (46)</p>	<p>"Me gusta Barcelona por su ambiente, su dulzura de vivir, su cocina, sus habitantes... pero igualmente por sus mojitos y chupitos inigualables" (47)</p> <p>"De los platos típicos catalanes a los platos experimentales, no será en Barcelona donde vuestras papilas sufrirán una decepción" (48)</p>	

		<p><i>catedrales, plazas, calles e iglesias que datan del siglo XIII al siglo XV” (37)</i></p> <p><i>“Toda la ciudad está sembrada de casas y creaciones realizadas por el famoso arquitecto Gaudí” (38)</i></p> <p><i>“Barcelona dispone de numerosos museos. El museo Picasso, la Fundación Joan Miró y el Museo Nacional de Arte Catalán, todos establecidos en un bonito palacio construido en 1920 para la Exposición Universal”</i></p>		<p><i>(43)</i></p> <p><i>“Me encantó recordar todos los momentos, todas las sensaciones que los deportistas experimentaron durante sus pruebas” (44)</i></p> <p><i>“Como estaba tan inspirada por la famosa película <El albergue español> me sentí rápidamente bien en esta ciudad” (45)</i></p>			<p><i>“Esta lengua respira el sol, el buen humor...la vida/ciudad ideal en resumen” (49)</i></p>	
--	--	---	--	---	--	--	--	--

		<p>(39)</p> <p><i>“El estadio del Camp Nou construido en 1957 en el barrio Les Corts es capaz de acoger cerca de 100.000 plazas, por lo que es el estadio más grande de Europa y uno de los más grandes del mundo según este criterio”</i></p> <p>(40)</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

“10 raisons de s’envoler à Barcelone” (35)

“Aussi, vous ne serez donc pas surpris d’apprendre que sur les 2 millions d’habitants de Barcelone, environ 13% sont des étrangers” (36)

“Barcelone conserve encore des restes architecturaux du 4ème siècle de l’Empire Romain, des églises romanes et tout un quartier gothique rempli de cathédrale, places, rues et églises datant du 13ème, au 15ème siècle” (37)

“Toute la ville est parsemée de maisons et créations réalisées le célèbre architecte Gaudí” (38)

“Barcelone dispose de nombreux musées. Le musée Picasso, la Fondation Joan Miró et le Musée National d’Art Catalan tous établis dans un très beau palace construit en 1920 pour l’Exposition Universelle” (39)

“Le stade du Camp Nou construit en 1957 dans le quartier Les Corts est capable d’accueillir près de 100 000 places, ce qui en fait le plus grand stade d’Europe et l’un des plus grands du monde sur ce critère” (40)

“Leurs structures colorées, onduleuses et imaginatives donne à Barcelone une identité esthétique unique” (41)

“J’ai rapidement élu Barcelone comme « ma destination favorite » pour mes week-ends d’étudiante” (42)

“Ce que j’aime à Sitges et sur d’autres plages de Barcelone également, c’est l’animation par des DJs, ce qui donne un autre rythme aux longues journées de farniente et bronzette” (43)

“J’adore me remémorer tous les moments, toutes les sensations que les sportifs ont éprouvé lors de leurs épreuves...” (44)

“Étant aussi largement inspirée du célèbre film « L’Auberge Espagnole », je me suis rapidement sentie bien dans cette ville” (45)

“Pour avoir le meilleur aperçu du talent de Gaudí, je vous conseille sans hésiter la visite de la Sagrada Família, gigantesque cathédrale et le Parc Guell, jardin magique, aux sculptures et céramiques absolument fantastiques” (46)

“J’aime Barça pour son ambiance, sa douceur de vivre, sa cuisine, ses habitants... mais également ses mojitos et ses chupitos inégalables” (47)

“Des plats typiques catalans aux plats expérimentaux, ce n’est pas à Barcelone que vos papilles seront déçues” (48)

“Cette langue respire le soleil, la bonne humeur... la vi(II)e idéale en résumé” (49)

