

**UNIVERSITAT  
JAUME I**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**Comparación de tipologías de periodismo de viajes en  
tres programas de Cuatro: Callejeros Viajeros, Desafío  
Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)**

Minerva Serrano Beltrán

Curso 2014-2015

Grado: Periodismo

Tutor: Sonia González Molina

Email: [al225666@uji.es](mailto:al225666@uji.es)

“Los viajes sirven al hombre para  
llegar al lugar donde está la noticia”  
José Acosta Montoro

<b>1. Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Hipótesis.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Marco teórico y/o revisión de la literatura académica.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Historia del periodismo de viajes.....</b>	<b>8</b>
2.1.2. El periodismo de viajes como una especialización .....	9
<b>2.3. Periodismo de viajes vs. Periodismo turístico .....</b>	<b>11</b>
<b>2.4. La importancia de la imagen en el periodismo de viajes.....</b>	<b>14</b>
<b>2.5. El periodista de viajes .....</b>	<b>15</b>
<b>2.6. Reportaje televisivo de viajes.....</b>	<b>16</b>
2.6.1. Temática de los reportajes de viajes.....	16
<b>3. Metodología .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1. Técnica de investigación .....</b>	<b>17</b>
<b>3.2. Cuestiones de procedimiento .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3. Muestra de la investigación.....</b>	<b>20</b>
<b>4. Resultados .....</b>	<b>20</b>
<b>4.1. Resultados análisis de contenido.....</b>	<b>20</b>
4.1.1. Tipología temática.....	20
4.1.2. Protagonistas y presentadores .....	22
4.1.3. Recursos y técnicas .....	23
4.1.3. Lenguaje .....	25
4.1.4. Contexto.....	27
4.1.5. Fuentes .....	27
4.1.6. Interés humano y datos informativos .....	28
4.1.7. Motivos de la emigración .....	29
<b>4. Conclusiones.....</b>	<b>30</b>
<b>5. Bibliografía.....</b>	<b>32</b>
<b>6. Anexo .....</b>	<b>34</b>

## RESUMEN:

El periodismo de viajes es una especialización periodística que ha conseguido un gran auge en los últimos años aunque nació prácticamente al mismo tiempo que el propio periodismo con las crónicas viajeras de guerra y descubrimientos. Ahora, con la evolución de la imagen y la importancia que ha acogido la descripción, el periodismo de viajes ha evolucionado hasta llegar a lo que se conoce hoy en día, los reportajes y documentales televisivos. Este trabajo se centra en la comparación de tres de estos programas, *Callejeros Viajeros*, *Desafío Extremo* y *Fogones Lejanos*, todos pertenecientes a Cuatro (Mediaset) y de sus contenidos para comprobar que cumplen las características que conforman los programas de periodismo de viajes. En este marco, se examinan los protagonistas, los presentadores, la tipología temática, las técnicas, los recursos y las fuentes de estos programas. La metodología se basa en la aplicación del análisis de contenido. En total, se han sometido a estudio 16 programas televisivos (cuatro de cada programa). Los resultados demuestran una total aplicación de los rasgos diferenciadores estudiados en los tres programas de televisión, confirmando que todos corresponden a la especialización periodística de periodismo de viajes. También se ha demostrado el poco desarrollo que tiene este periodismo, ya que una gran parte de la audiencia encuestada no concluye que los tres programas sigan este modelo.

**Palabras Clave:** Periodismo, Viajes, Geografía, Turismo

## ABSTRACT:

Travel journalism is a journalistic specialization that has achieved a boom in recent years although it was born about the same time that journalism itself with the traveling chronicles of war and discoveries. Now, with the evolution of the image and the importance that has received the description, travel journalism has evolved into what is known today, reports and television documentaries. This paper focuses

on the comparison of three of these programs, *Callejeros Viajeros, Desafío Extremo and Fogones Lejanos*, all of them belonging to Cuatro (Mediaset), and its contents to check compliance with the characteristics that make them travel journalism programs. In this context, actors, presenters, thematic typology, techniques, resources and sources of these programs are examined. The methodology is based on the application of content analysis. A total of 16 programs (four of each TV program) were subjected to content analysis for this study. The results show a total application of the distinguishing traits studied in all television programs, confirming that all correspond to the journalistic specialization of travel journalism. It has also shown the little development that has this journalism brand since a large part of the audience does not conclude that the three programs follow this model.

**Key Words:** Journalism, Travel, Geography, Tourism

## 1. Introducción

Dentro de la profesión periodística existen un gran número de especialidades muy diferentes entre ellas y unas más conocidas que otras. Una de esas especialidades menos conocidas pero que ha crecido considerablemente en los últimos años es la del periodismo de viajes. Como la mayoría de las especialidades, este tipo de periodismo se ofrece en varias plataformas, como pueden ser las revistas impresas, las revistas digitales o la más consumida en los últimos tiempos: la televisión. Esta última será la estudiada en este caso.

En la actualidad, muchas son las cadenas televisivas que han optado por la realización de programas relacionados con los viajes y el turismo, aunque no todos utilizan las mismas técnicas. Estas emisiones están en auge por mostrar una realidad distinta a sus espectadores, que pueden encontrar un entretenimiento un tanto diferente, pero del que pueden disfrutar a través de otros. En España, uno de los canales de televisión que más ha apostado por este tipo de periodismo es

Cuatro (Mediaset). En el se pueden ver diferentes tipos de programas relacionados con el periodismo de viajes que, aunque compartan la finalidad de mostrar partes del mundo a los espectadores, no lo hacen de igual forma. Se han escogido todos de la misma cadena para que la comparación sea más fiel, dado que tienen una audiencia predefinida y no varía tanto como si se analizan programas de diferentes canales televisivos. En este caso, los programas que se van analizar van a ser *Callejeros Viajeros*, *Desafío Extremo* y *Fogones Lejanos*, todos pertenecientes a Cuatro y con la intención de enseñar distintos lugares al público que les ve, aunque cada uno de ellos lo hace de una manera diferente. El primero, *Callejeros Viajeros*, se centra en mostrar ciudades y países extranjeros a través de españoles o gente que sepa español y que esté viviendo en esos lugares; el segundo, *Desafío Extremo* enseña destinos más atípicos, haciéndolo a través de una serie de deportes extremos. El tercero, *Fogones Lejanos*, también se encarga de expone ciudades pero no lo hace solo a través de sus monumentos, sino con otro tipo de cultura popular: su gastronomía más típica.

Aquello que se verá estudiado y reflejado en el trabajo serán los diferentes protagonistas de cada programa, que tipo de recursos utilizan para cada tipo, las personas encargadas de llevar a cabo el programa, principalmente los reporteros que viajan hasta el lugar y contextualizan y ubican a los espectadores, y también las técnicas que se utilizan para adecuarlas a cada tipo de programa.

Para ello, la metodología principal que se va a usar va a ser el análisis de contenido de los aspectos mencionados en el párrafo anterior a través del visionado de un total de cuatro capítulos de cada tipo. Además, también serán realizadas una serie de encuestas a los espectadores o posibles espectadores de este tipo de programas en las que se comprobará, entre otras cosas, si consideran que los diferentes fondos temáticos de los programas a investigar forman parte de la especialización periodística de viajes, si creen que el contenido creado es interesante y está mostrado de una forma correcta.

Las emisiones analizadas estarán comprendidas en el periodo 2006-2014, años en los que se han emitido las diferentes temporadas de los programas. *Callejeros Viajeros* ha realizado cinco temporadas, entre 2009 y 2013, con un total de 205 programas, siendo el más extenso de los tres. *Desafío Extremo* cuenta con siete temporadas entre 2006 y 2014 y 54 programas, y por último *Fogones Lejanos* ha sido estrenado en 2014, por lo que sólo tiene una temporada de 10 programas.

