

Opiniones y Ensayos

La guía turística: un género textual que informa, enseña, sugiere y promueve

Giuseppe Simone Pedote*

Universitat Autònoma de Barcelona (España)

Resumen: Toda experiencia de viaje comienza con una fase preliminar en la que el turista consulta unos recursos que puedan orientarlo hacia la elección del algún destino, así como acompañarlo hacia el lugar elegido, entre las cuales destacan las guías. Este género textual, caracterizado por un discurso funcional específico, cumple un papel social y mediador entre el turista y las posibles localidades que desea visitar. Este trabajo, basado en una revisión de fuentes bibliográficas clave, tiene como objetivo reflexionar sobre las funciones de las guías turísticas, desde su génesis en la literatura de viaje hasta su difusión como producto editorial típico del sector. Además, se resaltarán su relevancia en la promoción de lugares y en la construcción de la identidad de los destinos. En definitiva, gracias a una construcción y articulación específica de su discurso, la guía turística se erige como un género textual único que simultáneamente informa, enseña, sugiere y promueve, cumpliendo cuatro objetivos fundamentales en la experiencia viajera.

Palabras clave: Guía turística; Literatura de viaje; Funciones textuales; Identidad de destinos; Promoción de lugares.

The tourist guidebook: a textual genre that informs, teaches, suggests and promotes

Abstract: Every travel experience begins with a preliminary phase during which the tourists consult resources to guide them in their choice of a destination to visit, or even to accompany them to their chosen destination, among which guidebooks stand out. This textual genre, characterised by a specific functional discourse, plays a social and mediating role between the tourists and the possible locations they wish to visit. This paper, based on a review of key bibliographical sources, aims to reflect upon the functions of tourist guidebooks, from their genesis in travel literature to their dissemination as a typical editorial product of the sector. It also studies their relevance in the promotion of places and in the construction of the identity of destinations. In short, thanks to a specific construction and articulation of their discourse, tourist guidebooks stand as a unique textual genre that simultaneously inform, teach, suggest and promote, fulfilling four fundamental objectives in the travel experience.

Keywords: Tourist guidebooks; Travel literature; Textual functions; Destination identity; Place promotion.

1. El relato de viaje como antecesor de la guía

Desde tiempos inmemorables el viaje es una temática que cautiva la imaginación y la curiosidad de escritores y lectores. Los relatos de viajeros sobre tierras lejanas y culturas diversas siempre han sido fuente de inspiración a lo largo de la historia, contribuyendo al florecimiento de la literatura de viajes. Aun así, estas obras suponen ciertos problemas para su análisis histórica, sobre todo para ser

* <https://orcid.org/0000-0001-6531-3065>; E-mail: Giuseppe.Simone@uab.cat

Cite: Pedote, G. S. (2025). La guía turística: un género textual que informa, enseña, sugiere y promueve. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(3), 925-930. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.058>.

consideradas como género literario, porque, en muchas ocasiones, se elaboraban mezclando mitos y leyendas con descripciones e informaciones para quienes querían emprender el mismo viaje.

Ya a partir de la Edad Media, es decir, cuando el viaje tenía unos matices y significados religiosos, siendo considerado como un camino terrestre hacia lo divino, es posible encontrar algunos relatos sobre las peregrinaciones a Tierra Santa y que se denominaron *Itinerarios latinos* (Arias Abellán, 2000). Sin embargo, en la época medieval no solo encontramos la religión como motivo principal del viaje.

Según afirma Alburquerque-García (2011: 21-22):

Algunos estudiosos de la literatura viajera en España recalaron en la Edad Media como período especialmente fecundo en obras de este género. [...] Misiones diplomáticas, de reyes o de pastores de la Iglesia, viajes comerciales, peregrinaciones, son los motivos principales que empujan a los viajeros a sus desplazamientos y posteriores relatos.

En efecto, dos de los relatos de viaje más famosos de la historia, es decir, el *Libro de las maravillas* de Marco Polo y el texto de la *Embajada a Tamorlán* de Ruy González de Clavijo, aparecen, respectivamente, en los siglos XIV y XV¹.