1. NOVO-MONDE

4.1. Entrada: "Un fin de semana bajo el sol de Barcelona" (1)29/03/2013

Tabla 4.1. Blog de Novo-Monde. Entrada: "Un fin de semana bajo el sol de Barcelona" (Post invitado)

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
<ul style="list-style-type: none"> - Sagrada Familia - Paseo de Gracia - Las Ramblas - El Palau de la música - El Parque Güell - Montjuic - Museo Picasso - La Barceloneta 	Visita	<p>"La obra maestra inacabada de Antonio Gaudí es el monumento más visitado de España. Después de la muerte de su famoso arquitecto, la Sagrada Familia ha estado exclusivamente e financiada por las donaciones de fondos privados y los ingresos de las</p>	<p>"No es fácil descubrir Barcelona en sólo unos días" (7)</p> <p>"Que llueve, hace viento, que nieva (os aseguro, es raro) encontraréis turistas" (8)</p> <p>"El espíritu de Gaudí reina en el parque...al mismo tiempo, es su</p>	<p>"Os propongo la ciudad que ha conquistado mi corazón y me ha hecho sedentaria" (10)</p> <p>"Pero terminado o no, el emblema de la capital catalana corta el aliento y sobretodo es único en el mundo" (11)</p> <p>Encontraréis necesariament e vuestra felicidad. Hay</p>	<p>"Esta gran avenida digna de la quinta avenida de Nueva York repleta de tesoros de Gaudí" (13)</p>	<p>"Levantaros bastante temprano para presentaros en la Sagrada Familia si no queréis echar raíces en la fila de espera" (14)</p> <p>"Este edificio invita a la contemplación y al ensueño, y es característico por sus balcones en forma de cráneo humano. ¡No perdérselo!"</p>	<p>"La buena gastronomía del sur, las playas de ensueño, un clima clemente, ciudades dinámicas: España tiene todo para gustar" (23)</p>	

		<p><i>entradas” (2)</i></p> <p><i>“Encontraréis la Casa Milá, llamada La Pedrera por los catalanes. Se trata de una casa realizada por Antonio Gaudí que está inscrita en el patrimonio mundial de la Unesco como muchas de sus obras” (3)</i></p> <p><i>“El estadio más grande de Europa os abre sus puertas. La vista es de vértigo y el estadio puede acoger hasta 90 000 personas” (4)</i></p>	<p><i>arquitecto” (9)</i></p>	<p><i>numerosos tesoros de compras en el centro de la ciudad” (12)</i></p>	<p><i>(15)</i></p> <p><i>“Haced una parada en el mercado de la Boquería, emblemático mercado cubierto que se alberga en una estructura de tipo fábrica” (16)</i></p> <p><i>“Dejaros cautivar por el paseo soleado frente al mar y continuad vuestro recorrido por el muelle de madera hasta el centro comercial Maremagnum” (17)</i></p> <p><i>“No os perdáis la explanada bordeada por su banco sinuoso de cerámica” (18)</i></p>		
--	--	--	-------------------------------	--	--	--	--

		<p><i>“Este palacio insólito está inscrito en el patrimonio mundial de la Unesco” (5)</i></p> <p><i>“Disfrutaréis de las obras de su juventud, de su <periodo azul> o sus obras mayores como <El retrato de Jacqueline>, <Piano> o <Arlequín>” (6)</i></p>				<p><i>“Aprovechad vuestro paso por Montjuic para visitar la fundación Miró que dispone de una impresionante colección de obras del artista. Podéis igualmente pasearos por los jardines vecinos” (19)</i></p> <p><i>“Desde que el sol baja un poco, cita en la playa de la Barceloneta y aprovechad el sol sin quemaros” (20)</i></p> <p><i>“El restaurante Belgious deleitará vuestras papilas de sabores improbables y sorprendentes. Tanto los sibaritas como</i></p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p><i>los golosos no serán decepcionados” (21)</i></p> <p><i>“Para aprovechar mejor vuestra estancia en Barcelona, os aconsejo el alquiler de un apartamento de vacaciones en Barcelona” (22)</i></p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