Dado que hay un gran número de programas emitidos entre los tres, se analizarán cuatro capítulos de la primera temporada de cada espacio televisivo. Con esto se establecerán las diferencias y las similitudes que pueden tener entre ellos y comprobar además si hay una evolución del modelo de esta especialización periodística en el mundo de la televisión.

### 1.1. Objetivos

A partir de este estudio de programas de periodismo de viajes, esta investigación plantea tres objetivos específicos:

O1. Comparar diferentes tipos de periodismo de viajes, dado que los tres programas a estudiar tienen la misma finalidad en el fondo, mostrar el lugar que visitan, pero cada uno lo hace a través de una manera diferente: visitas a través de los españoles o hispanoparlantes que viven en ese sitio, la comida del lugar o experiencias deportivas.

O2. Descubrir las técnicas del periodismo de viajes conjuntamente con los diferentes recursos de este tipo de periodismo que se podrá extraer tras el visionado de los diferentes programas.

O3. Descubrir si hay una evolución y cambios en los modelos periodísticos de este periodismo o si el método que se utiliza para llegar al público que consume este periodismo es el mismo.

## 1.2. Hipótesis

Teniendo en cuenta estos objetivos, se plantean las siguientes tres hipótesis específicas a verificar en nuestro análisis:

H1. Existen diferentes maneras de hacer periodismo de viajes, aunque todas compartan una misma finalidad.

H2. El periodismo de viajes utiliza técnicas y recursos típicos del cualquier especialidad periodística, como son la documentación previa, la música o la narración en off.

H3. El periodismo de viajes en televisión ha evolucionado en cuanto a los contenidos utilizados para dirigirse a la audiencia.

## 2. Marco teórico y/o revisión de la literatura académica

### 2.1. Historia del periodismo de viajes

El deseo por explorar e investigar espacios desconocidos es algo inherente al ser humano. Todos los pueblos tienen en común ese afán por descubrir aquello desconocido e ir más allá de lo que se sabe por lo que “esta curiosidad innata, el afán por aprender y descubrir lo que está más allá de la colina, la pasión por conocer y poseer, en definitiva, la aventura por sí misma, fueron los motivos que impulsaron a los hombres a viajar y descubrir el planeta” (Belenguer Jané, 2002). Así pues, el viaje no es solo una necesidad física de las personas, sino también una necesidad psicológica. El gran auge que ha adquirido la actividad turística en gran parte del mundo ha desarrollado la necesidad de que este sector, para atraer a viajeros tanto del extranjero como del territorio nacional, se apoye en herramientas de divulgación, que puedan tener un gran alcance y que puedan llegar al público de forma directa. El turismo y los viajes y el periodismo se han convertido en la actualidad en tres términos muy importantes en la sociedad por su importancia cultural, económica e incluso política.

Aunque parezca que es en el presente más cercano cuando aparece esta especialización, hay que tener en cuenta que desde la Antigüedad, y al finalizar el



mundo antiguo, desde el Medioevo hasta los tiempos actuales, muchos descubridores pasando por los Vikingos, los árabes, la Europa Cristiana y llegando al renacimiento, ya escribían sobre todo aquello que veían y descubrían en lo que eran sus viajes. Así pues, tal y como indica Mariano Belenguer Jané (2002), “el periodismo de viajes nace en el mismo momento en que nace el periodismo en general y que esta temática es la fundadora de un género concreto que es la crónica”. Otros autores, como Vázquez Montalbán (1980) apoyan esta aportación de Belenguer, pues afirma que la crónica, pieza periodística que se relaciona fuertemente con esta especialización, fue un género inicial de la comunicación impresa, lo que nos da a entender que el periodismo de viajes fue uno de los tópicos pioneros en esta profesión. También expone que hay tener en cuenta que este periodismo ha sido una temática un tanto infravalorada a pesar de esta trayectoria, ya que no ha adquirido un grado de importancia hasta la actualidad, pero desde lo que es el ámbito periodístico propiamente dicho, el periodismo de viajes “ya no se considera como periodismo de segunda categoría, si no que cada vez más se le otorga un *status* de privilegiados a aquellos profesionales que pueden ejercer esta especialidad”. Los viajes se han acabado convirtiendo en un tema de interés periodístico desde diferentes puntos de vista y ópticas y como tal disfruta de una gran demanda por parte de un lector o espectador que ha ido creciendo en los últimos años.

### **2.1.2. El periodismo de viajes como una especialización**

La referencia que tiene el periodismo de viajes dentro de la actividad periodística hace que se tenga que hablar de un periodismo especializado, definido por Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve Ramírez como “aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de un determinado área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode el código a la altura propia de la audiencia, atendiendo sus intereses y necesidades”. Por una parte, el periodismo generalista se guía fundamentalmente por el concepto de

noticiabilidad, que tributa en primer lugar a la actualidad y a la información emergente, “aquel que se empeña en trascender la inmediatez y el conocimiento básico” (Rodríguez Betancourt, 2006). Este tipo de periodismo, con un carácter diario, impone un ‘culto a la rapidez’ que dificulta la capacidad de llegar a todos los asuntos y la posibilidad de tratarlos con la profundidad y el detalle que requiere un público diversificado e inteligente (Edo, 1994), es decir, prioriza, ante todo, la rapidez en el proceso de selección, elaboración y presentación de la información. Para el periodismo especializado, el rigor de la investigación está por encima del rigor de la urgencia noticiosa, no se trata de llegar primero sino de llegar con ¡la mejor información, la más completa y profunda”, por lo que no puede depender de los estándares espacio-temporales del periodismo generalista (Rodríguez Betancourt, 2006). Por otro lado, Montserrat Quesada (2001) destaca que la modalidad profesional especializada es capaz de explicar no solo el qué, sino sobre todo el porqué de los hechos, las consecuencias que ello puede significar, y “qué es lo que no ocurrió, aunque tal vez debiera haber ocurrido”, y que al no cultivar la rutina propia del diarismo, de la información orientada a satisfacer la curiosidad inicial, va más allá, profundiza un saber específico desde el rigor del conocimiento y el análisis, sin olvidar jamás, como expresión que se genera a partir de la profesión periodística, los intereses del público y los condicionamientos del medio por el que se trasmite. Además, Montserrat Quesada (1998) añade que la metodología es lo importante en la especialización periodística: “el periodismo especializado es el que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de la investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales”.

De todo lo explicado anteriormente *renace* un periodismo o una prensa que ayude a generar una opinión pública, haciendo que esta última, la audiencia de esta especialización, acabe comprendiendo la necesidad del turismo y los viajes; que no esté sólo en las páginas de sociedad, sino que sea un cúmulo de apartados, como puede serlo la economía. Esta especialización es el llamado periodismo de

viajes o periodismo turístico. Pedro Eduardo Rivas Nieto (2006) hace una reflexión que ayuda a entender el porqué del nacimiento de esta especialización periodística, pues indica que “todo viaje implica un deseo de aventura entendida como la entrada de lo desconocido en lo conocido. Sin embargo, es complicado delimitar los contornos de los relatos de viajes y, más difícil, hacerlo con los del periodismo de viajes. Un texto de viajes surge de la necesidad de narrar las experiencias vividas; nace del deseo de contar a los demás lo que al viajero le ha sorprendido porque el viajero –el verdadero viajero- tiene algo de narrador, de informador. Por eso relatar un viaje es algo connatural al propio viaje.” Otros autores apoyan esta reflexión pues “saber viajar es saber observar, y después narrar lo observado” (Martín Vivaldi, 1987). Además, tal y como dice Casasús (1993), “los libros de viajes, las descripciones de paisajes, el reportaje sobre un país desconocido, el relato de la aventura insólita, han generado en todas las literaturas una fuente de soluciones estilísticas para el periodismo”. Así pues, un periodista especializado en esta temática tiene todo lo que es necesario para transmitir a la audiencia su *relato* “sin que se pierda ni una sola de sus propiedades, sin mermar el sentido de la historia, sin dar una visión rebajada del proceso, sin desvirtuar su naturaleza exacta” (Casasús 1993).