En cambio, en el siglo XVI estos relatos experimentan un notable avance gracias a los viajes de descubrimiento en el *Nuevo Mundo*, lo que dio lugar al florecimiento de un subgénero conocido como de la *Crónica de las Indias*, entre las cuales, cabe mencionar *El diario de los viajes* de Colón², sus *Cartas a los Reyes*, *Las cartas de Relación* de Hernán Cortés, los *Naufraios* de Alvar Núñez Cabeza de Vaca, *La historia verdadera de la conquista de la Nueva España* de Bernal Díaz del Castillo y *La crónica del Perú* de Pedro Cieza de León (Alburquerque-García, 2011: 24).

No obstante, para poder encontrar unas primeras formas de literatura de viaje más parecidas a las guías actuales, hay que adentrarse en el siglo XVII, concretamente, en los inicios de aquel fenómeno conocido como *Grand Tour* y que se considera como una de las primeras formas de turismo de la historia. La expresión *Grand Tour* se introdujo en la literatura de viajes en 1670 con la obra *The voyage of Italy* de Richard Lassels (Brilli, 1987: 48), quien en el prefacio de su obra dice:

[...] and no man understands Livy and Cesar, Guicciardini and Monluc, like him, who hath made exactly the *Grand Tour* of France, and th Giro of Italy³.

Inicialmente, esta forma de viajar fue un privilegio exclusivo de jóvenes varones, principalmente de origen inglés, pertenecientes a las clases aristocráticas y a la alta burguesía. El propósito del *Gran Tour* era mucho más que explorar lugares nuevos; su función primordial residía en la educación cultural de estos jóvenes y prepararlos para su futuro papel en la sociedad aristocrática. Dicho en otras palabras, se consideraba como un rito de iniciación que marcaba el tránsito de la juventud hacia la edad adulta y simbolizaba el ingreso a los círculos aristocráticos (Brilli, 1995: 18). Sin embargo, con el paso del tiempo, se difundió también entre la burguesía media, así como a escritores y artistas.

Y ya entrando en el siglo XVIII, las descripciones de los viajes empiezan a incluir temáticas filosóficas, éticas, antropológicos y, sobre todo, científicas (Fasano, 2007), puesto que se da inicio a las grandes exploraciones del mundo bajo los impulsos de la razón.

Por último, con el Romanticismo se produjo una separación entre la experiencia real del viaje y su representación literaria. De hecho, en el siglo XIX la literatura de viaje se enfocó en la belleza natural y el paisaje, reflejando una creciente nostalgia por los espacios rurales en contraste con la industrialización urbana. Y fue así como a inicios del siglo XX el viaje dejó de ser visto como un descubrimiento hacia lo desconocido, transformándose en un fenómeno más ligado a la sociedad de masas y a múltiples enfoques burgueses.

2. Breve historia de las guías turísticas

Tras esbozar un panorama general de la literatura de viajes a lo largo de la historia, este apartado se enfocará en el producto editorial más relacionado con la información y la descripción en la industria turística: las *guías*. Es importante destacar que la guía turística, aunque comparte ciertas características con la literatura de viaje, no debe confundirse con ella. La literatura de viajes es un género literario en el que el autor describe y reflexiona sobre sus vivencias en otras tierras, incorporando experiencias personales y elementos subjetivos, mientras que la guía turística tiene un propósito más práctico y

orientado a informar al lector de manera funcional sobre un destino. Para poder hablar de primeros proyectos editoriales de guías turísticas modernas, tal como los conocemos hoy en día, hay que remitirse a mediados del siglo XIX con la publicación de los manuales de Karl y Fritz Baedeker en Alemania y John Murray III en Inglaterra, en 1835 y 1836, respectivamente (Buzard, 2002: 48). Estas guías marcaron el final del Romanticismo y se convirtieron en herramientas prácticas para los viajeros. Entre sus características, cabe destacar por su tono más impersonal y su capacidad de proporcionar información práctica junto con reflexiones personales sobre determinados lugares.

Con la llegada de la Revolución Industrial, y el aumento del comercio y los medios de transporte, el viaje dejó de ser exclusivo de la aristocracia o de artistas y soñadores “inquietos”, abriéndose a la clase media, o la Veblen (1899) define *clase ociosa*, marcando el surgimiento del turismo tal como lo conocemos hoy en día y dando lugar a un nuevo concepto editorial con características propias: los mapas y las guías⁴.

