



ESTEREOTIPOS Y RESIGNIFICACIÓN EN EL DISCURSO DEL TURISMO: ANÁLISIS LEXICOMÉTRICO Y SEMÁNTICO DEL PATRIMONIO DEL AGUA EN BLOGS DE VIAJES

Natasha Leal Rivas 

Università degli Studi di Napoli Federico II, Italia

lealrivas@unina.it

RESUMEN: Esta investigación se centra en el discurso del turismo en la Red y analiza la escritura de *blogs* de viajes en español sobre el patrimonio cultural en Nápoles. En concreto, propone un análisis lexicométrico y semántico de un corpus compuesto por 98 textos (29.114 word types/109.000 tokens), subdivididos en 31 *blogs* y recuperados en 66 entradas que comprenden un periodo cronológico de publicación entre 2013-2023. Dada la extensión del corpus, se ha delimitado el análisis a los sustantivos comunes y propios identificados con el patrimonio tangible e intangible del agua (9.876 word types/48.764 tokens) con el fin de evaluar el alcance de recontextualización de este género discursivo del turismo en la Red (Calvi, 2010, 2016) así como la implicación de este proceso en los procesos de *resignificación* o *remediación* de los discursos en lo que se refiere al patrimonio tangible e intangible del Agua (Martos Núñez, 2019). En última instancia, el análisis pone de relieve cómo el propio marco del agua genera construcciones culturales estereotipadas que implican un Patrimonio tangible e intangible en sus discursos, usos y significados.

PALABRAS CLAVE: discurso turismo, *blogs*, análisis lexicométrico, patrimonio del agua, Nápoles.

STEREOTYPES AND RESIGNIFICATION TOURISM DISCOURSE: LEXICOMETRIC AND SEMANTIC ANALYSIS OF WATER HERITAGE IN TRAVEL BLOGS

ABSTRACT: This research focuses on the tourism discourse online and analyzes in Spanish travel blogs about the Neapolitan cultural heritage. Specifically, it

proposes a lexicometric and semantic analysis of a corpus made up of 98 texts (29,114-word types/109,000 tokens), divided into 31 blogs and 66 entry pages covering a chronological publication period 2013 from to 2023. Given the extension of the corpus, the analysis only considers common and proper nouns relating to the tangible and intangible Heritage of Water (9,876 word types/48,764 tokens). The aim is to explore the recontextualization tourism discourse genre online (Calvi, 2010, 2016) as well as its implications on the processes of resignification or remediation of discourses regarding Heritage of Water (Martos Núñez, 2019). Ultimately, the analysis highlights how the water frame itself generates stereotypical cultural constructions involving a tangible and intangible Heritages in its discourses, uses and meanings.

KEYWORDS: Tourism discourse, blogs, lexicometric analysis, water heritage, Naples.

Recibido: 21/06/2023

Aceptado: 29/06/2023

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente la noción de escritura digital es poliédrica si tenemos en cuenta los múltiples contextos y situaciones de carácter personal, académico y profesional en los que interactuamos y los dispositivos con los que materializamos nuestros textos. Sin duda, la escritura digital más profusa y constante la desarrollamos a través de dispositivos inteligentes, generando una *escritura de la ubicuidad* (Vázquez-Cano et al., 2015) que precisa una recontextualización analítica que nos permita comprender mejor las prácticas y formas discursivas digitales más comunes. Nuestro interés por los procesos de escritura digital radica en el funcionamiento de la construcción discursiva y el uso social de la lengua, en su estructura lingüística y en el desarrollo de metodologías para una educación y competencias discursivas conscientes e implicadas (Leal Rivas, 2023; Martínez Ezquerro, 2023)

Esta investigación se centra en el discurso del turismo en la Red y analiza la escritura de *blogs* de viajes en español sobre el patrimonio cultural del agua en Nápoles. Se propone un análisis lexicométrico y semántico de las unidades léxicas sustantivas que remiten al tópico de la cultura del agua con el fin de evidenciar las conexiones discursivas del mitopaisaje hídrico del patrimonio cultural napolitano y de su región.

Previo al análisis presentamos una cartografía ilustrativa del patrimonio tangible e intangible de la cultura del agua en Nápoles y alrededores. Su elaboración se fundamenta en los estudios interdisciplinarios de paradigmas científicos holísticos de

la ecocrítica y su interés en la construcción de diferentes discursos y *ecoficciones* vinculados a los imaginarios (Martos Núñez y Martos García, 2012, 2013). En otras palabras, una primera cartografía del patrimonio del agua de Nápoles facilita una mejor comprensión de los mitopaisajes y su valorización textual en el propio contexto cultural y en otros donde se transmite teniendo en cuenta la importancia de una recontextualización de la construcción del discurso patronímico y su impacto en el discurso del turismo hacia formas menos estereotipadas.

El propósito del análisis del léxico español de *blogs* escritos por viajeros responde a que estas páginas web conforman diferentes textualidades digitales que, si bien se adscriben a un macrogénero (página web) y comparte características de architextualidad (Calvi, 2010; Goethals, 2013) con otros géneros turísticos, estos blogs inciden directa e indirectamente en la promoción de una *determinada visión* del patrimonio cultural.

El análisis lexicométrico se aplica categorías nocionales (sustantivos) relacionados con los tópicos y marcos vinculados con la cultura del *agua* en Nápoles para observar dos aspectos que inciden en la construcción retórica de estos textos. Por un lado, observar de qué manera el género discursivo del *blog* influye en el uso del léxico relacionado con la difusión de una imagen estereotipada o menos del patrimonio cultural napolitano, ya que es un género que actualmente rompe con las convenciones de la escritura de textos del ámbito del turismo y crea “nuevas necesidades y expectativas en los destinatarios” (Pano Alamán, 2019, p. 52). Por otro, el *blog* es un género discursivo híbrido que combina rasgos genéricos preexistentes y nuevos (Calvi, 2010, p. 19) escrito por viajeros o particulares, cuyas características discursivas y lingüísticas híbridas revelan una dinámica enunciativa que diverge de los macrogéneros de los que se nutre ya que las identidades y roles de los participantes así como los objetivos comunicativos determinan aspectos estilísticos diferenciales (Calvi, 2016), susceptibles para seguir profundizando en el rastreo de marcas lingüísticas de la identidad discursiva en distintos tipos de discursos (Leal Rivas, 2022)

Del análisis lexicométrico extraemos ejemplos contextualizados de diferentes *blogs* sobre el patrimonio del agua en Nápoles para mostrar el comportamiento de la identidad discursiva (ID). Utilizando los resultados de precedentes investigaciones en los cuales se ha observado una recurrencia de estrategias de personalización, cercanía [+subjektividad] o de impersonalización, distanciamiento [+objetividad] en actos de habla y tópicos que inciden en los marcos de la memoria (Leal Rivas, 2022) o en la esfera de lo personal y que coinciden con valores de aceptación y rechazo, respectivamente.

En el discurso de *blogs* de turismo sobre Nápoles y, en concreto, sobre la explicación retórico-discursiva que los textos proponen sobre el patrimonio o cultura del agua ha sido significativo el grado de especialización del enunciadore

sobre los temas o experiencias que propone, el grado de narratividad y personalización del discurso, la valoración más o menos subjetiva de la propia experiencia de viaje para identificar las *narraciones* más o menos estereotipadas, entre otros aspectos de intersubjetividad, sobre el patrimonio cultural y artístico de Nápoles.

Pensamos que este estudio pueda constituir una aportación más a los extensos estudios sobre discurso, patrimonio y turismo, además de ofrecer instrumentos heurísticos hacia el funcionamiento y propiedades de géneros discursivos digitales independientemente de la plataforma de publicación.