### 2.3. Periodismo de viajes vs. Periodismo turístico

Antes de seguir ampliando el tema es preciso aclarar un concepto. Aunque ambos términos, periodismo de viajes y periodismo turístico, realmente sean percibidos como lo mismo por el público dado que comparten las mismas características a ojos de la audiencia, a partir de ahora, la investigación se referirá en todo momento a periodismo de viajes, ya que si se destacan en las diferencias entre *viaje* y *turismo*, y *viajero* y *turista* que propone Mariano Belenguer Jané, encontramos las siguientes apreciaciones:

- El turista es aquel que viaja por placer y el viajero aquel que viaja por un periodo más largo y que además relata su viaje.
- El turismo comprende una actividad con un principio y un fin, una ida y una vuelta, es decir, se trata un circuito cerrado. Según Javier Reverte (1997), el turista busca

un viaje que esté planificado de antemano para que no haya imprevistos; el viajero, aunque puede coincidir en destinos o medios de transporte, tiene un espíritu diferente que le anima a narrar y mostrar sus viajes a otros. “El viajero es un ser caracterizado por una patológica ansiedad por largarse. Irse es su razón primera de ser. Y para irse siempre hay un pretexto. El destino del viaje para el turista es su razón principal. Para el viajero el punto de destino es más impreciso: se trata de un pretexto sustancialmente, aunque alcance a cumplirlo” (Reverte, 1997).

-Aunque se hayan visto estas definiciones que enmarcan los dos términos, también se tiene que tener en cuenta que son apreciaciones subjetivas y no universales, y que en cualquier momento un turista puede convertirse en viajero o un viceversa.

Normalmente, cuando se habla de periodismo de viajes también se está haciendo una llamada solo al periodismo social, pero para autores como Belau (1966), la comunicación turística o de viajes puede completar las tres funciones del periodismo: informar (informaciones políticas, económicas...), formar (educar, enseñar) y el entretenimiento. Así, el espectador comprende que el turismo y los viajes no son solo un pasatiempo que se realiza por placer, sino que es una actividad que puede acabar favoreciendo el progreso de una ciudad o de un país, acrecentando incluso la calidad de vida de los ciudadanos, ya sean los propios consumidores, la audiencia o los residentes. Junto con Belau, otros expertos como Bordenave (1984) y Ruschmann (1990) explican que la comunicación es lo más necesario para que la actividad turística se desarrolle de una manera totalmente eficiente y eficaz, siendo la principal herramienta para que un turista o viajero alcance el producto que quiere consumir. También es cierto que Ruschmann (1990) aplica estas ideas principalmente para el desarrollo del turismo, pues su importancia tanto económica como social y cultural necesita que los poderes públicos, en este caso el periodismo, para ser capaces de orientar a la población receptora. La principal intención que describe Ruschmann es la de conseguir crear una mentalidad favorable a la actividad turística, con una secundaria que es la de que la población local acabe estableciendo una relación de armonía y en

consonancia con el turista.

El desarrollo actual envuelto de tecnología ha facilitado que el hombre llegue a los lugares más escondidos del planeta y el periodismo es la mejor herramienta para difundir y extender esa información hacia un público interesado en ello. Este tipo de periodismo, como muchas otras especialidades, muestran que el receptor es capaz de reproducir los mensajes difundidos por la prensa utilizando su ámbito cultural, personal y todo lo que reside en él. Los viajeros integrados entre la gente, que participando en su cultura para conocer mucho mejor aquello que les rodea diariamente, podrán mostrar sus *descubrimientos* a través del periodismo de viajes.

El turismo se ha vuelto necesario para el desarrollo de muchos países, no solo por el enriquecimiento que puede promoverse, sino también por el legado histórico o natural del lugar. Además, poco a poco el anhelo por los viajes ha ido creciendo para las personas, convirtiéndose ya no en el método para descubrir o aprender, sino que también para mejorar su cultura de ocio. Gracias a las técnicas de las que se ve provisto el periodismo, esta rama especializada de la prensa hace llegar a la gente información sobre la cultura de los diferentes destinos turísticos, así como sus infraestructuras o todo aquello que puede llegar a hacer o vivir siendo turista en las diferentes localidades de un país como turistas. Pero no solo eso, también informa de los derechos y deberes que tiene que tener una persona como turista en los diferentes lugares, ya que se tiene que tener en cuenta que realmente en este tipo de periodismo no se está promocionando dicho país, si no que principalmente se pretende informar a la audiencia sobre aquello que puede, y en ocasiones, que debe hacer en otras ciudades u otros países. El periodismo de viajes sirve para que el turismo llegue a más países y personas que quieran viajar, y sin él y sus recursos sería mucho más difícil traspasar las fronteras físicas que existen. Se puede encontrar periodismo de viajes en diferentes soportes, como por ejemplo revistas, programas de radio o programas de televisión, todos enfocados hacia los diferentes colectivos de viajeros que existen y a los que puede interesar las diferentes ramas relacionadas con ello, como puede ser el propio turismo, la geografía, la naturaleza o la antropología. “Es un hecho que hoy existe una prensa

especializada en viajes, un periodismo especializado que arranca por un lado, de los relatos y literatura de viajes y, por otro de los textos de divulgación científica y geográfica” (Belenguer Jané, 2002).

#### **2.4. La importancia de la imagen en el periodismo de viajes**

Tal y como dice Pasquali (1973), las personas conviven en una sociedad, conformando relaciones de todo tipo y sobre todo, comunicándose. Dicha comunicación tiene un impacto en las personas, y la información debe ser controlada, algo que el periodismo puede conseguir. Debido a que el periodismo de viajes actual pretende llegar al máximo número posible de personas, la reproducción de los paisajes en imágenes para aprovechar su capacidad descriptiva es muy importante. Esto empezó a hacerse evidente en el siglo XVIII, cuando comenzó la Ilustración. Los programas deben comenzar destacando aquello más importante que se quiere describir y mostrar, es lo esencial, es donde está comprendida la información más principal, como el quién, el cuándo y el dónde. A medida que se avanza, en el cuerpo del reportaje o noticia, hay que reunir la información y los rasgos distintivos apropiados. Explicar el cómo, el porqué y los resultados dentro de un contexto concreto y apropiado. Una vez que el periodista conoce estos datos, los muestra de una forma bien explicada, que sea lo más apropiada posible para que el espectador lo comprenda y lo comparta. (Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, 2003). La documentación del tema es otra premisa del periodismo especializado que debe cumplirse en el periodismo de viajes y que ayuda a las imágenes que van a ser trasladadas posteriormente. Por esta necesidad descriptiva nombrada anteriormente, muchas televisiones ocupan sus espacios televisivos con programas dedicados al periodismo de viajes, vinculándolas muchas veces con el aspecto humano a través de la explicación de su historia, sus costumbres y sus leyendas. En estos programas prima “la descripción de situaciones, escenarios, procesos y personajes que permitan entender mejor el contenido. La información va acompañada de testimonios y comentarios solventes” (Gómez Marín, 2009).