Desde su introducción en el mercado editorial, las guías han sido obras objetivas que detallan informaciones sobre transportes, alojamientos, gastronomía, etc. Los famosos manuales rojos de Baedeker fueron los primeros en seguir esta estructura y se convirtieron en referencias para los viajeros que exploraban Europa en el siglo XIX (Arroyo Ilera, 2008: 419), dado que proporcionaban descripciones detalladas, información sobre monumentos, sugerencias de itinerarios, consejos sobre seguridad, etc., satisfaciendo las necesidades de un creciente número de viajeros, ahora denominados *turistas*⁵.

Aunque estas guías carecían de la amplia gama de imágenes y técnicas de seducción que caracterizan las guías modernas, proporcionaban igualmente una importante estructura básica para que los viajeros desarrollaran sus experiencias (Savelli, 1983: 86). Además, con el surgimiento de las primeras agencias de viajes, como la de Thomas Cook en 1841, y la llegada del *todo incluido*, las guías se convirtieron en una parte esencial de la preparación para el viaje, alcanzando en el siglo XX su máxima difusión a nivel mundial.

3. La guía como medio de información

La función principal de una guía turística es, sin duda, la *informativa*. El texto de una guía se convierte en un recurso vital para abordar la posible falta de información al que un turista se podría enfrentar explorando un destino. En este sentido, la guía, al ofrecer datos esenciales, también actúa como un medio para construir significados, conectando al lector con el lugar que desea visitar; regiones, áreas geográficas, ciudades o pueblos se describen de manera que el lector pueda planificar su viaje.

Una característica distintiva del discurso en las guías turísticas es el compromiso narrativo que impone al lector: todo lo que se informa o se describe debe ser veraz. A diferencia de otros géneros literarios, las guías no dejan margen para la ambigüedad entre la realidad y la ficción, y de esta manera, el lector comprende que toda la información proporcionada será corroborada durante su visita. Un simple relato, en cambio, puede incluir aventuras y anécdotas personales, mientras que la guía se enfoca en presentar las posibilidades de viaje y la probable historia que el visitante vivirá⁶.

Por lo tanto, es un productor editorial que ofrece una visión general de lo que el visitante puede y quiere encontrar, destacando sus características y particularidades, al tiempo que proporciona información valiosa para satisfacer sus necesidades y, por qué, su curiosidad. Gracias a su característica de informar y describir a la vez, las guías turísticas actúan como una representación literaria del espacio: cuantos más lugares, sitios y monumentos se describan, y cuanto más completa sea la información presentada, mayor será su utilidad y funcionalidad.

4. La guía como medio de construcción del imaginario

Las guías turísticas, no solo se caracterizan por ser un texto informativo, sino también descriptivo, puesto que encajan perfectamente con la definición que da de estos el *Diccionario de términos clave de ELE* del Instituto Cervantes:

Un texto descriptivo tiene como principal objetivo informar acerca de cómo es, ha sido o será una persona, objeto o fenómeno (descripción objetiva), presentados a veces desde impresiones o evaluaciones personales (descripción subjetiva). Suele definirse como una pintura hecha con palabras⁷.

Y para que puedan “pintar con palabras”, las guías son el resultado de un largo proceso de elaboración y, sobre todo, disciplinar, dado que no inventan nada.

Según Ragonese (2010a: 14), cada guía turística es el resultado de una labor de investigación y fusión de diversos textos, rara vez escritos desde cero. En su lugar, se apoyan en información y descripciones de ediciones anteriores, en un proceso de actualización constante. Por lo tanto, su perspectiva siempre estará dirigida hacia la experiencia que el viajero tendrá, contribuyendo así a la construcción de la imagen e identidad del destino, tanto dentro del panorama turístico como en el imaginario colectivo. Al formular su discurso, las guías generan mensajes que construyen la percepción del lugar convirtiéndola en un imaginario general sobre una localidad, ciudad o región. Es decir, el lenguaje utilizado en estas obras parece ser tan influyente en la representación de la realidad como en su misma construcción.