En definitiva, esperamos enriquecer futuras investigaciones centradas en la recontextualización de los discursos digitales y en los procesos de resignificación discursiva del patrimonio cultural que generan los géneros o subgéneros digitales en los distintos contextos de uso social especializado. Aspectos que consideramos fundamentales en el ámbito de las literacidades críticas y de la alfabetización mediática y social (UNESCO). Esta investigación y su análisis también espera despertar un interés en la importancia que tiene actualmente la construcción de un discurso digital responsable, consciente también en el uso de lenguajes específicos como el discurso del turismo, que vehicula gran parte de la promoción de una determinada imagen artística y cultural. Su construcción discursiva puede romper con determinadas imágenes estereotipadas o perpetuarlas, limitando en tal caso el potencial divulgativo del patrimonio tangible e intangible que los textos proponen.

1.1. Recontextualización del discurso del turismo y resignificación patrimonial: el caso de los blogs de viajes en la Red

La escritura digital de *blogs* es eminentemente asíncrona, sin limitación de caracteres y generalmente sin costes. Esto incide en la posibilidad de generar contenido hipertextual y audiovisual lo que enriquece las posibilidades de persuasión para visitar el blog y de interacción entre las personas conectadas a la red (Cassany, 2003; Castells, 2007, 2009). Para comprender las motivaciones retóricas-discursivas que empujan a un autor/a a estructurar un blog de viajes utilizando fórmulas híbridas de textualidad, consideramos la propuesta teórico-metodológica de análisis de los géneros discursivos desde una aproximación socio-enunciativa precursora en los estudios de Bajtín y Benveniste donde la noción de contexto integrado permite explicar la fusión estrecha que se produce entre las prácticas sociales y los usos del lenguaje en una determinada actividad discursiva. Siguiendo a Martínez Solís (2005, p. 109), el apoyo teórico-metodológico de base dialógica que toma el enunciado como espacio de encuentro entre la Situación de Comunicación y la Situación de Enunciación permite dar cuenta de la gran heterogeneidad discursiva.

El discurso del turismo se ha ido definiendo efectivamente por su heterogeneidad también terminológica donde tienen cabida ámbitos tan dispares como la economía, la geografía, la historia del arte, la gastronomía, por citar algunos (Calvi, 2010). Sin embargo, ello no ha impedido realizar una clasificación operativa gracias a la caracterización de los macrogéneros del turismo (González García, 2012) a partir de la cual es posible observar un patrón articulado en dos dimensiones: una dimensión horizontal, donde confluyen los elementos temáticos que posibilitan la creación de un léxico más o menos especializado; y una dimensión vertical, donde se sitúan las relaciones de fuerza social que se construyen entre los sujetos discursivos en la dinámica social enunciativa de un género discursivo particular, o sea, los factores interpersonales, las intenciones comunicativas o la relación de jerarquía entre los interlocutores. Sobre esta última, efectivamente si la comunicación se da entre especialistas se construye en un nivel más especializado, mientras que si se produce entre un especialista y su público acaba por ser más divulgativa (Calvi, 2016: 24). Este patrón permite relacionar dentro del macrogénero de las *páginas web* géneros digitales del turismo dispares en su tipología y estilo como el blog, el reportaje, la guía de viaje o la revista de viajes, entre otros.

En cuanto a una definición del género del *blog* esta debe ser minimalista ya que las diferentes relaciones de fuerza enunciativa (la de texto-enunciador, enunciador-receptor, enunciador-lo dicho) condicionan la selección lingüística. Para Fanese (2014), el *blog* además de consentir como otros géneros digitales del turismo la hipertextualidad, es decir, la presencia de estructuras textuales no secuenciales se caracteriza por la interactividad de los usuarios a través de comentarios. En este sentido, la proximidad entre el autor de un blog y el comentarista facilita un proceso de interacción escrita no excesivamente formal, con el fin de facilitar procesos de comprensión textual con un léxico no demasiado específico. Para Pérez Vázquez (2014) el *blog* es como una variante ciber género de los famosos libros de viajes del S. XIX. En cualquier caso, los *blogs* pueden considerarse como la plataforma más antigua de comunicación popular en Internet, mucho antes de la llegada de las redes sociales, aunque en los últimos años la experiencia de interacción de los usuarios en red a través de los *blogs* ha mejorado notablemente, característica que hoy en día define el valor de interacción de este género.

La Real Academia Española sintetiza la definición de *blog* para referirse a un “sitio *web* que incluye, a modo de diario personal de su autor, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”. Este *diario personal* en el ámbito del discurso del turismo se reconoce en los *blogs* escritos por viajeros, compartiendo características de género con los *reportajes* de viajes. Sintetizamos en la Tabla 1 algunas pautas de macrot textualidad que los acercan y distancian (Calvi, 2016; Pérez Vázquez, 2014, Canals y Liverani, 2011) para entender mejor el hibridismo que presentan algunas estructuras retóricas argumentativas de la escritura digital de los blogs analizados.

Tabla 1. Características discursivas y lingüísticas de blogs y reportajes de viajes
(adaptado de Pérez Vázquez, 2014 y Calvi, 2016)

Blogs de viajeros	Reportajes de viajes
Características de género y estilo	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posible variante ciber género del <i>libro de viajes</i> ▪ Rol enunciador como un experto ▪ Comparten y evalúan la experiencia realizada. ▪ Función expresiva dominante ▪ Estilo descriptivo y subjetivo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relación de interdiscursividad con libros de viajes ▪ Subgénero del discurso periodístico ▪ No se basa necesariamente en una experiencia realizada. ▪ Función referencial ▪ Estilo descriptivo y semiobjetivo (*)
Características lingüísticas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lenguaje hiperbólico ▪ Léxico <i>semiespecializado</i> ▪ Presencia del yo ▪ Giros coloquiales ▪ Léxico conforme a los estereotipos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lenguaje objetivo o semiobjetivo (*) ▪ Léxico especializado ▪ Formas de impersonalidad o mayestático ▪ Recursos retóricos de acercamiento (*expresión subjetiva) ▪ Debería presentar léxico especializado y no estereotipado.

Siguiendo los estudios mencionados, y como nos recuerda Panamán Pano (2019) en un estudio sobre el patrimonio de Florencia, los *blogs* y los *reportajes de viajes* han determinado una recontextualización de la comunicación generando un canal de divulgación masivo a través de las páginas *web* o de revistas de viajes en línea y modificando incluso la forma en la que hoy en día se concibe la organización y realización de un viaje turístico: cuando el viajero llega a su destino previamente se *ha informado* a través de una cantidad de textos que de un modo u otro moldean la *visión* patrimonial de una cultura o ciudad, así como la experiencia aún no realizada. No que esto sea contraproducente, pero como sabemos los textos son transmisores de identidad discursiva social e individual, cargados de creencias, estereotipos y valores que remiten a determinados marcos o tópicos (temas) y a la propia visión del mundo.

Ante lo expuesto, consideramos que la escritura digital cada vez más fluida en la estructura de los géneros discursivos explica el hecho que los *blogs* como los reportajes, no obstante, las pautas de architextualidad diferenciales enumeradas en la Tabla 1, comparten rasgos estilísticos y lingüísticos como veremos en algunos

ejemplos tras el análisis lexicométrico lo cual hace que las clasificaciones que puedan hacerse deben considerarse con fines operativos y no axiomáticos.

1.2. Cartografías para un discurso del turismo no estereotipado: Cartografía del patrimonio del agua en Nápoles

Según los indicadores UNESCO de la Cultura para el Desarrollo, el concepto de 'patrimonio' comprende tanto el *patrimonio material* (monumentos, obras arquitectónicas, esculturas, pinturas) como el *patrimonio inmaterial*, que identificamos claramente en los significados o representaciones que se crean en torno a espacios materiales del patrimonio (Smith, 2006). Sin embargo, la noción de patrimonio y sus usos cambian a través del espacio y el tiempo y ello depende de las diferentes dimensiones (simbólica, cultural, social y personal) que nos proporciona una noción de patrimonio cultural más o menos tipificada o estereotipada.