“Un week end sous le soleil de Barcelone” (1)

“Le chef d’œuvre inachevé d’Antonio Gaudí est le monument le plus visité d’Espagne. Après la mort de son célèbre architecte, la Sagrada Familia a été exclusivement financée par des donations de fonds privés et les recettes des entrées” (2)

“Vous trouverez la Casa Milà, appelée La Pedrera par les Catalans. Il s’agit d’une maison réalisée par Antonio Gaudí qui est inscrite au patrimoine mondial de l’Unesco comme nombre de ses œuvres” (3)

“Le plus grand stade d’Europe vous ouvre ses portes. La vue est vertigineuse et le stade peut accueillir jusqu’à 90 000 personnes” (4)

“Ce palais insolite est inscrit au patrimoine mondial de l’Unesco” (5)

“Vous apprécierez les œuvres de sa jeunesse, de sa « période bleue » ou ses œuvres majeures comme « Le Portrait de Jacqueline », « Piano » ou « L’Arlequin »” (6)

“Il n’est pas aisé de découvrir Barcelone en seulement quelques jours” (7)

“Qu’il pleuve, qu’il vente ou qu’il neige (je vous l’accorde, c’est rare) vous y rencontrerez des touristes” (8)

“L’esprit de Gaudí règne sur ce parc... en même temps, il en est l’architecte” (9)

“Je vous propose la ville qui a su conquérir mon cœur et me sédentariser” (10)

“Mais terminé ou pas, l’emblème de la capitale catalane est à couper le souffle et surtout, unique au monde” (11)

“Vous trouverez forcément votre bonheur. Il y a nombre de trésors shopping dans le centre ville” (12)

“Cette grande avenue digne de la 5ème avenue de NYC regorge de trésors de Gaudí” (13)

“Levez-vous assez tôt pour vous rendre à la Sagrada Família si vous ne voulez pas prendre racine dans la file d’attente” (14)

“Cet édifice invite à la contemplation et la rêverie et est caractérisé par sesbalcons en forme de crâne humain. Surtout à ne pas rater !” (15)

“Faites un arrêt au marché de la Boqueria, marché couvert emblématique s’abritant sous une structure de type « usine ».” (16)

“Laissez-vous captiver par ce front de mer ensoleillé et poursuivez votre promenade sur le ponton de bois jusqu’au centre commercial Maremagnum” (17)

“Ne ratez pasl’esplanade bordée de son banc sinueux en céramique...” (18)

“ Profitez de votre passage à Montjuïc pour visiter la fondation Miró qui dispose d’une collection impressionnante des œuvres de l’artiste. Vous pouvez également vous promener dans les jardins environnants” (19)

“Dès que le soleil baisse un peu, rendez-vous sur la plage de la Barceloneta et profitez du soleil sans vous bruler” (20)

“Le restaurant Belgious ravira vos papilles de saveurs improbables et étonnantes. Les gourmets comme les gourmands ne seront pas déçus” (21)

“Pour profiter au mieux de votre séjour à Barcelone, je vous conseille la location d’appartement de vacances à Barcelone” (22)

“La bonne gastronomie du sud, des plages de rêve, un climat clément, des villes dynamiques: l’Espagne a tout pour plaire” (23)

5. TRACE TA ROUTE

5.1. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones” (1) 18/12/2015

Tabla 5.1. Blog de Trace Ta Route. Entrada: “Málaga en 3 días, nuestras impresiones”