Una de esas cadenas ha sido Cuatro, propiedad de Mediaset España

Comunicación. En ella podemos encontrar diferentes contenidos de periodismo de viajes, como son los tres programas que investigaremos en este trabajo: *Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos*. Igualmente importante resulta la contrastación de fuentes que aparezcan en estas imágenes y proporcionen una descripción a la audiencia, pues no se puede depender de una sola. Las fuentes protagónicas y/o especializadas son claves por cuanto ofrecen información testimonial y crítica indispensable (Rodríguez Betancourt, 2006).

### **2.5. El periodista de viajes**

El periodista especializado debe tener un conocimiento sólido de la materia a la que se dedica y, en medida similar, de las técnicas periodísticas para expresarla, pero no se trata, de que sepa tanto de la materia en cuestión como un experto, sino que, como método, acuda a fuentes de primera mano para elaborar su información. Además, debe facilitar el conocimiento más riguroso del tema empleando un lenguaje que pueda ser fácilmente decodificado por los receptores y conocer y documentar ampliamente el asunto y área que trata, y en la misma medida dominar las técnicas de información que posibiliten una recepción efectiva de su mensaje en los términos profesionales que caracterizan la comunicación periodística: claridad, objetividad, corrección, sencillez, precisión y brevedad. (Rodríguez Betancourt, 2006).

El periodista que se dedica a la especialización del turismo no siempre ha sido considerado como “serio”; muchas veces no se comprende que este profesional del periodismo de viajes abre espacios de un país a otros y lo hace de forma seria, añadiéndole el toque de distinción que tiene la profesión periodística y también una visión crítica. Al final acaba teniendo que ver con un sector del periodismo nacional. Siempre se debe tener presente que el trabajo del periodista está ligado a la investigación de aquello que pueda tener interés público y una cierta actualidad a través de las fuentes fiables para su posterior difusión. (Belenguer Jané, 2002). Aún así, el periodista encargado de mostrar a la audiencia aquello que quiere que vean en el marco de los viajes, podrá siempre matizar o acentuar alguna parte más novedosa en la divulgación que está realizando. Para que

aquello que muestra el periodista se convierta en una noticia, reportaje o artículo periodístico sobre algo relacionado con el turismo, éste debe fabricar un producto que sea noticioso gracias a sus fuentes. El *relator*, un narrador que adquiere gran importancia teniendo en cuenta que el periodismo de viajes se basa en una serie de reflexiones personales como base informativa. Aquello que han vivido, experimentado y descubierto con su vivencia en el lugar es lo que ayudará al periodista a mostrar de una forma más cercana a sus espectadores, aquello que se entiende como información turística o de viajes. Se tiene que seguir con el principio de verdad tras la investigación y contraste de la información ofrecida e importante para la opinión pública. En el caso de estos programas, las fuentes son los protagonistas que aparecen en los espacios televisivos, y también turistas o autoridades. Para que un periodista pueda transmitir a la audiencia aquello que quiere que ésta conozca, debe haber estudiado la realidad, tanto buena como mala, que ocupa el país que va a visitar o mostrar, y esto debe estar muy apoyado por la información que le estén proporcionando sus fuentes; además también debe tener una base cultural consistente. Hay diferentes apartados importantes para cualquier periodista de viajes, sea cuál sea el soporte para el que vaya a trabajar, como lo son la antropología, la etnología, la etnografía o la gestión cultural. Conocer esto hará que los datos se muestren con la mayor objetividad posible y así mismo los espectadores llegarán a alcanzar una mayor confianza y fidelidad.

## 2.6. Reportaje televisivo de viajes

El género que se ve utilizado en la actualidad con más predominancia es el reportaje televisivo. Este género exige que el perfil de las figuras que aparecen en él den un interés humano y una exactitud de los datos. Aunque se hable directamente de reportaje, se puede observar como también hace aparición el documental, ya que hay una mezcla de información, interpretación y opinión.

### 2.6.1. Temática de los reportajes de viajes

Mariano Belenguer (2002) afirma que el periodismo de viajes “puede presumir de poseer una riqueza temática”, pues es bastante variada: los trabajos periodísticos de viajes que más abundan en general son los **geográficos**, que analizan una



gran cantidad de los aspectos de un país, ciudad, comarca, región o zona geográfica. Su principal característica es su visión panorámica y descriptiva. Normalmente no solo describen el paisaje y los principales temas que tratan son los propios países, ciudades, desiertos, entornos geológicos, islas y costas, montes, océanos, selvas y bosques, zonas polares...

Le siguen los trabajos basados en la **sociedad** y los **etnográficos**. Los primeros son los que estudian conflictos sociales, costumbres, educación, fiestas psicología social, religión, salud, etc. Estos tienen un grado mayor de especialización y suelen acompañar a los geográficos. Los segundos se dedican principalmente a describir o interpretar los ritos o costumbres de las etnias, de forma general o la alimentación. Después aparecen los reportajes de **historia** o de **deportes**. Los primeros son una subespecialización vinculada al periodismo cultural en la que se muestra a la audiencia la historia general, leyendas, prehistoria y arqueología. Los reportajes de deportes suelen mostrar deportes minoritarios que por su especificidad se asocian a los viajes y entornos naturales. Su denominador común es la aventura, dentro del que encontramos los deportes de alto riesgo (actividades deportivas de cierta peligrosidad como el alpinismo o la espeleología, el parapente, rafting o rallys con coches todo terreno). En un porcentaje menor, por estar incluidos en otros nombrados anteriormente, están los reportajes de **economía** (general o de aspectos más concretos), **arte** (vinculado a la historia por el componente cultural) y **política** (situación política general, partidos políticos, instituciones...).

### 3. Metodología

#### 3.1. Técnica de investigación

La metodología principal que se va a utilizar en el presente trabajo será el análisis de contenido a través del visionado de un número concreto de capítulos de cada programa. Esta es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa (Berelson, 1952). Tal y como dicen Hernández, Cellado y Baptista, (1995), es una técnica muy útil para analizar

## Comparación de tipologías de periodismo de viajes en tres programas de Cuatro:

Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)

procesos de comunicación en diferentes contextos como artículos de prensa, libros, conversaciones, discursos o lo que nos ocupa a nosotros, los programas televisivos. En el trabajo se estudiarán un total de siete variables con sus respectivas categorías analizadas. (Tabla 1).

**Tabla 1. Resumen protocolo de análisis de contenido**

<b>Variable</b>	<b>Valores asociados</b>
<b>Protagonistas</b>	
Número y ocupación	Conocer cuántos personajes aparecen y ver sus características con el programa.
<b>Presentadores</b>	
Número	Saber cuántos presentadores concurren en el programa, y conocer así el equipo técnico.
<b>Tipología Temática</b>	
Número de temas tratados en cada programa	Saber así cuáles son los principales contenidos de los programas estudiados.
<b>Técnicas</b>	
Visitas Grabación del paisaje Grabación de las personas	Conocer cuál es el método que utilizan para trasladar a los espectadores aquello que quieren utilizar.
<b>Recursos</b>	
Música Voz en off Aparición del presentador en la cámara Rótulos Documentación previa	Conocer que recursos se utilizan en cada uno de los programas, y en que medida, para complementar las técnicas utilizadas
<b>Fuentes</b>	
Oficiales Personas locales Personas españolas (protagonistas) Expertas	Conocer la procedencia de las fuentes que se pueden observar a lo largo de los programas analizados
<b>Motivos de la emigración</b>	
Amor Trabajo Estudios Experiencia personal	Conocer el por qué de las emigraciones de las personas que están allí para que contextualice mejor a la audiencia en los programas.

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Cuestiones de procedimiento

Como ya se ha indicado anteriormente en el marco teórico, los programas a

analizar serán *Callejeros Viajeros*, *Desafío Extremo* y *Fogones Lejanos*.