Hoy en día, este concepto tiene una función de carácter social y político, esto es, de cohesión e identidad social, función que se incorpora a la de carácter económico, ya que el patrimonio es fundamentalmente hoy un bien de consumo asociado al turismo y a la construcción de una marca o *branding* (Martos Núñez y Martos García, 2019). Por tanto, la relación entre turismo y patrimonio no es nueva, aunque en la actualidad parece inseparable.

En este apartado, nuestro propósito es precisamente encontrar en la interdisciplinariedad de los estudios un puente que conecte el discurso del turismo, la escritura de blogs de viajes y la visión más o menos estereotipada de un determinado patrimonio como reflejo no sólo de la selección del género discursivo sino de las marcas de intersubjetividad de los textos que muestran el valor de identidad discursiva de los mismos.

Siguiendo estudios de antropología para una mejor comprensión de la construcción discursiva, resulta interesante el concepto de *proceso diacrónico de patrimonialización* (Ballart y Juan, 2001) caracterizado por la concentración espacial de monumentos o lugares artísticos y por una selección e interpretación de acontecimientos históricos que permiten el agrupamiento y presentación del patrimonio al turista a través de cualquier medio.

Así, el monumental patrimonio cultural y artístico de Nápoles en cuanto ciudad histórica milenaria sucumbe ante tal proceso. Lo que implica que el principal atractivo turístico se concentra en la promoción del patrimonio tangible (monumentos, museos, plazas, edificios), patrimonio natural (paisajes, mar, playas, islas). Desde luego, la densidad de su patrimonio tangible e intangible hace que cualquier visita turística quede condicionada, entre otros aspectos, por el tiempo

limitado del que disponen los visitantes, su movilidad y su grado de conocimiento previo de la ciudad.

Ante lo expuesto, no resulta difícil comprender cómo la proliferación de géneros digitales como blogs o reportajes de viajes, programas televisivos o posts en redes sociales, campañas publicitarias, entre otros, han favorecido un proceso de musealización o museificación de las ciudades (Crespo y Peláez, 2002). La presentación del patrimonio cultural siguiendo mecanismos museológicos (de selección de lo más representativo o iconográfico de un lugar) conlleva una finalidad práctica a nuestro entender: la de explicar y hacer comprensible al público visitante la complejidad patrimonial a través de una selección de los elementos más significativos que lo conforman. Generalmente, se acaba por ofrecer un producto turístico estereotipado en el imaginario del turista. Como sostiene Martos Núñez (2019: 26): “lo más visitado, lo más vendido o lo que se acostumbra a hacer con/en el medio ambiente, no es siempre referente de acierto o calidad”, pero puede ayudarnos a deconstruir ciertos estereotipos en los discursos del turismo a partir de una nueva idea de *ecoalfabetización* en la que se ven implicados la comunicación y sus discursos, las comunidades discursivas y los espacios de encuentro y discusión (Martos Núñez, 2019).

Gracias a los enfoques transdisciplinares mencionados previamente hemos elaborado una primera Cartografía del Agua en Nápoles donde el patrimonio material e inmaterial se entrelaza dentro de una red de *mitopaisajes* del agua (Martos, 2010) que ha ido evolucionando y transformando las múltiples *narraciones* que ha generado a través de los siglos

La Figura 1 muestra una *red interconectada* del patrimonio material e inmaterial partenopeo donde el elemento agua no se presenta como objeto, sino como objetivo de explicación. De acuerdo con Martos Núñez “el agua entendida como agente o sujeto que moldea los paisajes y la propia historia y cultura de los pueblos, es decir, como parte del patrimonio natural y cultural, requiere interpretación, descifrar sus códigos de significado” (Martos Núñez, 2019: 21).

Para la reelaboración de los códigos de significado del patrimonio de la cultura del agua en Nápoles aplicable al análisis lexicométrico en grado de evaluar el nivel de construcción estereotipada en la escritura de *blogs* hemos tomado como punto de partida el modelo de Martos Núñez y Martos García (2013). Su modelo es utilizado para abordar el estudio de la cultura del agua con fines de divulgación educativa para su preservación y renovación y se sintetiza en las siguientes temáticas: Recopilación de etnotextos y manifestaciones de la cultura tradicional del agua; Patrimonio natural; Patrimonio cultural tangible (acueductos, puentes, fuentes, puertos, embarcaciones..) y Patrimonio cultural intangible (relativo al rico imaginario de personajes, divinidades o al estudio de temas y símbolos universalizados en relación al agua.

Figura 1. Cartografía patrimonio cultural del agua en Nápoles



La Cartografía del Agua partenopea ha revelado una red de interconexiones que evidencia un mitopaisaje hídrico complejo e interconectado con otros mitopaisajes generando la imagen del agua como protagonista en una naturaleza atemporal, un *locus amoenus* que evoca un paraíso incontaminado (Martínez Ezquerro, 2016, p. 130). Los imaginarios del agua forman una red de mitologización del paisaje a través de numerosísimas *narrativas* del agua que hemos clasificado en:

- *Poéticas de personificación del agua*. Encontramos los *genii loci* como la sirena *Partenope*, el espíritu del subsuelo *O'Munaciello*, la leyenda del mítico río *Sebeto* o el Templo de *Apolo* y *Neptuno* entre otras.
- *Patrimonio natural*. Inmensas las relaciones que generan esta red de mitopaisajes. Con relación a las otras narrativas citamos a modo de ejemplo el archipiélago *Li Galli* supuestamente morada de sirenas, el lago de *Averno*, la Fontana del *Sebeto*, el agua sulfúrea y sus valores curativos, el islote de *Megaride* espacio fundacional de la ciudad, el antro de la *Sibilla* en *Cuma*, o la cultura de baños y termas que caracterizó la zona en época griega y romana, desde *Agnano* hasta las islas de *Ischia* y *Capri*.
- *Toponómica*. Como muestras del discurso patronímico intangible son numerosísimas las referencias a nombres de divinidades, montes, calles, barrios. Algunos ejemplos: *Partenope*, *Monte Echia*, *Borgo Marinaro*, *Nisida*, *Mergellina*, *Marechiaro*, *Chiaia*, *Cavone*, *Gaiola* y muchos otros.
- *Poéticas del agua*. Incluye todo tipo de leyendas y mitos que permiten apreciar la evolución de los patrones narrativos hacia múltiples neolecturas en

contextos y canales que posibilitan una resignificación del patrimonio cultural napolitano a partir de etnotextos que van desde la época clásica hasta hoy.

Para cerrar este apartado, queremos subrayar que la cartografía de la cultura del agua ha sido utilizada como parámetro para evaluar el desarrollo argumentativo de los textos del corpus con la finalidad de rastrear la presencia interrelacionada de algunas de estas neolecturas a través de las ocurrencias y ejemplos contextualizados en los *blogs* analizados.

2. METODOLOGÍA Y CORPUS

2.1. Corpus

El corpus analizado denominado *BLOGLEX_NAP* está compuesto por 98 textos digitales (29.114 word types/109.000 tokens) dedicados a Nápoles y alrededores, subdivididos en 31 blogs (numerados en secuencia) y recuperados en 66 entradas que comprenden un periodo cronológico de publicación entre 2013-2023. Dada la extensión del corpus se ha delimitado el análisis a los sustantivos comunes y propios identificados con el patrimonio tangible e intangible del agua (9.876 word types/48.764 tokens). Presentamos la Tabla 2 con las referencias a los 31 blogs y las 66 entradas accesibles en línea.