Además, la guía actúa como una herramienta de mediación cultural entre el lugar, sus habitantes y los visitantes (Tramontana, 2010: 43), pues interpreta y comunica el lugar hacia el exterior, teniendo consecuencias en la construcción e influencia del imaginario. Para comprender cómo el discurso turístico puede influir en la construcción de la identidad local, convirtiéndola en turística, es crucial considerar los mecanismos subyacentes a esta interpretación.

En este sentido, dos contribuciones fundamentales para delinear el poder de las guías en la construcción de la identidad turística de un territorio son las de John Culler (1988) y Dean MacCannell (1989). Estos dos autores proponen un análisis del comportamiento de los turistas para entender cómo influye en ellos la comunicación de estas obras. Según Culler y MacCannell, los visitantes pueden considerarse como auténticos semiólogos de campo, buscando signos que otorguen significado a la realidad que los rodea.

Culler (1988: 2), por un lado, parte de la teoría de los signos de Roland Barthes (1967: 41), quien sostiene que la realidad es un sistema de signos por los cuales el hombre se mueve, interpretando cualquier cosa como el signo de algo más, participando continuamente en el proceso de significación. Durante la visita, los turistas buscan, encuentran y leen las señales que el lugar les comunica, centrando su atención en lo que consideran sus expresiones y su cultura.

Por otro lado, MacCannell (1989: 41-48) describe este fenómeno con más detalle, explicando que los turistas están implicados en un proceso de significación facilitado por marcadores en el territorio, que atraen su atención y señalan lo que merece ser destacado. Estos marcadores pueden ser físicos, móviles (como folletos) o externos al lugar (como *souvenirs*), contribuyendo así a la percepción turística del destino.

La teoría de los marcadores ofrece una explicación clara sobre cómo funcionan las guías en relación con el lugar, dado que estas mismas pueden servir como marcadores turísticos, proporcionando información tanto en el sitio como en fase de desplazamiento, y contribuyendo a la construcción de la imagen turística del lugar.

Por lo tanto, las guías no solo informan sobre un territorio, sino que también contribuyen activamente a definirlo como destino turístico. Su contenido se basa en una extensa investigación y un excelente trabajo de síntesis de información previa, presentando una visión selectiva y privilegiada del lugar, lo cual implica que estos textos sean capaces de poner en marcha múltiples funciones, desde informar y divulgar datos hasta despertar emociones y curiosidad en el lector, construyendo rutas e itinerarios adaptados a sus necesidades.

En definitiva, el texto de la guía desempeña un papel crucial en la representación del espacio y la definición de la imagen turística del área de interés. Su influencia va más allá de la mera información y descripción, dado que moldean la percepción del turista y contribuye a la construcción de la identidad turística de un destino.

5. Conclusiones

A partir de lo expuesto anteriormente, se puede concluir que la guía turística cumple una doble función pragmática, dado que acompaña a los turistas durante sus recorridos y tiene el propósito de promocionar los destinos. El discurso y la narrativa presentes en estas guías, con su estilo peculiar de comunicación y presentación de los lugares de interés, tienen un fuerte componente que en lingüística se define *prescriptivo*³, porque influyen en el comportamiento de los turistas, quienes deciden visitar o no los lugares descritos en base a esta información. Además, es importante considerar el papel de mediación que desempeñan las guías, actuando como una herramienta que facilita la conexión entre el lector-visitante y el lugar en cuestión. Ya sea consultadas en el lugar o durante la planificación de un viaje, estas guías efectivamente “guían” al lector hacia la elección de una ruta o hacia la exploración de lugares específicos, proporcionando una clasificación jerárquica de las atracciones disponibles.

En este contexto, resulta fundamental destacar la contribución de Andrea Tramontana (2010: 43), quien profundiza en el análisis del discurso turístico presente en las guías centrándose en su función como mediadoras culturales. Por un lado, estas guías proporcionan valiosas interpretaciones del territorio a sus lectores, convirtiéndose en una herramienta estratégica para comprender la historia, características y diferencias culturales del lugar en relación con el origen de los visitantes. Por otro lado, cumplen un papel crucial al interpretar los destinos y ofrecer una visión detallada y completa que facilite al visitante seguir itinerarios probados durante su visita.