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad/ Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
-La Alcazaba - Castillo de Gibralfaro -Plaza de la Merced - Centro de Arte Contemporáneo - Parque central - Muelle Uno (Puerto) - La Catedral de la		<p>“La Plaza de la Constitución, esta increíble plaza para admirar y fotografiar, marca el punto central de la vida ciudadana al sur la gran avenida comercial” (2)</p> <p>“Saber que el verdadero jardín botánico de Málaga es el Jardín de la</p>	<p>“Jamás hubiera imaginado que el centro histórico de Málaga pudiera ser tan bonito. Antes de venir, tenía una imagen de la ciudad como estando llena de edificios, sin sabor ni carácter. ¡Cómo me gusta equivocarme! (9)</p> <p>“El ambiente</p>	<p>“Otro rincón que me ha gustado se sitúa cerca de la Iglesia de San Juan. Entramos aquí en un rincón mucho menos turístico, más residencial y típico, con numerosas pequeñas tiendas: la verdadera vida malagueña” (16)</p> <p>“En definitiva, el centro</p>		<p>“Os recomiendo comenzar vuestra visita por el teatro romano, a los pies de la Alcazaba y dirigiros seguidamente a la Plaza de la Merced donde Picasso os acogerá en su banco” (22)</p> <p>“Fue para mi una visita fascinante que no puedo más que</p>	<p>“En definitiva, el centro histórico de Málaga me ha sorprendido gratamente y dejado una bella impresión romántica y dulce, tintada de ambiente árabe y andaluz” (25)</p> <p>“Por la primera visita a Andalucía, no he sido decepcionado: verdaderamente me ha</p>	

Encarnación		<p><i>Concepción pero no fuimos” (3)</i></p> <p><i>“La Alcazaba y el castillo forman parte de las piezas maestras de esta obra andaluza que es Málaga” (4)</i></p> <p><i>“Fundada en el siglo XI por Taifa de los Hammudites, la Alcazaba fue la residencia de los gobernantes musulmanes. Su nombre viene del árabe <al-Qasbah> que significa ciudadela” (5)</i></p> <p><i>(La Catedral) “Fue construida entre 1528 y 1782 sobre</i></p>	<p><i>andaluz es fuerte y visible” (10)</i></p> <p><i>“Una dulzura y una languidez os abraza en cada paseo” (11)</i></p> <p><i>“Desde la entrada de la Alcazaba tuve la impresión conmovedora de encontrarme en los cuentos de las Mil y una noche, cosa de locos” (12)</i></p> <p><i>“Posee un lado sensual y misterioso, cálido y dulce, que me ha llevado literalmente a los tiempos de Omeyyades. Guardo un maravilloso recuerdo de</i></p>	<p><i>histórico de Málaga me ha sorprendido gratamente y dejado una bella impresión romántica y dulce, tintada de ambiente árabe y andaluz” (17)</i></p> <p><i>“Comenzé mi visita de Málaga desde la estación y la primera cosa que me entusiasmó es el barrio del Centro de Arte Contemporáneo” (18)</i></p> <p><i>“Otra cosa que me ha marcado durante nuestra visita a Málaga, son los... balcones” (19)</i></p> <p><i>“No me gusta la tauromaquia pero el edificio desde lo alto</i></p>		<p><i>recomendaros profundamente” (23)</i></p> <p><i>“Hacía falta que no me perdiera el atardecer en Málaga” (24)</i></p>	<p><i>encantado Málaga. La Alcazaba y el castillo” (26)</i></p>	
-------------	--	---	---	--	--	---	---	--

		<p><i>las ruinas de la mezquita Aljama durante la toma de la ciudad por los católicos (después de ocho siglos de presencia musulmana)” (6)</i></p> <p><i>“Málaga es una ciudad portuaria y el panorama urbano está compuesto de grúas, tanques, ferrys...en segundo plano” (7)</i></p> <p><i>“Encontramos bares de tapas en todas las esquinas de las calles, evidentemente, una fuerte concentración en la ciudad antigua” (8)</i></p>	<p><i>dulce languidez y poesía” (13)</i></p> <p><i>Por haber visitado el Castillo de Gibralfaro al atardecer, tuve el gran sentimiento de ser privilegiado. Una suave quietud, solo en el mundo, mirando desde las alturas la vida por debajo animarse, un poco fuera de tiempo. La vista de día es increíble, y la vista de noche es terriblemente tremendament e romántica“(14)</i></p> <p><i>“La Alcazaba es verdaderament e como una joya posada</i></p>	<p><i>es verdaderament e bonito” (20)</i></p> <p><i>“En definitiva, me gustó mucho, incluso si no estáis familiarizados (iglesias, etc) os aconsejo profundamente la visita igualmente” (21)</i></p>				
--	--	---	--	--	--	--	--	--