Tabla 2. *Blogs y entradas Corpus BLOGLEX_NAP (2013-2023)*

Numeración blog	Enlaces entradas
B1/ Los viajes de Claudia	https://losviajesdeclaudia.com/italia/napoles/que-ver-hacer-monumentos-imprescindibles/
B2/ Mi viaje por el mundo	https://www.miviajeporelmundo.com/viajar-a-napoles
B3/ Lonely Planet	https://www.lonelyplanet.es/europa/italia/napoles
B4/ Mochileando por el mundo	https://www.mochileandoporelmundo.com/consejos-para-viajar-a-napoles/ 10 cosas que ver y hacer en Nápoles (actualizado 2021) (mochileandoporelmundo.com)
B5/ Viajar Nápoles	https://www.viajarnapoles.com/

ESTEREOTIPOS Y RESIGNIFICACIÓN EN EL DISCURSO DEL TURISMO: ANÁLISIS LEXICOMÉTRICO Y SEMÁNTICO DEL PATRIMONIO DEL AGUA EN BLOGS DE VIAJES

B6/ Los traveleros	https://lostraveleros.com/mejores-excursiones-desde-napoles/ https://lostraveleros.com/que-hacer-en-napoles/ https://lostraveleros.com/napoles-es-peligroso/ https://lostraveleros.com/comer-barato-en-napoles/ https://lostraveleros.com/donde-alojarse-en-napoles/ https://lostraveleros.com/como-ir-de-napoles-a-positano/ https://lostraveleros.com/excursion-al-vesubio/ https://lostraveleros.com/como-ir-de-napoles-a-capri/ https://lostraveleros.com/donde-alojarse-en-capri/ https://lostraveleros.com/eurotrip-sorrento/ https://lostraveleros.com/como-ir-de-napoles-a-sorrento/ https://lostraveleros.com/visitar-pompeya-desde-napoles/
B7/ Napoles.net	https://www.napoles.net/que-ver https://www.napoles.net/amalfi https://www.napoles.net/positano https://www.napoles.net/sorrento https://www.napoles.net/capri https://www.napoles.net/herculano https://www.napoles.net/castillo-huevo https://www.napoles.net/ravello
B8/ En el camino con Moonflower	https://www.enelcaminoconmoonflower.com/razones-para-viajar-a-napoles.html
B9/ Conociendo Italia	https://conociendoitalia.com/napoles-principales-atracciones-consejos-para-conocer-la-ciudad/ https://conociendoitalia.com/visitar-y-conocer-pompeya-en-un-dia/ https://conociendoitalia.com/visitar-y-conocer-herculano-sitio-arqueologico-pompeya-napoles/ https://conociendoitalia.com/que-ver-y-hacer-en-la-costa-amalfitana/ https://conociendoitalia.com/como-llegar-a-la-costa-amalfitana-desde-napoles-y-como-moverse-tipo-di-transporte/
B10/ También quiero viajar	https://tambienquieroviajar.com/destinos/italia/antes-de-ir-napoles-italia/#Mis_razones_principales_para_visitar_Napoles
B11/ 101 viajes	https://www.101viajes.com/napoles/viajar-ninos-napoles
B12/ La cosmopolilla	https://lacosmopolilla.com/que-ver-en-napoles-y-alrededores-en-4-dias/
B13/ Los apuntes del viajero	https://www.losapuntesdelviajero.com/visitar-pompeya-excursion-napoles-italia/
B14/ Etheria Magazine	https://etheriamagazine.com/2020/09/04/que-ver-en-napoles-en-fin-de-semana/
B15/ Ilusión viajera	https://ilusionviajera.com/consejos-para-viajar-a-napoles/
B16/ Omviajes y relatos	https://omviajesyrelatos.com/que-ver-en-napoles-en-2-dias/
B17/ El viaje de tu vida	Ruta y preparativos de viaje a Nápoles en 4 días - El Viaje de tu Vida
B18/ Los viajes de Mary	https://losviajesdemary.com/napoles/

B19/ Vivo de viajes	https://www.vivodeviajes.com/italia/napoles/ https://www.vivodeviajes.com/donde-esta-y-que-ver-en-pompeya-guia-completa-para-explorar-la-antigua-ciudad/ https://www.vivodeviajes.com/como-llegar-de-napoles-a-sorrento-opciones-de-transporte-y-consejos-utiles/ https://www.vivodeviajes.com/como-ir-de-napoles-a-pompeya-guia-practica/ https://www.vivodeviajes.com/donde-esta-y-que-ver-en-sorrento-la-perla-de-la-costa-amalfitana/ https://www.vivodeviajes.com/descubre-las-maravillas-de-napoles-15-cosas-que-hacer-y-ver-en-napoles/ https://www.vivodeviajes.com/las-15-mejores-excursiones-de-1-dia-desde-napoles/ https://www.vivodeviajes.com/que-ver-en-napoles-en-4-dias/ https://www.vivodeviajes.com/que-ver-en-napoles-en-un-dia-de-crucero/ https://www.vivodeviajes.com/donde-comer-en-napoles/
B20/ Guías viajar	https://guias-viajar.com/italia/visitas/sur/napoles/ https://guias-viajar.com/italia/sur/napoles-datos-claves-ciudad-subterranea/ https://guias-viajar.com/italia/sur/visita-isla-capri/ https://guias-viajar.com/italia/sur/costa-golfo-napoles/
B21/ Con ganas de viajar	https://conganasdeviajar.es/la-mejor-epoca-para-visitar-napoles/
B22/ Chau chau de viaje	https://chauchaudeviaje.com/que-ver-en-napoles/
B/23 Los viajes de Domi	https://losviajesdedomi.com/que-ver-en-napoles/
B24/ Locos por los viajes	https://locosxlosviajes.com/napoles-pompeya-que-ver-dos-dias-medio-ninos/
B25/ Visa al Mundo	https://visaalmundo.com/blog/que-ver-en-napoles-los-12-mejores-lugares/
B26/ Muero por viajar	https://www.mueroporviajar.com/3-dias-en-napoles-italia/
B27/ Tu gran viaje	https://tugranviaje.com/europa/italia/decalogo-napolitano/
B28/ We collect postcards	https://wecollectpostcards.com/napoles-en-un-dia/
B29/ El viaje me hizo a mí	https://elviajemehizoami.com/napoles-en-tres-dias/
B30/ Publicconsulting	https://www.publicconsulting.com/wordpress/naples/chapter/napoles-una-ciudad-de-mil-cara
B31/ Persigue tus sueños	https://persiguetusuenos.blogspot.com/2019/12/napoles.html

2.2. Instrumentos y diseño de análisis del corpus

La metodología de análisis del corpus BLOGLEX_NAP asume los principales postulados del análisis del discurso y la lingüística de corpus (Parodi, 2010), y se

presenta como un estudio cuantitativo y cualitativo multidimensional que nos permite analizar la escritura digital de los *blogs*, no obstante, su valor de producción asíncrona, como procesos discursivos activos, cuyos actos o textos no representan una mera transmisión de mensajes (Greimas y Courtés, 1979). Ello es posible gracias a los procesos que activamos de comprensión crítica en los textos (Leal Rivas, 2023) que nos permite entender la situación de enunciación, las intenciones del enunciador/autor del blog y las relaciones de jerarquía que propone. La comprensión del proceso intencional de los textos nos revela marcas de intersubjetividad y de la dimensión ideológica (Van Dijk, 2000).

El análisis lexicométrico se ha diseñado para obtener una representación gráfica de las ocurrencias que remiten al marco léxico y patrimonio del agua en blogs de viaje sobre el patrimonio cultural de Nápoles y alrededores, seleccionando una muestra cuantitativa de textos (98) representativos. En una primera fase, se lleva a cabo un análisis de los sustantivos comunes y propios más frecuentes que refieren a los marcos (campos semánticos) del agua presentes en el corpus. En una segunda fase, se integra un análisis cualitativo léxico y semántico de los sustantivos y sus ocurrencias con relación a su contexto de aparición y colocación, dado que la información semántica y los distintos sentidos de una unidad léxica se activa según la situación enunciativa (Cabré 1993).

La extracción y análisis del léxico –sustantivos relacionados con el patrimonio o cultura del agua en Nápoles– se ha llevado a cabo con la actualización del software AntConc version 3.5.9 (2020) utilizando las funciones Word List y Concordance por su validez como instrumento aplicado al análisis contrastado de textos digitales del discurso del turismo como observado en precedentes investigaciones cuantitativas sobre el léxico de blogs y reportajes de viajes (Pano Alamán, 2019).