El texto de la guía turística puede interpretarse en varios niveles, ya que no se limita simplemente a describir la localidad, sino que también proporciona información crucial que orienta la perspectiva del lector. Además, sus estrategias comunicativas son especialmente efectivas cuando se trata de lugares de interés histórico o cultural, donde el viajero requiere ayuda para interpretar y comprender, y esta ayuda se brinda, precisamente, a través de la narración. Se trata de interpretaciones del lugar que ejercen una fuerte influencia en la imaginación del lector, motivándolo a visitar ciertas atracciones y elegir determinadas rutas sobre otras.

En definitiva, la guía turística podría considerarse como el único género textual que cumple con cuatro objetivos fundamentales en la experiencia viajera: 1) informar a los lectores sobre los lugares mediante la divulgación de información y consejos; 2) enseñar, principalmente a través de la descripción de los lugares; 3) sugerir e impulsar a la acción; 3) promocionar. Y todo esto se logra mediante la construcción de un discurso específico articulado según los actores involucrados en la comunicación turística y sus roles en el proceso de significación, lo que confiere un valor pragmático a este peculiar producto editorial.

Bibliography

- Albuquerque-García, Luís (2011). El 'relato de viajes': hitos y formas en la evolución del género. *Revista de Literatura*, 73(145), 15–34.
- Arias Abellán, Carmen (2000). *Itinerarios latinos a Jerusalén y al Oriente cristiano*, Sevilla: Universidad de Sevilla, Secretariado de Publicaciones.
- Arroyo Ilera, Fernando (2008). Geografía, literatura e ideología en la segunda mitad del siglo XX: las "Guías de España" de Ediciones Destino. *Estudios Geográficos* 69, 265: 417- 452.
- Barthes, Roland (1967). *Elements of semiology*, New York, Hill and Wang.
- Brilli, Attilio (1987). *Il viaggio in Italia. Storia di una grande tradizione culturale dal XVI al XVII secolo*, Milano, Silvana Editoriale.
- Brilli, Attilio (1995). *Quando viaggiare era un'arte. Il romanzo del Grand Tour*, Bologna, Il Mulino.
- Buzard, James (2002). The Grand Tour and after (1660-1840). En Peter Hulme y Tim Youngs (coord.), *The Cambridge Companion to Travel Writing*, pp. 37-52, Cambridge: University Press.
- Calvi, Maria Vittoria (2009). El lenguaje del turismo. En Maria Vittoria Calvi (coord.), *Las lenguas de especialidad en español*. Roma: Carocci.
- Culler, Jonathan (1988). *Framing the sign: criticism and its institutions*, Norman: University of Oklahoma Press.
- Instituto Cervantes (2008). *Diccionario de términos clave de ELE*, Editorial SGEL. Disponible en línea: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/
- Fasano, Pino (2007). Letteratura di Viaggio. En *Enciclopedia Italiana Treccani Online*, Apéndice VII. Disponible en: http://www.treccani.it/enciclopedia/letteratura-di-viaggio_%28Enciclopedia-Italiana%29/
- González Morales, Juan Carlos (2015). Los orígenes de la industria española de los forasteros. *Cuadernos de historia contemporánea*, N.º 37 (Ejemplar dedicado a: Dossier: *España como potencia turística. Una visión a largo plazo*), pp. 145-175.
- Lassels, Richard (1670). *The Voyage of Italy, Or A Compleat Journey Through Italy*, Newly printed at Paris, and are to be sold in London, by John Starkey. Documento digitalizado disponible en Google libros: https://books.google.es/books?id=65FCAAAAcAAJ&newbks=1&newbks_redir=0&dq=Richard%20Lassels&hl=es&pg=PP26#v=onepage&q=grand&f=false [consulta: 20/03/2024]
- MacCannell, Dean (1989). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York: Schocken Books
- Ragonese, Ruggero (2010a). Guide turistiche: un'introduzione. En Alice Giannitrapani e Ruggero Ragonese (coord.), *Guide turistiche. Spazi, percorsi, sguardi*. En "EC", *Rivista dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Anno IV, 6, pp. 5-18