- ***Callejeros Viajeros*** es un programa en la categoría reportaje/documental producido por Molinos de Papel en el que un periodista junto a un cámara visitan diferentes lugares en el mundo para mostrar a los espectadores momentos del día a día de personas españolas o hispanohablantes que viven allí, y zonas y actividades típicas. Empezó el 25 de abril de 2009 y finalizó su primera temporada el 5 de julio del mismo año, con un total de 11 capítulos. Tuvo una media de share de un 14'4%, 2.321.000 espectadores.
- ***Desafío Extremo*** es un programa producido por Zanskar Producciones con formato de serie documental en el que se muestran las aventuras de actividades extremas del escalador y piloto Jesús Calleja. “El espíritu aventurero le ha acompañado (al ser humano) siempre como parte intrínseca de su propia existencia” (Belenguer Jané, 2002). La primera temporada de *Desafío Extremo* empezó el 29 de diciembre de 2007 y la finalizó el 8 de septiembre de 2008, con un total de 9 capítulos más uno extra Zapatero-Calleja. que sin ser considerado un capítulo en sí, es el que más audiencia tuvo. Si se entiende que este fue el último capítulo verdaderamente y el que más share obtuvo, se sustituirá por el precedente a este en el análisis, considerado como el último capítulo de la primera temporada. El share medio de la temporada fue de un 7'2% y 1.087.000 espectadores.
- ***Fogones Lejanos*** es un programa producido por Molinos de Papel en el que un equipo de reporteros muestran la cocina local de los diferentes sitios a través de los chefs y los habitantes de las distintas localidades. El periodismo gastronómico de un lugar concreto suelen triunfar porque a los espectadores les gusta mucho sentirse “trasladados” a ese sitio a través de sabores o gustos, o hasta olores, aromas o texturas. Empezó la que es hasta ahora su única temporada el 20 de julio de 2014 y terminó el 14 de septiembre del mismo año, con un total de 10 capítulos y un share medio de 5'4%, 761.000 espectadores.

El share de los programas y los capítulos se ha extraído de ecoteuve.economista.es. A continuación se encuentra una tabla con información general de los programas a estudiar (Tabla 2)

**Tabla 2. Rasgos generales**

Programa Ítem	<b><i>Callejeros Viajeros</i></b>	<b><i>Desafío Extremo</i></b>	<b><i>Fogones Lejanos</i></b>
<b>Temporadas</b>	5	7	1
<b>Nº de episodios</b>	205	55	10
<b>Reporteros</b>	11	9	3

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Muestra de la investigación

Para una fácil clasificación de las emisiones a analizar, se escogerán cuatro capítulos de cada programa: el primer capítulo emitido, el último, el que tiene más share o audiencia, y el que menos, todos ellos de la primera temporada de cada uno. (Tabla 3)

**Tabla 3. Muestra analizada**

Programa Rasgo	<b><i>Callejeros Viajeros</i></b>	<b><i>Desafío Extremo</i></b>	<b><i>Fogones Lejanos</i></b>
<b>Primer capítulo</b>	Bombay	Kilimanjaro	Tokio
<b>Último capítulo</b>	Londres	Aconcagua	Perú
<b>Más share</b>	Las Vegas-18,2%	Río Zanskar-8,7%	Río de Janeiro-6,2%
<b>Menos share</b>	París- 11,5%	McKinley-5,7%	Nueva York-4,4%

Fuente: elaboración propia

## 4. Resultados

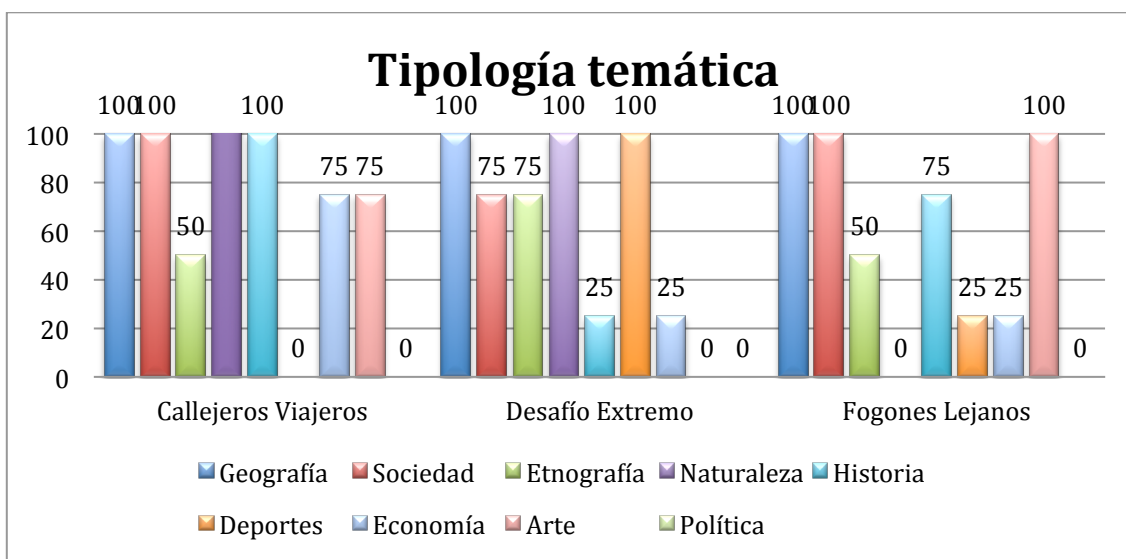
### 4.1. Resultados análisis de contenido

#### 4.1.1. Tipología temática

Como ya se ha visto en el marco teórico, en los reportajes centrados en el ámbito del periodismo de viajes tenemos un gran abanico de temas que pueden abordarse. En este caso se comprueba que lo primero que coincide es que el

tema tratado al 100% en los tres casos es la geografía, por lo que se puede volver a afirmar que los tres corresponden a este tipo de especialización periodística aunque cada uno lo haga de un modo diferente y con recursos y técnicas distintas. En la Gráfica 1 se pueden observar el porcentaje de temas que aborda cada programa.

Gráfica 1. Tipología temática



Fuente: Elaboración propia

**Callejeros Viajeros** engloba prácticamente todas las tipologías en más de la mitad de los programas. En todos los episodios de *Callejeros Viajeros* encontramos contenido geográfico, social e histórico, que son los principales para poder mostrar un lugar desconocido para alguien. En la mayoría de ellos además se observan temas de economía y arte, que ayudan con datos y van más dirigidos al consumidor que consulta este documental porque quiere visitar el lugar; en una menor medida etnografía, y naturaleza, más dedicado a la audiencia que quiere profundizar un poco más en la población y los paisajes del sitio. Los únicos que no se encuentran en este programa son el de deportes y política, ya que el primero se centra en algo más específico, y el segundo parece evitarse dado las circunstancias de la mayoría de países.

**Desafío Extremo** tiene contenidos principalmente deportivos, ya que todos los programas tienen el componente físico que los caracteriza. A su vez, con la intención de mostrar la realización de estos deportes extremos, se muestra a la audiencia los lugares en los que se desarrolla la acción, como pueden ser montañas o valles, así que también tienen todos un contenido geográfico a la par que de naturaleza. Jesús Calleja enseña todo lo que hace en el lugar hasta que comienza la expedición, así que se pueden ver datos etnográficos, sociales, y en menor medida, históricos y económicos. Los que no aparecen en ningún capítulo son el arte y la política.

Por su parte, en **Fogones Lejanos** hay tres temas que predominan: la geografía, la sociedad y el arte. El primero acompaña a las personas que muestran la cocina típica de la zona; el segundo explica las tradiciones y la forma de vida de los habitantes del lugar, y no solo respecto a la cocina. El último aparece por su condición de mostrar el “arte culinario”, tema principal de los reportajes. Tras estos temas se pueden observar contenidos etnográficos e históricos en algunos programas, ya que dependiendo del lugar se investigan mucho más las costumbres típicas de la población. En menor medida aparecen datos económicos y sobre deportes, y la naturaleza y la política quedan apartadas dada la materia que ocupa al programa: la cocina.