3. RESULTADOS

En este apartado se presenta una síntesis de los resultados obtenidos del análisis lexicométrico realizado sobre unidades léxicas sustantivas que refieren al patrimonio del agua en Nápoles. La premisa de la que partimos en el análisis es la siguiente: si bien en la escritura de blogs se utiliza un léxico conforme a los estereotipos con un estilo descriptivo y subjetivo, considerando además los procesos discursivos de *museificación* que caracterizan los textos turísticos, se espera que la escritura digital de *blogs* de viajes habiendo incidido en una recontextualización de la comunicación en la red (Panamá Pano, 2019), pueda haber incidido en una resignificación y comprensión del patrimonio cultural napolitano por los viajeros que la describen. Hemos seleccionado como muestra de análisis las unidades léxicas sustantivas que remiten al patrimonio del agua.

3.1. Análisis lexicométrico de sustantivos relacionados con el patrimonio del agua

En la Tabla 3 se presentan los tokens relativos a los primeros 15 sustantivos comunes o propios sobre los que se basa este análisis, transcribiendo en términos de valores absolutos las ocurrencias que corresponden al campo del patrimonio cultural tangible e intangible del agua.

Tabla 3. Frecuencia en valores absolutos sustantivos patrimonio del agua

Unidades léxicas	Tokens
costa	194
Capri	191
isla(s)	130
mar	107
<i>ferry</i> (ferries)	63
barco(s)	46
puerto	57
golfo	52
agua	37
Ischia	32
paseo (marítimo)	9
<i>lungomare</i>	15
baños/termas	22
Procida	18
Marina Grande	14
bahía	13

Los resultados de la Tabla 3 revelan, en primer lugar, que el sustantivo más frecuente es *costa*. De las 194 frecuencias registradas de esta unidad, se han registrado 152 ocurrencias con el adjetivo *amalfitana* referido al sustantivo *costa* (*costiera*). Las ocurrencias de los sustantivos *Capri* (191), *isla(s)* (130) así como el sustantivo *mar* (107) son indicativas que en los blogs de viajes sobre Nápoles predominan de manera exponencial las referencias al patrimonio natural y al turismo de las islas como *Ischia* (32) y *Procida* (18), con menor frecuencia, así como la descripción para llegar a ellas en *barcos* (46) o *ferrys* (63). De ello se deduce, una dinámica asumida en la difusión de un discurso sobre el turismo de Nápoles que durante decenios se ha focalizado en las atracciones marítimas del *Golfo* (53) de Nápoles. El corpus de 98 textos (29.114 word types/109.000 tokens) confirma la dinámica apenas descrita sobre los encantos de la ciudad de Nápoles, representados por el paseo marítimo (9) de Nápoles, también referido como *lungomare* (15) para admirar las vistas de la *bahía* (13) también desde *Mergellina* (5).

Por lo que concierne, a las características de la escritura de *blogs* sintetizadas anteriormente los datos que arrojan las unidades léxicas sustantivas sobre el patrimonio del agua en Nápoles confirman un estilo propio de la comunicación turística donde se narran las propias experiencias y se dan consejos de viaje, información sobre destinos y servicios turísticos. Es interesante notar como los sustantivos con mayor índice de ocurrencias combinan con categorías adjetivas positivas para valorar:

- *hermosa* bahía deja sin aliento (B6);
- cuevas marinas *bellísimas* con sus *famosas* formaciones rocosas que salen del mar *crystalino* apodadas Faraglioni (B7),
- *excelentes* vistas de la bahía de Nápoles con el imponente Vesubio (B20).

Se confirma la diversidad en la estructura retórico-discursiva de los *blogs de viajes* y la pertinencia de una clasificación operativa de este género basada en criterios que consideran la situación de enunciación y características de la superestructura del discurso del turismo para géneros textuales digitales (Calvi 2010, 2016; González García 2012). Con relación a esto, las 66 entradas consultadas de los 32 blogs presentan elementos de hipertextualidad, imágenes, vídeos, enlaces a otras fuentes hacia temas de interés cultural para el receptor sobre el patrimonio cultural de Nápoles en general. En lo que concierne al léxico del patrimonio del agua, en general, hacen referencia a un patrimonio tangible y natural.

En la tabla 3, resulta interesante observar las ocurrencias de sustantivos propios que refieren al *mar* (107) y su especificación *Mediterráneo* (9) y donde se encuentran las islas de Capri (191) y también tokens referidos a la localidad de *Marina Grande* (14) y *Marina Piccola* (8), *Ischia* (32) y *Procida* (18). También se han registrado ocurrencias de localidades de la Costa Amalfitana: *Vietri sul Mare* (4), *Amalfi* (5). De ello se deduce, la utilización de un léxico adecuado a los estereotipos del discurso del turismo y también denotan el rol de papel de experto al especificar lugares sobre los que comparte su experiencia de viaje. Véase un ejemplo, en el que hemos respetado la ortografía y los topónimos en italiano del blog B9/ *Conociendo Italia*:

- (4) Las principales ciudades cercanas a la *Costa Amalfitana* son *Nápoles*, *Sorrento* y *Salerno*. Para llegar desde ellas hasta los pueblos de la Costa Amalfitana pueden usar los autobuses de la línea Sita y en verano los ferrys. Las ciudades que componen la *Costa Amalfitana* son (iniciando desde el norte): *Positano*, seguido de: *Praiano*, *Amalfi*, *Minori*, *Maiori*, *Cetara* y *Vietri sul Mare*.
- (5) Visitar la antigua república marinera de *Amalfi*
- (6) Sentir la esencia de la italianidad en *Positano*
- (7) Visitar el pueblo de cerámica *Vietri sul mare*

- (8) Visitar la cueva de esmeralda en *Conca dei marini*
- (9) Escuchar el “furor” del agua en *Furore*

En los blogs analizados se confirma igualmente un estilo descriptivo y una estructura discursiva esquemática (organizada en títulos y subtítulos, o en otras entradas) para facilitar una relación de cercanía entre el autor/Blogger y el público universal. Por lo que se refiere a organizar la información práctica turística y la explicación narrativa para presentar experiencias, historias personales, etc. destaca la aparición de un movimiento discursivo introductorio previo a un índice de contenidos que el internauta puede consultar de forma aleatoria. Veamos un ejemplo:

Figura 2. Captura imagen página inicial del Blog B12/ *Crónicas de una cosmopolilla*
<https://lacosmopolilla.com/que-ver-en-napoles-y-alrededores-en-4-dias/>

EUROPA | ITALIA

Qué ver en Nápoles y alrededores en 3 ó 4 días: Pompeya, Paestum y Costa Amalfitana

Escrito por la cosmopolilla el 7 mayo, 2020

A la sombra del volcán Vesubio duerme la ciudad más poblada del sur de Italia: Nápoles. Capital de la región de Campania, vestigios griegos, romanos, bizantinos, normandos o españoles han dejado a lo largo de los siglos un legado histórico con una importante riqueza cultural y artística. Su apasionante centro histórico, declarado Patrimonio de la Humanidad, es un mosaico de monumentos, iglesias y mercados con cierto aire decadente. Aunque lo más interesante de una escapada a Nápoles es disfrutar de los lugares tan impresionantes en sus proximidades: las legendarias **Herculano** y **Pompeya**. La coqueta **Costa Amalfitana**. O la sorprendente -y poco conocida- ruinas de **Paestum**, la ciudad de Poseidón. Un destino ideal para una semana / puente. Si te he convenido, sigue leyendo: **te cuento qué ver en Nápoles y alrededores en 3 ó 4 días.**



Vistas del Vesubio y el golfo de Nápoles desde el castillo del Huevo

Contenido del artículo

1. Un puente en la Campania: qué ver en Nápoles y alrededores.
 1. Alojamiento en Nápoles.
 2. Cómo moverse por Nápoles y alrededores. ¿Transporte público o alquilar un coche?
 3. ¿Nápoles es peligroso para el turista?
2. Qué ver en Nápoles y alrededores, mapa.
3. Qué ver en Nápoles en un día.
 1. La Catedral de Nápoles.
 2. La Madonna de Banksy.
 3. La ciudad subterránea de Nápoles.
4. Curiosidades: Nápoles, ciudad de belenes.
 1. Capilla de San Severo.
 6. La plaza del Plebiscito.
7. Castillos de Nápoles: Castillo Nuevo y castillo del Huevo.
8. Cenar en Nápoles: Única Pizzeria Da Michele.
4. Mejores excursiones de un día desde Nápoles: mis propuestas.
5. Pompeya y Herculano: la furia del Vesubio.

