
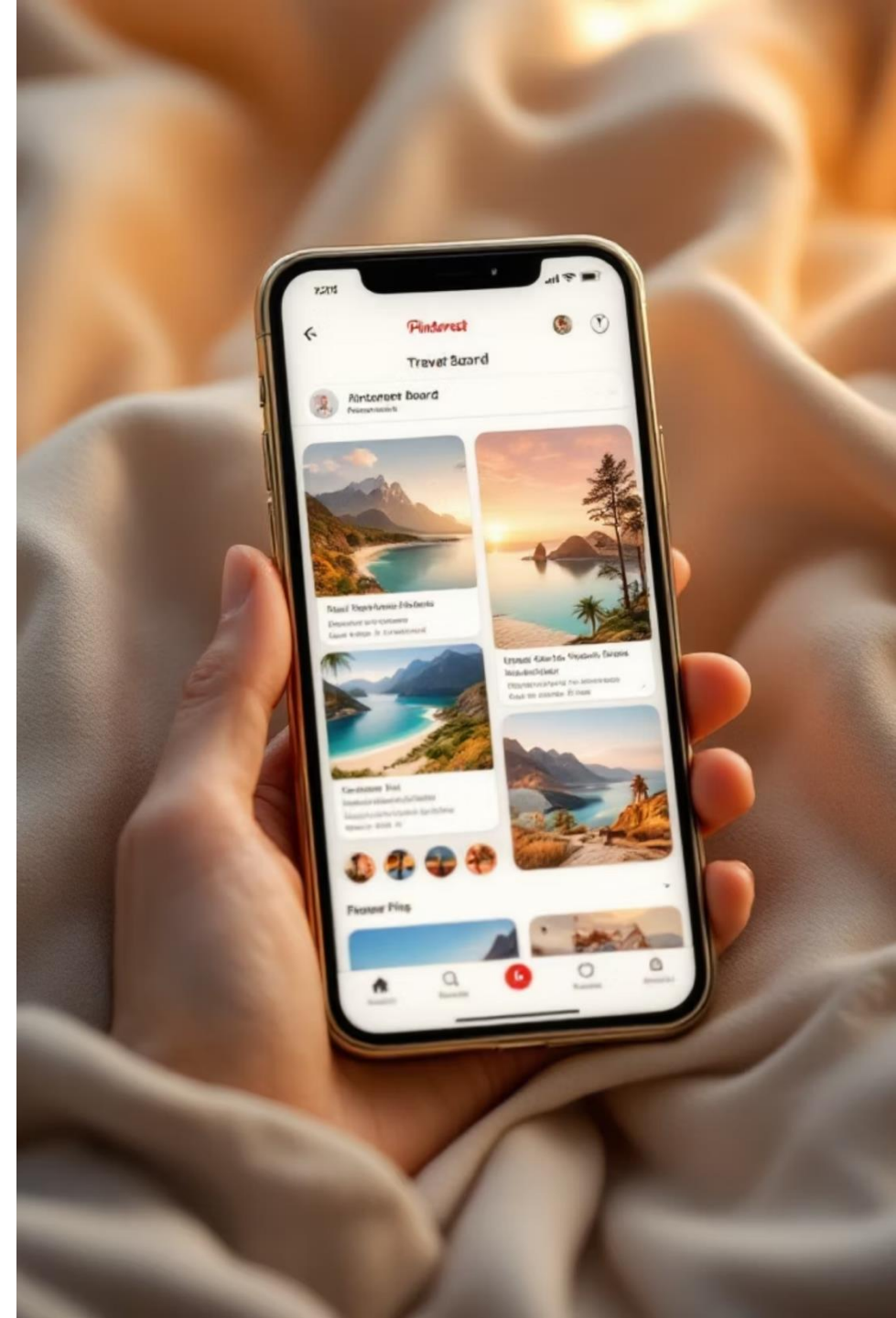


# Soñando en viajes: una netnografía de Pinterest

Verónica Yépez-Reyes, PhD  
Gestión de Comunidades Digitales

 Gretzel, U. (2021). Dreaming About Travel: A Pinterest Netnography. En: Wörndl, W., Koo, C., Stienmetz, J.L. (eds) Information and Communication Technologies in Tourism 2021. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_23)



# Dreaming about Travel: Una netnografía de Pinterest

Ulrike Gretzel de la USC explora cómo Pinterest alimenta la búsqueda continua de inspiración para viajes y las implicaciones metodológicas y de marketing.