Tras este análisis podemos comprobar que todos los programas tienen la geografía como eje que guía el resto de contenidos, por lo que se puede afirmar que están enmarcados dentro del periodismo de viajes aunque cada uno añada su toque diferenciador.

#### 4.1.2. Protagonistas y presentadores

En **Callejeros Viajeros**, los protagonistas son siempre personas españolas o hispano hablantes que ahora viven en el destino que se visita y que son los personajes en cuestión que van a mostrar la ciudad al programa. En todos los programas aparecen una media de 15 personas por capítulo. No siempre es el mismo, pues depende de las personas que estén viviendo en el lugar y que sean idóneas para salir en el programa. Aún así, siempre es un número más bien

elevado, ya que no se centran en una misma persona, si no que más bien las intercalan. En cuanto a la ocupación de los protagonistas, en gran medida son personas que trabajan en el lugar de destino y con una gran variedad de trabajos. También hay personas más jóvenes que están estudiando o realizando prácticas relacionadas con sus estudios, pero estas no superan el 10%. Los presentadores son los reporteros fijos del programa, un total de once, que van turnándose en cada uno de los episodios acompañados de sus cámaras.

En **Desafío Extremo** el protagonista principal comparte papel con el propio presentador: Jesús Calleja. Además, éste siempre va acompañado de su grupo de expedición, con un total de nueve reporteros. Entre ellos hay profesionales especializados en estos deportes extremos y los cámaras que les acompañan.

En **Fogones Lejanos** los protagonistas son de nuevo españoles que ahora viven en la ciudad de destino, y también en un número más bien elevado, una media de 11 protagonistas. Normalmente no aparecen personas extranjeras hispano hablantes a no ser que sean ciudadanos locales que puedan aportar algo a la temática del programa y que tengan conocimientos de español. En este programa participan tres reporteros con sus cámaras que también van turnándose en cada capítulo.

Tras el visionado, en cuanto a los protagonistas se puede notar que aportan la proximidad a los espectadores, ya que son personas españolas como la propia audiencia que explican lo que quieren mostrar al mismo nivel que lo haría cualquier persona del público. En cuanto a los presentadores y reporteros, se trata de periodistas que tienen una visión muy amplia del mundo para poder hacer llegar al público la información pertinente de forma directa y amena y necesitan hacer una gran investigación previa al viaje para poder cumplimentar su trabajo y hacer que el receptor esté en condiciones de conocer el contexto de la información.

#### 4.1.3. Recursos y técnicas

En **Callejeros Viajeros** predominan las visitas por la ciudad, por lugares muy conocidos y también los más escondidos, con españoles con los que han

contactado con anterioridad. Las técnicas que utilizan son las grabaciones a la población local y el paisaje urbanístico, que pueden ser enseñadas gracias a los detalles que muestran los protagonistas, que se observan en el 100% de los casos. En cuanto a los recursos, se utiliza música en todos los programas, tanto nacionales (45%) y típicas del lugar (10%), como internacionales (45%) que pueden conocerse aquí en España, lo que le aporta dinamismo. También es típico el uso de rótulos para indicar el lugar que se está visitando en ese momento, una narración en off del presentador en algunas partes del programa, y la aparición del presentador en frente de la cámara al empezar el episodio, momento en el que indica donde se encuentran. Estos tres últimos recursos también se aprecian en el 100% de los programas estudiados.

En **Desafío Extremo** predominan las expediciones de deportes extremos como el alpinismo, profesión del presentador. Las técnicas utilizadas son las grabaciones de la propia expedición, en el 100% de los casos, además de cosas típicas de los lugares en los que se encuentra el sitio en cuestión, en torno al 85% de los casos. Dentro de los recursos se aprecia una documentación exhaustiva previa al viaje y la aparición del presentador en todo momento, ya que es el protagonista en el 100% de los programas. También hay música recurrente y voz en off cuando se prefiere mostrar el paisaje, pero esto no supera el 60% de los casos.

En **Fogones Lejanos** el recurso utilizado principalmente son las personas españolas que llevan tiempo viviendo en el lugar que se visita (65% de los casos) y muchos de ellos, ayudados por ciudadanos locales, han aprendido de la gastronomía popular y típica del lugar (35% de los protagonistas). Así pues, se graban restaurantes (80% de los programas), lonjas (10% de las grabaciones), supermercados (25% de los programas), cocinas privadas (95% de los casos)... para acabar hablando de la cocina representativa y de las recetas más importantes. También se utiliza música, tanto nacional (45%) como internacional (55%), hay voz en off y rótulos en el 100% de los casos para indicar el lugar en el que se encuentran pero no aparece el presentador en la cámara si no es cuando participa en alguna acción cotidiana.



### 4.1.3. Lenguaje

Una característica que se puede tratar tras el visionado de los programas es el uso de un lenguaje determinado, en el que se pueden encontrar diferentes características, como la objetividad, la corrección, la claridad, la sencillez, la brevedad y la precisión.

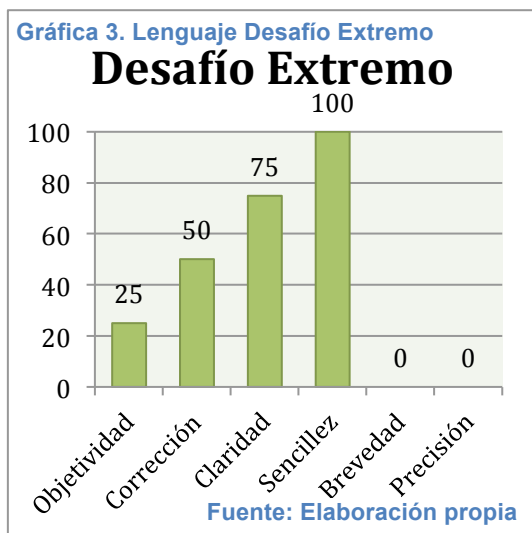
Gráfica 2. Lenguaje Callejeros Viajeros



En el caso de **Callejeros Viajeros** se observa que la sencillez y la claridad son los rasgos que más se repiten, ya que este variado pero principalmente visual, y lo que se explica es la descripción de las imágenes que se están reproduciendo, así que se utiliza un lenguaje bastante sencillo para que pueda ser entendido por todos los espectadores del programa. Por esta

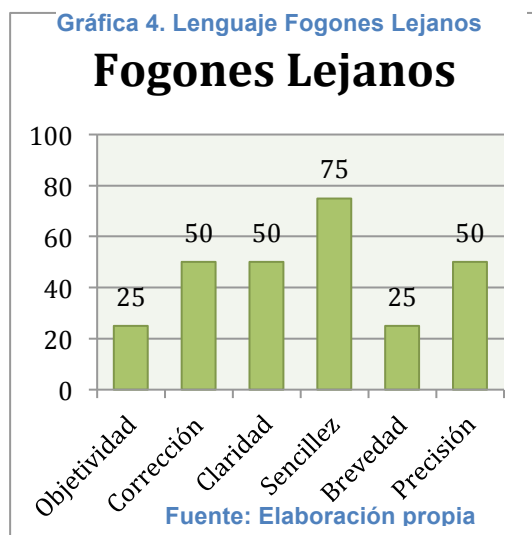
misma razón se utiliza un lenguaje y un vocabulario bastante claro y correcto. Así mismo, ya que se centra mucho en lo que se está viendo, se suele ser bastante breve y preciso en las explicaciones, tanto por parte del presentador como de las personas que aparecen en el programa. Algo que no tiene mucho espacio en los programas es la objetividad, ya que todo lo que se muestra es por parte de alguien que vive allí y que, entre otras cosas, es lo que ha elegido mostrar a la audiencia porque le gusta.