			<i>en la colina"</i> (15)					
--	--	--	------------------------------	--	--	--	--	--

"Malaga en 3 jours, nos impressions" (1)

" Cette superbe place, à admirer et photographier, marque le point central de la vie citadine avec au Sud la grande avenue commerçante" (2)

" À savoir que le vrai jardin botanique de Malaga est le Jardin de la Concepcion mais on n'y est pas allés" (3)

"L'Alcazaba et le château font partie des pièces maîtresses de cette oeuvre andalouse qu'est Malaga" (4)

"Fondée au XIe siècle par la Taifa des Hammudites, l'Alcazaba fut la résidence des gouverneurs musulmans. Son nom vient de l'arabe « al-Qasbah » qui signifie « citadelle »" (5)

"Elle a été construite entre 1528 et 1782 sur les ruines de la Mosquée Aljama lors de la reprise de la ville par les catholiques (après huit siècles de présence musulmane" (6)

"Malaga est une ville portuaire et le panorama urbain est composé de grues, supertankers, ferrys... en arrière-plan" (7)

"On trouve des bars à tapas à tous les coins de rue avec, évidemment, une très forte concentration dans la Vieille Ville" (8)

"Jamais je n'aurais imaginé que le centre historique de Malaga puisse être aussi beau. Avant de venir, j'avais plutôt une image de la ville comme étant pétée de barre d'immeubles, sans saveur ni caractère. Que j'aime me tromper!" (9)

"L'ambiance andalouse est forte et visible" (10)

"Une douceur et une langueur vous étreignent à chaque balade" (11)

"Dès l'entrée à l'Alcazaba j'ai eu l'impression poignante de me retrouver dans les contes des Mille et une nuits, un truc de fou" (12)

"Elle possède un côté sensuel et mystérieux, chaud et doux, qui m'a littéralement emmené aux temps des Omeyyades. J'en garde un merveilleux souvenir emprunt de douce langueur et de poésie." (13)

"Pour avoir visité le Castillo de Gibralfaro à la tombée de la nuit, j'ai eu le vif sentiment d'être privilégié. Une douce quiétude, seul au monde, regardant la vie en contrebas s'animer, un peu hors du temps. La vue de jour est superbe et la vue de nuit est terriblement romantique" (14)

"L'Alcazaba est vraiment comme un bijou posé là sur la colline" (15)

"Un autre coin que j'ai aimé se situe près de l'Eglise San Juan. On entre ici dans un coin beaucoup moins touristique, plus résidentiel et typique, avec de nombreuses petites boutiques : la vraie vie malaguienne" (16)

" En bref, le centre historique de Malaga m'a agréablement surpris et laissé une belle impression romantique et douce, teintée d'ambiance arabe et andalouse" (17)

"J'ai commencé ma visite de Malaga depuis la gare et la première chose qui m'a enthousiasmé est le quartier du Centre d'Art Contemporain" (18)

"Autre chose qui m'a marqué lors de notre visite de Malaga, ce sont les... balcons" (19)

"J'aime pas la tauromachie mais l'édifice depuis le haut est vraiment très beau" (20)

“Bref, j’ai beaucoup aimé et, même si vous n’êtes pas branché « églises etc » , je vous conseille quand-même très vivement la visite “ (21)

“Je vous recommande de commencer votre visite par le théâtre romain, aux pieds de l’Alcazaba et de vous rendre ensuite à la Plaza de la Merced où Picasso vous accueillera sur son banc” (22)

“C’était pour moi une visite prenante que je ne peux que vivement vous recommander.” (23)