**USC** Annenberg

School for Communication  
and Journalism



Menú



Buscar



INVESTIGACIÓN » CENTRO DE RELACIONES PÚBLICAS



## Ulrike Gretzel

Investigador principal, Centro de Relaciones Públicas

Ulrike Gretzel, PhD, es investigadora principal del Centro Annenberg de Relaciones Públicas de la USC. Actualmente es directora de investigación en Netnografica, una innovadora empresa de investigación de mercados que proporciona información práctica extrayendo el significado de las conversaciones en línea.



# Resumen y aporte

## Pregunta

¿Cómo apoya  
Pinterest la  
búsqueda  
continua de  
información  
sobre viajes?

## Metodología

Netnografía  
aplicada a 100  
tableros "Places  
I'd Like to Go".

## Contribuciones

**Metodológica:**  
viabilidad y retos  
**Teórica:** el trabajo  
afectivo de soñar  
viajes.



## Pinterest: características clave

- +400M usuarios activos mensuales; +200B pines en 4B tableros.
- Tableros temáticos y motor de búsqueda visual con recomendaciones.
- Usuarios dominados por EE. UU.; 71% mujeres; 18–49 años mayoritarios.



# Metodología: Netnografía

Operaciones aplicadas: investigación (investigation) e inmersión (immersion).

Recolección manual de 100 tableros con muestreo por búsquedas del título "Places I'd Like to Go".

Datos: URL, seguidores, número de pines, usuario; 609 pines considerados.



# Proceso de codificación

Se codificaron características visuales (8 categorías): agua, montañas, playas, paisajes urbanos, nieve/hielo, iglesias/templos, comida y animales.

Ubicación codificada a nivel de continente; 93% (564) de pines pudieron localizarse.

# Análisis descriptivo — tableros (n=100)



## Creadores

94% mujeres; identificación de género a veces requirió foto o perfil.



## Seguidores

Rango: 68 – 2.1M; media 29,009; mediana 512.



## Pines

Pines por tablero: 85–11,201; media 1,098; mediana 655.

Correlación pines–seguidores:  $r = -0.048$  (ns).





# Distribución geográfica y contenidos

Europa y Norteamérica dominan: 63% tableros con al menos un destino europeo; 71% con Norteamérica en la fila superior. Asia 19%, Pacífico 9 tableros, América Central y del Sur 11%. África y Medio Oriente: 5 pines cada uno; Antártica: 0.

Características visuales: 90% muestran al menos agua; playas 42%; montañas 39%; cityscapes 39%; nieve 28%; animales y templos raros; comida en 19% de tableros.

# Análisis en profundidad: cuatro casos



## Katy (Texas)

2,727 pines; sueños de parques nacionales, paisajes naturales, nieve; pocas imágenes de animales.



## Chloe (Florida)

Enfoque en playas serenas; tablero tipo vision board sin mapas ni planificación.



## Rheanna (Maryland)

Tableros prácticos: consejos de viaje, listas, logística; mezcla de inspiración y planificación.



## Laura (Colorado)

Tablero con secciones temáticas (p. ej. Morocco); mezcla de itinerarios, recomendaciones y pines fuera de lugar.

# Implicaciones teóricas y metodológicas

- Pinterest: evidencia del trabajo afectivo de soñar viajes y una perspectiva de género en la búsqueda continua.
- Metodología: netnografía ofrece riqueza contextual; retos para análisis automatizado (estructura inconsistente, algoritmos opacos, modalidades mixtas).
- Recomendadores: alto potencial para diseñar sistemas que prioricen recomendaciones visuales.





# Conclusiones y futuras líneas

1. Pinterest es central en la búsqueda continua: inspiración, archivo y ocasional planificación.
2. Práctico: optimizar imágenes con texto/etiquetas para marketing y descubrimiento.
3. Investigación futura: interacción con pinner, análisis longitudinal y análisis automatizado de imágenes y fuentes.

# Referencias

Gretzel, U. (2021). Dreaming About Travel: A Pinterest Netnography. En: Wörndl, W., Koo, C., Stienmetz, J.L. (eds) Information and Communication Technologies in Tourism 2021. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_23)