En **Desafío Extremo** se encuentran rasgos parecidos al caso anterior. Priman la sencillez y la claridad, ya que lo que importa es el contenido y como se desarrolla la expedición. También hay bastante corrección en cuanto a lo que se dice, ya que se utilizan muchas veces vocabulario más específico relacionado con el tema. En cuanto a la objetividad, se vuelve a observar que se utilizan adjetivos acorde a lo que siente en presentador, pero aún así encontramos un poco más que en el otro



caso. En cambio, algo que no se ubica en los programas es la brevedad y la precisión, ya que el presentador comenta absolutamente todo lo que hace y con todo lujo de detalles, aunque no siempre los relaciona correctamente entre si y hace que en eso el espectador se pueda perder un poco.

En **Fogones Lejanos** se encuentra una gran variedad en cuanto al lenguaje utilizado en sus programas. Siguen en primer lugar la sencillez y la claridad, ya que la finalidad de los programas es la misma que en los casos anteriores, hacer que llegue lo mejor posible al público. A esto se le suman la corrección y la



precisión, ya que la mayor parte solamente hablan los personajes y personas locales explicando exactamente lo que quieren o lo que hay que hacer. Por esta misma razón, la objetividad y la brevedad suelen ser menores en este programa, ya que se dedican la totalidad del tiempo a los comentarios de los entrevistados.

Con esto se puede ver que la sencillez y la claridad del discurso está presente en todos los programas, por lo que llegar a la audiencia es mucho más fácil. En cuanto al resto de ítems, se barajan más dependiendo el tipo de contenido que se quiera expresar, pero en ningún momento se encuentra un lenguaje que no sea correcto, y no suele predominar ni la brevedad ni la precisión en el lenguaje.

#### 4.1.4. Contexto

El contexto principal en el que se enmarcan los programas está muy claro y representado en cada uno. En **Callejeros Viajeros**, el contexto es poder conocer la forma de vida, los paisajes, costumbres, historia de una ciudad o un país extranjero, de la mano de españoles residentes en el lugar. Con el contacto con diferentes personas y con diferentes personalidades, los lugares a conocer y a mostrar en el reportaje pueden ser muy variados, intentando llegar a diferentes grupos de personas, ya que no todos los espectadores buscan lo mismo.

En **Desafío Extremo**, el contexto se repite en cada episodio, variando solo el lugar. La intención principal es que la audiencia “visite” lugares que en un entorno normalizado no podría encontrar. En su mayoría, las expediciones realizadas son de difícil acceso y también con un trayecto complicado, que solo los más aventureros se atreverían a probar.

En **Fogones Lejanos**, el contexto principal es el conocimiento de las cocinas extranjeras al mismo tiempo que se enmarca en una visita geográfica al lugar de destino. La intención es dar a conocer a los espectadores la gastronomía popular de diferentes lugares, normalmente muy diferentes a los españoles.

#### 4.1.5. Fuentes

En cuanto a las fuentes que aparecen en los tres programas, se puede comprobar que todos utilizan las cuatro fuentes posibles que encontramos, aunque cada uno con una frecuencia diferente. En los tres programas predominan las fuentes de los propios protagonistas, ya que son ellos los que deciden qué y cómo enseñarlo. Con esto se puede apreciar que aunque se haya investigado antes acerca de la ciudad o del lugar que se visita, no existe una objetividad en cuanto a los contenidos que se ofrecen.

En **Callejeros Viajeros** también se le da pie a que personas locales sean las que ofrezcan su visión del sitio que, aunque sigue mostrando una subjetividad, no suele ser totalmente igual a la que tienen los españoles. Aparecen en el 100% de los programas. En cuanto a las fuentes oficiales, aparecen en no más de un 50%, ya que no suelen querer aparecer ante las cámaras. Por otra parte, tampoco se aprecia en más de un 25% de programas fuentes de expertos en materias, ya que

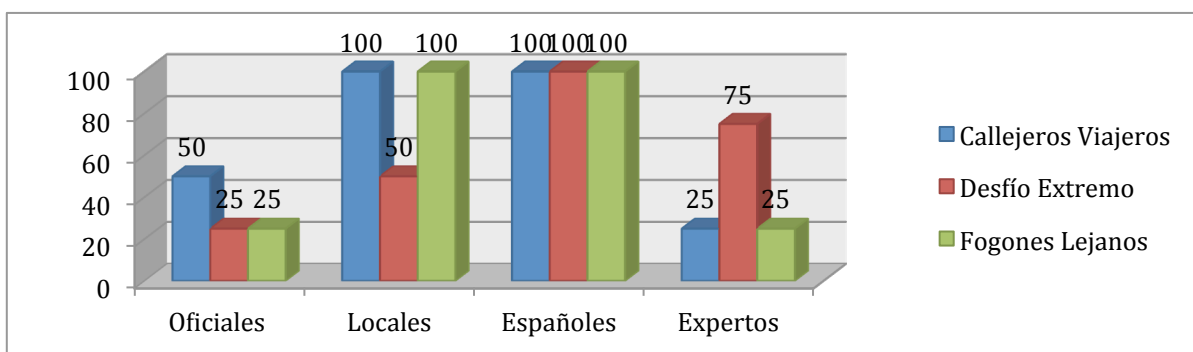
Comparación de tipologías de periodismo de viajes en tres programas de Cuatro:  
Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)

se suelen enseñar los contenidos de una forma más general.

En cambio, en **Desafío Extremo** hay una menor aparición de fuentes oficiales, en torno a un 25% de los programas, y si tienen prácticamente en todos, aproximadamente en un 75% de ellos fuentes de expertos, ya que dado a las actividades que realizan muchas veces necesitan de alguien que les acompañe. Las fuentes locales aparecen en entre un 45% y un 50% de los programas.

En **Fogones Lejanos** se observa una mayor similitud con *Callejeros Viajeros* en cuanto a las fuentes locales (100%) y a las expertas (25%). En cuanto a las oficiales aparecen en menor medida, en torno al 25%.

Gráfica 5. Fuentes

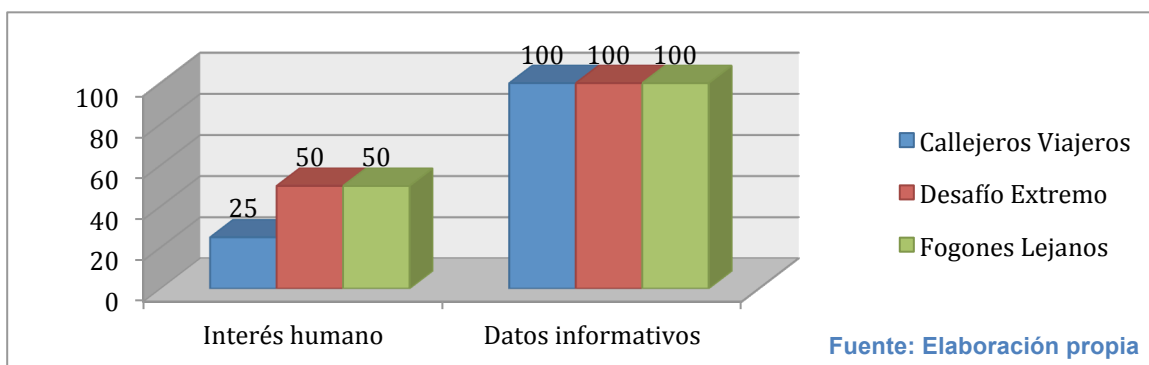


Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.6. Interés humano y datos informativos

Otro factor que interesa conocer dentro de los programas relacionados con el periodismo de viajes es el interés humano y los datos informativos que se encuentran en él. Este apartado está relacionado en parte con el recurso de la

Gráfica 6. Interés humano y datos informativos



Fuente: Elaboración propia

documentación previa, y se observa si es el presentador el que, apareciendo ante la cámara o con la voz en off, explica los datos, o bien mediante rótulos que aparecen en pantalla. En los tres programas encontramos que los datos informativos aparecen en el 100% de los casos, evidenciando una vez más esta documentación tanto previa como apoyada por las declaraciones de los protagonistas.