“Il fallait absolument que je ne rate pas le coucher de soleil sur Malaga” (24)

“ En bref, le centre historique de Malaga m’a agréablement surpris et laissé un belle impression romantique et douce, teintée d’ambiance arabe et andalouse” (25)

“Pour une première visite de l’Andalousie, je n’ai pas été déçu : j’ai vraiment adoré Malaga, l’Alcazaba et le château” (26)

5.2. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos” (28) 21/12/2014

Tabla 5.2. Blog de Trace Ta Route. Entrada: “Visitar Sevilla en 10 flechazos”

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
<ul style="list-style-type: none"> - La Plaza de España -Parque María Luisa -La Catedral y la Giralda -Guadalquivir -Alcázar -La casa Pilatos -Barrio de Triana 	Visita	<p>“La base del monumento está constituida por bancos y cuarenta y ocho cerámicas que llevan los nombres de todas las provincias españolas” (29)</p> <p>“Pero este lado ornamental no debe ocultar la carga simbólica de</p>	<p>“Una andaluza apasionada, que dio nacimiento a don Juan y Carmen, y cuya alma seductora sólo podrá conquistar al viajero conquistado por su ambiente, sus barrios, su gastronomía y el perfume de sus naranjos omnipresentes” (34)</p>	<p>“Es con esta delicia que nos paseamos en este inmenso jardín bañado de una atmósfera romántica, entre fuentes y esencias exóticas “ (39)</p> <p>“Tomamos tanto el placer de contemplar estas maravillas de arte mudéjar como de pasear en los</p>	<p>“Este palacio árabe-morisco (...) recuerda al palacio Alcazaba en Málaga” (41)</p>	<p>(Guadalquivir) “Sentaos a lo largo de la orilla, contemplad su ballet acompasado y silencioso todo acostado al sol” (42)</p> <p>“Para los que deseen sumergirse en el decorado, el ambiente y el arte de vivir árabe-</p>		

		<p><i>un lugar concebido en el marco de la Expo Iberoamericana de 1929, evento que debía celebrar el descubrimiento de América por los conquistadores del imperialismo español” (30)</i></p> <p><i>“En el interior de la catedral, el exceso de oro, de plata y de decorados esculpidos destinados a aclamar el triunfo de la religión cristiana, no debe hacer olvidar la herencia musulmana del lugar” (31)</i></p> <p><i>“Palacio joya del siglo XVI,</i></p>	<p><i>“Cuando gigantismo, romanticismo, cerámica y exaltación de la historia se reúnen, dan lugar a la Plaza de España” (35)</i></p> <p><i>“Los pequeños puentes, cerámicas, farolas, torres, y otros decorados confieren al conjunto un romanticismo y una armonía indiscutible” (36)</i></p> <p><i>“Es por otra parte este ligero perfume oriental que marca la diferencia aquí y en otra parte en esta ciudad teñida de Al-Andalus” (37)</i></p>	<p><i>jardines, templos de lujo y ociosidad” (40)</i></p>		<p><i>andaluz de Sevilla, una visita al Alcázar se impone” (43)</i></p> <p><i>“No fiaros de la fachada exterior cuya sobriedad no es igual que la riqueza del interior” (44)</i></p> <p><i>“Aventuráros fuera de los límites del centro histórico de Sevilla” (45)</i></p>		
--	--	--	---	---	--	--	--	--

		<p><i>lugar de residencia de una familia noble de aristócratas de Sevilla y por otro lado aún propietarios del lugar” (32)</i></p> <p><i>“El Parasol llamado <Las Setas> por los sevillanos, es un edificio reciente que vio la luz en 2011” (33)</i></p>	<p><i>“Si existe un lujo simple y gratuito a llevarse de todo Sevilla, es aquel de pasear a lo largo de la orilla del Guadalquivir, un río dulce y pacífico que parecen imprimir su ritmo a las canoas y remadores que la atraviesan” (38)</i></p>					
--	--	---	--	--	--	--	--	--