- Ragonese, Ruggero (2010b). Stabilità e instabilità narrative: spazi e percorsi nelle guide turistiche. En Alice Giannitrapani e Ruggero Ragonese (coord.), *Guide turistiche. Spazi, percorsi, sguardi* En “EC”, *Rivista on-line dell’AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Anno IV, 6, pp. 51-60.
- Ríos Reviejo, María Teresa (2014). De mapas y guías. En Carolina Miguel Arroyo y María Teresa Ríos Reviejo (coord.), *Visite España: La memoria rescatada*, pp. 66-97, Ministerio de Cultura: Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación.
- Ruhstaller, Stefan (1992). Bartolomé de las Casas y su copia del Diario de a bordo de Cristóbal Colon. Tipologías de las apostillas. *Cauce* 14-15, Centro Virtual Cervantes, pp. 615-637 .
- Savelli, Asterio (1983). Comunità territoriali, istituzioni e bisogni di orientamento: dalla partecipazione all’efficienza. *Formazione e società*, n.º 8, pp. 83-90.
- Tramontana, Andrea (2010). Il ruolo della guida turistica nel processo di interpretazione di un sito culturale. En Alice Giannitrapani e Ruggero Ragonese (coord.), *Guide turistiche. Spazi, percorsi, sguardi*. en “EC”, *Rivista dell’AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Anno IV, 6, pp.43-50.
- Veblen, Thorstein (1899). *Teoría de la clase ociosa*, [Traducido por Carlos Mellizo (2008)], Madrid: Alianza Editorial.

Notes

- ¹ Para profundizar más sobre la literatura de viaje entre la Edad Media y el Humanismo, véase Alburquerque-García (2011: 21.26)
- ² Con respecto al diario del primer viaje colombino a América, cabe señalar que la transcripción más importante de este es la realizada por Bartolomé de las Casas presumiblemente entre 1527 y 1540. Para más informaciones, véase: Ruhstaller S. (1992).
- ³ Documento digitalizado disponible en Google libros: https://books.google.es/books?id=65FCAAAAcAAJ&newbks=1&newbks_redir=0&dq=Richard%20Lassels&hl=es&pg=PP26#v=onepage&q=grand&f=false [consulta: 20/03/2024].
- ⁴ Según Ríos Reviejo (2014: 67): [...] Hablar de mapas turísticos implica hablar del cambio que se produce en el siglo XIX respecto al viaje y a la intención del viaje. Viajar comienza a ser considerado un acto de ocio, un deseo de conocer nuevas culturas y geografías de las que después poder hablar en nuestros círculos de amistades y de las que tener un recuerdo propio [...].
- ⁵ Con respecto a la palabra *turista* y su aceptación en el *Diccionario de la RAE*, González Morales, en un estudio publicado en 2015, cita las palabras del historiador Francisco Javier Sánchez Cantón, según el cual: [...] Tiene el castellano palabra definidora de estos peregrinos laicos, la registra el Diccionario académico, más nunca fue usual. Tres son las causas que mueven a viajar: necesidad, oficio y gusto. Llámase *viajero* al sujeto de la primera acción; *viajante*, el de la segunda, y el de la tercera, *viajador*, vocablo que debiera difundirse para destierro de turista, que es feo galicismo. [...]. Para más información, véase González Morales (2015: 146). file:///C:/Users/1399340/Downloads/La_industria_de_los_forasteros_espanola_en_sus_ori.pdf
- ⁶ Para más información sobre un análisis referente a los espacios e itinerarios en las guías turísticas, véase: Ragonese (2010b).
- ⁷ Definición recuperada del *Diccionario de términos clave de ELE* disponible en línea en el Centro Virtual Cervantes: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/txtdescriptivo.htm [consultado con fecha de 05/03/2024].
- ⁸ Según Calvi (2009: 2014), [...] las primeras guías, dirigidas a un público restringido y de alto nivel sociocultural, presentaban una amplia riqueza informativa y un lenguaje de registro elevado con profusión de tecnicismos [...]. En lo sucesivo, la guía ha conservado su misión informativa, tanto en la dimensión cultural como en la práctica, realizando el mismo tiempo una función prescriptiva, que se manifiesta en la elección de los aspectos merecedores de atención (lo que hay que ver y cómo).

Recibido: 21/03/2024
Reenviado: 18/11/2024
Aceptado: 18/11/2024
Sometido a evaluación por pares anónimos