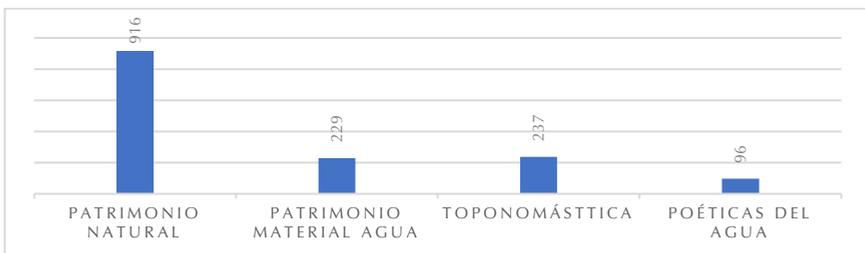
La evolución de la escritura de *blogs turísticos* es un dato a tener en cuenta en sucesivos análisis comparativos, por ejemplo, con los reportajes. El ejemplo de la figura 2 cada vez es más frecuente en la red. De esto se deduce que la posibilidad de *resignificación* del marco del agua en clave sostenible dentro del discurso turístico podría darse como una forma de innovación, “una actualización del contenido, adaptado a las nuevas circunstancias” (Martos Núñez y Martos García, 2019: 100), que nos permite concebir el agua como un elemento agente/sujeto y no como objeto. Esta perspectiva aplicada al tratamiento discursivo de textos turísticos, como sostienen Martos y Martos no es una novedad, pues “el mecanismo de remediación, propio del discurso turístico, pone a disposición del viajero unas memorias culturales que son remodeladas en distintos contenidos y continentes” (Martos Núñez y Martos García, 2019: 101).

3.2. Fenómenos de explicación semántica en los *blogs*: ¿hacia una sensibilidad ecocrítica del patrimonio de agua en Nápoles?

En este apartado analizamos el léxico en el contexto de enunciado para identificar el valor semántico que asumen y si el sentido de estas unidades léxicas es reconducible a la remediación y/o resignificación de los imaginarios de la cultura del agua en Nápoles siguiendo el modelo de temáticas propuesto en la Cartografía anterior, atendiendo al valor de patrimonio material e inmaterial.

En la figura 3 se presentan todos los sustantivos referidos a la cultura del agua en Nápoles con un total de 1478 ocurrencias de un total de 48.764 tokens. El dato es sorprendentemente inferior al haber extrapolado del corpus los sustantivos que desde su valor semántico y de sentido reconducen a una interpretación ecodiscursiva como la ilustrada en la Cartografía expuesta anteriormente. De este modo, buscamos determinar qué estereotipos en relación con el patrimonio cultural del agua se conservan y cuáles se resignifican bajo una visión ecoficcional más contemporánea.

Figura 3. Tokens léxico patrimonio cultural del agua. Corpus *BLOGLEX_NAP* (2013-2023)



Los datos de la figura 3 confirman junto al análisis lexicométrico la profusión de ocurrencias que remiten al *patrimonio natural del agua* (916) de lo que se deduce la tendencia de los *blogger* a presentar una imagen del entorno natural de Nápoles a menudo estereotipada y construida en torno al léxico propio del lenguaje del turismo. Sirva de nuevo ejemplos como *costa amalfitana*, *Capri*, *Grotta Azzura o (gruta azul)*, entre otros de la tabla 3 relacionados con lugares que no se sitúan en unas coordenadas espaciales específicas, sino que definen escenarios diferentes del patrimonio natural napolitano. Algunos ejemplos de lo afirmado:

(10) ... los pueblos de la *costa Amalfitana* se enmarcan colgados de la montaña, entre el cielo y el mar...

(11) *Capri* es una pequeña isla glamorosa y llena de paisajes dignos de una postal de foto, pero sin duda lo que me atrajo a este lugar fue la *Grotta Azzurra (gruta azul)*...

En (11) como en otras ocurrencias resulta interesante cómo se recurre al apelativo en ambas lenguas, poniendo entre paréntesis el referente español, tendencia que se da en otras ocurrencias sobre el patrimonio partenopeo (*Faraglioni* -farallones; *Spaccanapoli* -rompe Nápoles; *Castel dell'Ovo* -Castillo del Huevo) *Napoli Sotterranea* -Nápoles subterránea, entre otros). Resulta interesante el dato sobre dos ocurrencias sinónimos referidas a *subterránea* y *subsuelo* (término especializado propio de reportajes) que hacen referencia a uno de los tesoros del patrimonio natural y monumental y a las cavas del subsuelo de la ciudad:

(12) Galerías para almacenar agua en Nápoles

El *Nápoles Subterráneo* se remonta al año 470 a.C., cuando los griegos que habitaban la zona, ante la necesidad de crear *depósitos* subterráneos para acumular *agua*, empezaron a crear grandes depósitos subterráneos de agua.

Los romanos ampliaron el *acueducto* interior, de forma que se conectaban las galerías de agua con túneles a la vez que se regulaba su almacenamiento.

En (12) destacamos como la explicación narrativa sobre un espacio 'no estereotipado' en el discurso turístico de Nápoles muestra la intención del *blogger* de ofrecer mayores datos acerca de un *espacio mítico* poco conocido, orientando la descripción hacia detalles artísticos y culturales partenopeos. Esta característica acerca la escritura de estos blogs a la de reportajes. Otras recurrencias a espacios míticos en los blogs son la isla/islote de Megaride (15) para localizar el emplazamiento del Castell Ovo (vinculado a la personificación de la sirena Partenope que desarrollamos más adelante), Mergellina (14), las termas de Agnano (5), el lago de Averno (5).

Por lo que concierne al *patrimonio material y monumental del agua* (monumentos, estructuras arquitectónicas, fuentes, acueductos, puentes) que de por

sí es complicado deslindar del patrimonio natural, en la cultura del agua y en el análisis de los 31 blogs como neolecturas menos estereotipadas sobre el patrimonio cultural de Nápoles, aunque con escasas ocurrencias, encontramos algunas narrativas sobre la personificación de mitos de agua como *Partenope* (15), *Poseidón* (4) o Neptuno (4):

(13) ...Castillo del Huevo se alza sobre las costas del *islote de Megaride* donde se suicidó la sirena *Partenope* y es donde el historiador griego Estrabón señala que nació la ciudad de Nápoles como colonia helena en la Magna Grecia...(Blog 12)

(14) ...las leyendas de la sirena de *Partenope*, la sirena más hermosa del Golfo de donde nació el nombre "napolitanos" (Blog 19)

(15) ... templo dedicado a *Poseidón* y que refleja sus orígenes griegos. (Blog 19)

También, bajo una construcción de elipsis, encontramos referencias a otra figura mítica que encarna la personificación del agua *subterránea*:

(16) ...visita de Napoli *subterránea*, parada obligatoria en la que se viaja del Nápoles romano, que utilizaba estos pasadizos para almacenar agua y alimentos y donde cuenta la leyenda de un ser misterioso y burlón que entraba en las casas. (Blog 32)

El blog 32/Etheria Magazine (16) ofrece la única referencia al espíritu burlón, llamado *O' Munaciell* que vivía en el subsuelo napolitano y cuya pequeña figura llevaba agua y riquezas a las familias que vivían en los alrededores de las cisternas. Actualmente forma parte activa de las narraciones que integran la promoción del patrimonio subterráneo en Nápoles, e incluso ha conseguido una cierta fama en un proceso de *remediación* y *resignificación* como superhéroe en una serie de cómics titulada *Guardiani italiani* (<http://www.guardianitaliani.it/o-munaciello.html>).