“Visiter Séville en 10 coups de coeur” (28)

“La base du monument est constituée par des bancs et quarante-huit céramiques portant les noms de toutes les provinces espagnoles” (29)

“Mais ce côté ornemental ne doit pas occulter la charge symbolique d’un lieu conçu dans le cadre de l’Expo ibéro-américaine de 1929, évènement qui devait célébrer la découverte de l’Amérique par les conquistadors et l’impérialisme espagnol” (30)

“A l’intérieur de la cathédrale, la débauche d’or, d’argent et de décors sculptés destinés à clamer le triomphe de la religion chrétienne, ne doit pas faire oublier l’héritage musulman du lieu” (31)

“Un palais-bijou du 16^e siècle, lieu de résidence d’une famille opulente d’aristocrates de Séville et d’ailleurs toujours propriétaire des lieux” (32)

“El Parasol surnommé « les champignons » (las Setas) par les Sevillans, est un édifice récent qui a vu le jour en 2011” (33)

“Une andalouse passionnée même, qui a donné naissance à Don Juan et Carmen et dont l’âme séductrice ne pourra que conquérir le voyageur subjugué par son ambiance, ses quartiers, sa gastronomie et le parfum de ses orangers omniprésents” (34)

“Quand gigantisme, romantisme, céramique et exaltation de l’Histoire sont réunis, ça donne la Plaza de España” (35)

“Les petits ponts, céramiques, lampadaires, tours et autres décors confèrent à l’ensemble un romantisme et une harmonie indiscutables” (36)

“C’est d’ailleurs ce léger parfum oriental qui fait tout la différence ici et ailleurs dans cette ville teintée d’Al Andalus” (37)

“S’il existe un luxe simple et gratuit à portée de tous à Séville, c’est bien celui de flâner le long des rives du Guadalquivir, une rivière douce et paisible qui semble imprimer son rythme aux canoés et rameurs qui la traversent” (38)

“C’est avec délice qu’on se promène dans cet immense jardin baigné d’une atmosphère romantique, entre fontaines et essences exotiques” (39)

“On prend autant de plaisir à contempler ces merveilles d’art mudéjar qu’à flâner dans les jardins, temples du luxe et de l’oisiveté” (40)

“Ce palais arabo-mauresque (...) rappelle le palais Alcazabar, à Malaga” (41)

“Asseyez- vous le long des berges, contemplez leur ballet cadencé et silencieux tout en lézardant au soleil” (42)

“Pour ceux qui désirent s’immerger dans le décor, l’ambiance et l’art de vivre arabo-andalou de Séville, une visite de l’Alcazar s’impose” (43)

“Ne vous fiez pas à la façade extérieure dont la sobriété n’a d’égale que la richesse de l’intérieur” (44)

“Aventurez-vous au-delà des limites du centre historique de Séville” (45)

5.3. Entrada: “Visitar los alrededores de Málaga en la Costa del Sol” (46) 18/12/2015

Tabla 5.3. Blog de Trace Ta Route. Entrada: “Visitar los alrededores de Málaga en la Costa del Sol”

Espacios patrimoniales vividos por el viajero	Actividad / Prácticas del viajero	Información sobre el lugar	Percepción sensible	Reacciones emocionales / Alusión a la afectividad	Asociación con otros lugares	Consejos del bloguero	Valoración expresada o inferida (Positivo)	Valoración expresada o inferida (Negativo)
-Caminito del Rey -Nerja - Frigiliana	-Visita -Excursión	<p>“Antiguo camino de senderismo extremo donde algunos desafortunadamente han muerto a causa de la peligrosidad del lugar, el Caminito del Rey está hoy reabierto, totalmente reformulado y reconstruido” (47)</p> <p>“Nerja es un pequeño pueblo situado aproximadamente</p>	<p>“Lo que le hace un lugar ineludible de la Costa del Sol es su carácter típicamente andaluz y mediterráneo” (51)</p> <p>“Nerja es un lugar turístico. Pero en el buen sentido del término. No sobrepoblación</p>	<p>“Y Edouard y yo lo recorrimos para nuestro gran placer” (53)</p> <p>“Personalmente pasé una jornada recorriendo sus encantadoras callejuelas llenas de embrujo y me encantó” (54)</p> <p>“Particularmente me ha</p>		<p>“Durante nuestra estancia, fuimos invitados por Ruralidays a probar un alojamiento rural en Algarrobo, La Casa Tranquila (...) Os propongo este alojamiento o no</p>	<p>“La Costa del Sol es conocida por sus estaciones balnearias, sus playas y sus bloques de viviendas. Pero en esta tormenta turística, es posible vivir la Costa del Sol de otra manera: saliendo de los caminos transitados y recorriendo el</p>	