En cuanto a referencias a figuras que encarnan la personificación del agua, estas se asocian de forma natural a una historia o leyenda generando un *mitopaisaje* que relaciona patrimonio material e inmaterial. Sin embargo, las unidades léxicas que remiten a estas personificaciones míticas del agua, como es propio de los géneros descriptivos de los blogs, no desarrollan una explicación *mitonarrativa* que sería más propia de un reportaje o documental.

Por último, en lo que se refiere a la numerosa toponomástica identificada en el análisis léxico y evidenciada en la Tabla 3 los datos, sin embargo, no revelan una gran variedad. Recuperamos aún el sintagma *costa amalfitana* más frecuente en el corpus analizado (que remite a la leyenda mítica fundacional sobre la ciudad de Amalfi entre la ninfa Alcmena y Hércules). Otras recurrencias son: la sirena *Partenope*, el templo de *Poseidón* y *Neptuno* en Paestum, el cementerio delle *Fontanelle* (1), la *Grotta Azzurra* de Capri, pero también topónimos como *Mergellina*

(5) y *Marechiaro* (2). Veamos algunos ejemplos en los *blogs* donde se desarrolla una explicación informativa con la intención de explicar la toponomástica del lugar visitado:

(20) La costa *Amalfitana* cuenta la historia de Amalfi, una ninfa que se enamoró perdidamente de Hércules...

(21) El cementerio de le *Fontanelle* fue llamado de esa manera por la presencia de fuentes de agua.

Los ejemplos (20) y (21) resultan interesantes, ya que tanto los blogger tienden a omitir narrativas técnicas para insertar una experiencia emocional, introduciendo la narración de la experiencia partiendo de un episodio general (como la explicación toponímica) para ir adentrándose en los detalles de la experiencia sobre el lugar visitado. En estos casos, nos encontramos cada vez más con una escritura de *blogs* híbrida entre el artículo (reportaje) de una web con información sobre la ciudad y una modelo de bitácora moderna utilizado para dar consejos personales.

4. CONCLUSIONES

De acuerdo con Martos Núñez y Martos García (2019), nuestra conclusión general coincide con ellos en cuanto “repensar la comunicación en la red a través del discurso del turismo presupone superar ciertas preconcepciones, como que el discurso digital deba solo relacionarse con un modelo de cultura popular mediática de ostentosas manifestaciones” (p. 105).

De ahí la necesidad de abordar esta investigación desde diversas perspectivas de estudio y paradigmas científicos, a fin de facilitar una visión poliédrica y holística de la escritura de *blogs* de viajes y el discurso del turismo. Consideramos que haber integrado estudios de la Ecocrítica y estudios centrados sobre una recontextualización y resignificación del patrimonio cultural y etnográfico permite aportar una mejor comprensión holística del rol que tienen los estereotipos, creencias y marcos dentro de la construcción de la identidad discursiva en los géneros y textos de ámbito del lenguaje del turismo. Para indagar sobre ello, nos hemos querido centrar en particular en la dimensión discursiva del patrimonio y cultura del agua, que desde los estudios ecocríticos, favorece narraciones o narrativas que, yendo más allá de sus imaginarios, estos pueden generar nuevas identidades y ficciones (Campos-Fígares, 2019).

Desde estas premisas, la investigación ha buscado ahondar en las nociones de recontextualización de los géneros discursivos del turismo en la Red (Calvi, 2010, 2016) así como en los procesos de *resignificación* o *remediación* de los discursos que se crean en torno a la unión del patrimonio tangible e intangible que favorece la Cultura del agua (Martos Núñez, 2019), puesto que entendemos que cada

comunidad lingüística ha generado sin duda en torno al elemento agua una construcción cultural propia que implica el patrimonio material e inmaterial y sus discursos, usos y significados.

Esta visión holística entre patrimonio y discurso que hemos ido desarrollando en este estudio ha reforzado nuestra concepción sobre el principio dialógico del discurso y la necesidad de abordar el estudio de los textos desde una dimensión que considere la polifonía de voces (Bajtín, 1974) como principios que fundamentan la construcción de la identidad discursiva y los procesos de intersubjetividad lingüística desde el principio de alteridad como analizado en precedentes investigaciones (Leal Rivas, 2019, 2020, 2022). Comprender los procesos de construcción identitaria nos permite enfocar cómo mejorar nuestra práctica discursiva dentro de una comunidad específica, ya sea una comunidad de interacción personal, profesional o académica, mediante patrones discursivos que en el siglo XXI deben responder también a modelos de sostenibilidad e inclusividad.

En lo que concierne a la construcción del discurso en *blogs* de viajes y asumiendo que es uno de los macrogéneros que ha recontextualizado la comunicación digital, nos cuestionamos al inicio de la investigación si la evolución de las *narrativas* y *discurso de viajes* en la escritura de blogs en cierto modo se está convirtiendo en una narrativa de marca. Es decir, además de promocionar realmente destinos turísticos (Golan, 2010) en qué medida difunde una visión excesivamente estereotipada a causa de las características que induce el propio género discursivo o si, siendo este un género híbrido, podría evolucionar a otros formatos más atentos a una relectura y reescritura del patrimonio cultural que transmiten.

El análisis léxico y semántico realizado en este estudio ha permitido observar que el léxico relativo al patrimonio cultural del agua en Nápoles en blogs de viajes remite esencialmente al patrimonio natural partenopeo conforme a los estándares de promoción turística de mayor éxito como es la visita a entornos naturales conocidos internacionalmente como la *costa Amalfitana* y las islas de *Capri*, *Ischia* y *Procida*, principalmente.

La escritura de blogs ha revelado como era de esperar la presencia de estereotipos léxicos, pero también temáticos consolidando una visión *museificada* de Nápoles parcial, es decir, son escasas las ocurrencias al patrimonio material e inmaterial del agua como monumentos, fuentes, excepto algunos mini relatos sobre personajes míticos del agua como la sirena *Partenope* o el *O'Monaciello*, la leyenda de Amalfi, la *Grotta Azzurra*. Del análisis semántico de los sustantivos en relación con los tópicos a los cuales remiten dentro de la propia situación enunciativa podemos concluir que los estereotipos léxicos confirman un uso estereotipado del conocimiento cultural y de patrimonio del agua en la escritura de blogs de viajes sobre Nápoles y alrededores. Por lo tanto, la recontextualización comunicativa que el género discursivo del *blog* ofrece en cuanto recurso para promoción turística no

parece verificarse en una posible resignificación o reescritura del patrimonio de Nápoles. Los blogs de viajes analizados promueven una visión estereotipada y folclórica del patrimonio cultural napolitano basado en el turismo de islas, en su gastronomía y monumentalidad.

Sin embargo, en el corpus de 98 textos analizados (66 entradas de 31 blogs) hemos percibido que el denominado *turismo de experiencia* (Martos Núñez y Martos García, 2019) está generando en el género de los blogs otras posibilidades de construcción discursiva que deberían estudiarse con más detenimiento. Aunque los datos no han sido cuantitativamente suficientes sí son significativos para reflexiones futuras. La escritura de blogs ha introducido nuevos aspectos de elaboración retórica, más proclives a integrar y valorizar los elementos del patrimonio cultural y artístico que presentan: se aprecian formas de organización y planificación informativa y temática más elaborada, mantienen un carácter descriptivo y subjetivo que evidencia una mayor relación de interdiscursividad (propia de los reportajes) a través de movimientos discursivos predefinidos entre los que destaca, una breve introducción donde se encuentran explicaciones informativas con datos que ponen de manifiesto el interés histórico, artístico y cultural del destino o un índice temático de entradas para que el lector/internauta puede acceder a un menú de información. Este patrón discursivo en la escritura de blogs induce a considerar en una resignificación y comprensión no sólo del género discursivo sino también de la gestión informativa que el *blogger* ofrece sobre el patrimonio cultural que presenta.

Sin duda, estos y otros aspectos habrá que profundizarlos en corpus más variados y amplios que nos permitan ahondar en estas nuevas bitácoras que ofrecen una mayor planificación, observar la evolución de la escritura estereotipada de los *blogs* en relación con el uso del léxico del patrimonio cultural del agua, más allá de la información turística sobre la belleza del territorio, así como otros aspectos propios de las relaciones entre nombres comunes y propios y el papel del italiano en estos textos como ya ha apuntado Alamán Pano (2019).

En cualquier caso, el tipo de corpus creado nos permite en futuros estudios realizar otros tipos de análisis del discurso del turismo a través de la escritura digital de blogs, reportajes y otros géneros digitales similares que se promueven en redes sociales que contemplen una sensibilidad de estudio hacia una visión de valores y sostenibilidad del patrimonio cultural, lingüístico y artístico del discurso del turismo también en contextos de educación lingüística y literaria en español.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alamán Pano, A. (2019). El léxico del patrimonio cultural florentino en blogs y reportajes de viaje en línea. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78, 49-62. <https://doi.org/10.5209/clac.64371>

- Anthony, L. (2020). *AntConc (Version 3.5.9)* [Computer Software]. Waseda University.
- Ballart Fernández, J. y Juan i Tesserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio cultural*. Ariel.
- Campos-Fígares, M. M. (dir.) (2019). *Imaginarios de la naturaleza y de la cultura del agua. Paradigmas científicos y planteamientos didácticos*. Marcial Pons.
- Campos-Fígares, M. M. y Martos Núñez, E. (2013). *Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura*. Santillana - Red Internacional de Universidades Lectoras.
- Cassany, D. (2003). La escritura electrónica, *Cultura y educación*, 3(15), 239-251. https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27137/cassany_cye_escr.pdf
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Calvi, M. V. (2016). Guía de viaje y turismo 2.0: Los borrosos confines de un género. *Ibérica*, 31, 15-38. http://www.aelfe.org/documents/31_01_IBERICA.pdf
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos del turismo: una propuesta de clasificación, *Ibérica*, 19(2), 9-32. http://www.aelfe.org/documents/01_19_Calvi.pdf
- Calvi, M. V. y Bonomi, M. (2008). El lenguaje del turismo: de los textos especializados a la comunidad del viajero. En C. Navarro, R. M, Rodríguez Abella y F. Dalle Pezze (eds.). *La comunicación especializada* (pp. 181-202). Peter Lang.
- Fanese, G. (2014). Estereotipos de género y blogs. Ethos en disidencia. *Aljaba*, 18, 189-212. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-57042014000100009&lng=es&nrm=iso
- Goethals, P. (2013). Los diarios de viajes escritos por particulares: un estudio exploratorio de un género turístico. *Ibérica*, 25, 147-170. http://www.aelfe.org/documents/08_25_Goethals.pdf
- González García, V. (2012). El discurso del turismo en Internet: hacia una caracterización de sus géneros. En J. Sanmartín Sáez, (ed.), *Discurso turístico e Internet* (pp. 13-49). Iberoamericana / Vervuert.
- Greimas, A. J. y Courtès, J. (1979). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos.
- Leal Rivas, N. (2019). Análisis semiótico discursivo de la identidad: el principio de alteridad en *Límites y Fronteras* de Said el Kadaoui. En M. Cruz y I. Gisbert (eds.), *Formas de la alteridad en la cultura contemporánea: la ruptura de límites y fronteras* (pp. 33-50). Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b16033>
- Leal Rivas, N. (2020). El texto dramático como acto discursivo social, estratégico e intencional: análisis semiótico discursivo del proceso dialógico. *Rivista di Letteratura Teatrale*, 13, 134-144, Fabrizio Serra Editore.

- Leal Rivas, N. (2022a). Intersubjetividad lingüística y alteridad en el discurso poético. Análisis semiótico discursivo y lexicométrico de Umbrales de otoño de Mariluz Escribano. *Artifara*, 22(2), 159-183. <https://doi.org/10.13135/1594-378X/7019>
- Leal Rivas, N. (Dir.) (2022b). *Prospettive discorsive e di educazione linguistica internazionale*. FedOAPress. <https://doi.org/10.6093/978-88-6887-159-8>
- Leal Rivas, N. (2023). *La argumentación en la escritura académica de investigación. Perspectivas, procesos y estrategias*. Visor.
- Liverani, E. y Canals, J. (eds.). *El discurso del turismo. Aspectos lingüísticos y variedades textuales*. Tangram.
- Martínez Ezquerro, A. (2016). Voces, lecturas y símbolos del agua en los anuncios publicitarios. En I. Morales Sánchez, S. Robles Ávila y M. da N. Pires (Eds.), *Lecturas del agua: un acercamiento interdisciplinar desde la cultura y el turismo* (pp. 299-312). Catarata.
- Martínez Ezquerro, A. (2021). Estrategias para analizar el discurso retórico publicitario: un modelo a través de anuncios de España y Portugal. *Contextos educativos: Revista de educación*, 27, 245-269. <https://doi.org/10.18172/con.4920>
- Martínez Ezquerro, A. (2021). Usos del lenguaje en tareas científico-académicas: el caso de los vicios de estilo. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación. CLAC. Monográfico La escritura académica en el contexto universitario del siglo XXI*, 88, 59-70. <https://doi.org/10.5209/clac.78297>
- Martínez Ezquerro, A. (2023). *Análisis de los discursos y procesos de comunicación retórica*. Editorial Tirant lo Blanch (Colección Humanidades).
- Martos Núñez E. y Martos García, A. (2012). Los imaginarios del agua y sus lecturas pansemióticas. *Álabe. Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, 6, 1-15. <http://doi.org/10.15645/Alabe.2012.6.3>
- Martos Núñez E. y Martos García, A. (2013). Ecoficciones e imaginarios del agua y su importancia para la memoria cultural y sostenibilidad. *Alpha*, 36, 71-91. <http://doi.org/10.4067/S0718-22012013000100006>
- Martos Núñez E. y Martos García, A. (2019). Las neolecturas turísticas del patrimonio en contextos locales y transnacionales. En M. M. Campos-Fígares (Dir.), *Imaginarios de la naturaleza y de la cultura del agua. Paradigmas científicos y planteamientos didácticos* (pp. 93-110). RIUL-Marcial Pons.
- Parodi, G. (2010). *Lingüística de corpus: de la teoría a la empírica*. Iberoamericana / Vervuert.
- Pérez Vázquez, E. (2014). Oralidad en las bitácoras de viaje 2.0, *Normas*, 4, 71-91. <http://roderic.uv.es/handle/10550/40569>

- Quiles, M.^a C. y Martínez Ezquerro, A. (2020). Investigaciones transversales e interdisciplinares: nuevas perspectivas lectoras, ecológicas y educativas. En M. C. Quiles Cabrera y A. Martínez Ezquerro, *Ecología y lecturas del agua: investigación interdisciplinar y transversal en didáctica de la lengua y la literatura*. UJA Editorial.
- Quiles Cabrera, M.^a C. (2020). Textos poéticos y jóvenes lectores en la era de Internet: de "Booktubers", "bookstagrammers" y "followers". *Contextos Educativos. Revista De Educación*, 25, 9-24. <https://doi.org/10.18172/con.4260>
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. <http://dle.rae.es/>
- Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Gedisa.
- Vázquez-Cano, E., Mengual Andrés, S. y Roig-Vila, R. (2015). Análisis lexicométrico de la especificidad de la escritura digital del adolescente en WhatsApp. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada Concepción*, 53(1), 83-105. <http://doi.org/10.4067/S0718-48832015000100005>