		<p>a 60 kilómetros de Málaga al borde del mar" (48)</p> <p>"Es conocida por sus cuevas que contienen pinturas rupestres que datan del paleolítico" (49)</p> <p>"Este pequeño encantador pueblo está situado en las montañas del norte de Nerja, cerca del parque nacional de las montañas de Tejeda, Almijara y Alhama" (50)</p>	<p>n ni hormigón, sólo viejos edificios andaluces, la dulzura del mediterránea y el sol" (52)</p>	<p>gustado la Iglesia del Salvador con su estilo morisco, su torre cuadrada y su campanario octogonal" (55)</p> <p>"Para mí Nerja constituye un bonito lugar de la Costa del Sol si deseamos salir de las estaciones balnearias hormigonadas. Absolutamente a descubrir" (56)</p>		<p>porque hayamos sido invitados sino porque lo encontré realmente bien" (57)</p>	<p>interior" (58)</p> <p>"Personalment e pasé una jornada para recorrer sus pequeñas calles llenas de encanto y me encantó" (59)</p>	
--	--	--	---	---	--	---	--	--

"Visiter les alentours de Malaga sur la Costa del Sol" (46)

"Ancien sentier de randonnée extrême où certains sont malheureusement morts du fait de la dangerosité du lieu, le Caminito del Rey est aujourd'hui ré-ouvert, totalement repensé et reconstruit" (47)

"Nerja est une petite ville située à environ 60 kilomètres de Malaga, en bord de mer" (48)

"Elle est connue pour ses grottes contenant des peintures rupestres datant du paléolithique" (49)

"Ce charmant petite village est situé dans les montagnes au Nord de Nerja, près du parc national des montagnes de Tejeda, Almijara et Alhama" (50)

"Ce qui en fait un lieu incontournable de la Costa del Sol c'est son caractère typiquement andalou et méditerranéen" (51)

“Nerja est un lieu touristique. Mais dans le bon sens du terme. Pas de surpopulation ni de béton, juste des vieux bâtiments andalou, la douceur méditerranéenne et le soleil” (52)

“Et Edouard et moi l’avons parcouru pour notre plus grand plaisir” (53)

“Personnellement j’y ai passé une journée à parcourir ses petites rues pleines de charme et j’ai adoré” (54)

“J’ai particulièrement aimé l’Eglise El Savador avec son style mauresque, sa tour carrée et son clocher octogonal” (55)

“Pour moi Nerja constitue un beau lieu de la Costa del Sol si l’on souhaite sortir des stations balnéaires bétonnées. A découvrir absolument” (56)

“Durant notre séjour, nous avons été invité par Ruralidays à tester un hébergement rural à Algarrobo, la Casa Tranquila (...)Je vous propose cet hébergement non pas parce qu’on y a été invité mais plutôt parce que je l’ai trouvé vraiment bien”(57)

“ La Costa del Sol est connue pour ses stations balnéaires, ses plages et ses.. barres d’immeubles. Mais dans cette tempête touristique, il est possible de vivre la Costa del Sol d’une autre manière : en sortant des sentiers battus et en parcourant l’arrière pays” (58)

“Personnellement j’y ai passé une journée à parcourir ses petites rues pleines de charme et j’ai adoré” (59)