En cuanto al interés humano se ha podido observar que no es alto en **Callejeros Viajeros**, ya que en esta primera temporada se centró únicamente en las declaraciones de los propios españoles. Aparece sólo en un 25% de los programas y no con una gran importancia. En cambio, en **Desafío Extremo** y en **Fogones Lejanos** vemos una mayor dependencia de este tema, aunque tampoco en una gran medida, pues tan solo se puede apreciar en un 50% de los programas.

#### 4.1.7. Motivos de la emigración

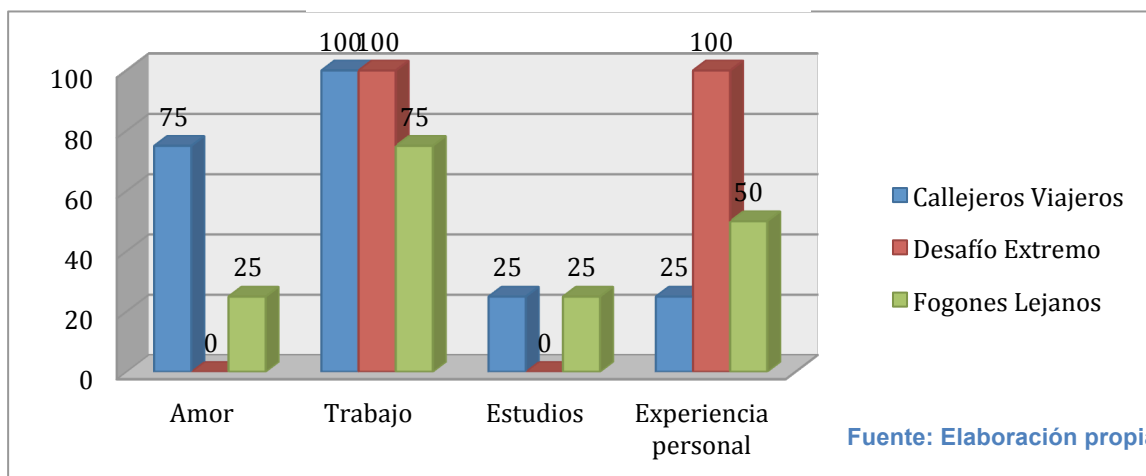
El estudio de los motivos de la emigración de las personas españolas a los lugares que aparecen en cada programa es algo más externo, es decir, apoya la cercanía que se ofrece en el apartado del conocimiento de los personajes por parte de los espectadores, pero también aporta un punto diferenciador entre cada programa.

En **Callejeros Viajeros** es en el que más variedad de motivos se encuentran. Un 75% de los casos es por amor, casi un 100% de los casos es por trabajo, alrededor de un 25% por estudios, y otro 25% por realizar una experiencia personal.

En el caso de **Desafío Extremo** se observa que solo se cumplen dos motivos y ambos en un 100%. Es el trabajo y la experiencia personal, ya que el reportaje se centra en una expedición que tiene un principio y un fin, y que es realizada por profesionales dentro del marco de su trabajo y siendo la experiencia final el principal objetivo.

En **Fogones Lejanos** también se observan todos los motivos, pero en una menor medida. El amor y los estudios solo ocupan el 25% de los casos, pero suelen ser personas que viven allí y que han descubierto la gastronomía del lugar después. Un 50% marca su motivo como una experiencia personal relacionada con la comida del país de origen, y un 75% tienen el trabajo culinario como razón.

Gráfica 7. Motivos de la emigración



#### 4. Conclusiones

El periodismo de viajes nació al mismo tiempo que la actividad periodística, pero es algo que no ha aumentado en importancia hasta el presente. Las tres funciones del periodismo son informar, formar y entretener, y esta especialización periodística los cumple todos. El desarrollo de la tecnología en la actualidad ha facilitado que el hombre llegue a los lugares más escondidos del planeta y el periodismo es la mejor herramienta para difundir y extender esa información hacia un público interesado en ello. El periodismo viajero tiene como intención y principal objetivo informar y adaptar sus textos o diferentes soportes a los formatos y los medios periodísticos.

Con este trabajo se ha logrado cumplir el primer objetivo que era comparar tres programas de Cuatro, *Callejeros Viajeros*, *Desafío Extremo* y *Fogones Lejanos*. Se ha comprobado que los tres cumplen la misma intención: informar y enseñar a los espectadores ciudades o lugares concretos de otros países a través de personas españolas, ya sea que viven allí como en *Callejeros Viajeros* y *Fogones*

*Lejanos*, como con las experiencias deportivas que ofrece *Desafío Extremo*, por lo que la primera hipótesis planteada se verifica. Si que existen diferentes maneras de desempeñar el periodismo de viajes, y todas comparten esa intención.

El segundo objetivo era descubrir las técnicas y los recursos de este tipo de periodismo, algo que se ha logrado tras el visionado de los dieciséis capítulos. Se han descubierto que las técnicas y los recursos del periodismo de viajes en estos tres programas sigue principalmente la que cualquier otro programa de reportajes o documentales enmarcados en las especializaciones periodísticas, aunque adaptándose siempre a las características principales de cada uno de los programas. En todos los programas prima la grabación, ya sea de los lugares paisajísticos como de las propias personas, tanto protagonistas españoles como locales que aparecen en el programa y se puede ver el uso de música, rótulos, voz en off, documentación previa y aparición del presentador en cámara, todas ellas características típicas del periodismo especializado, por lo que se cumple la segunda hipótesis planteada.

Por último, habiendo observado la parte más histórica del periodismo de viajes explicada en el marco teórico, y comparándola con los resultados de este trabajo de investigación, se puede observar un cambio muy significativo en esta especialidad periodística. Se ha pasado de la crónica escrita, el género más asociado a este tipo de periodismo, en el que se relataban viajes más bien de guerra y de descubrimientos para que quedasen para la posteridad. Con la época de la ilustración se empezó a ver la importancia de la imagen y la descripción para este tipo de periodismo, lo que ha derivado a que ahora uno de los formatos más imprescindibles para la especialización sea el reportaje o documental, y que por esta razón haya una gran cantidad de programas que lo ocupen. Se ha comprobado que los reportajes emitidos en la cadena de Cuatro entre 2006 y 2014 si han sufrido una evolución, ya que, aunque mantenga recursos y técnicas a lo largo de las difusiones, los modelos seguidos solo conservan su finalidad, mostrar el mundo a través de una cámara, pero las demandas de los públicos cambian y

no siempre es enseñando los lugares simplemente, si no que han acabado mostrándolo también a través de la cocina popular y de deportes extremos, algo que no es considerado por mucha gente como un periodismo especializado de viajes, por lo que a tercera hipótesis también se ve cumplida.

## 5. Bibliografía

**Barbosa, N.** (2014). *Jornalismo Turístico: Breves apontamentos para uma pesquisa no jornalismo de viagem*. 10-04-2015, de Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Sitio web:

<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1535-1.pdf>

**Belenguer Jané, M.** (2002). *Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística*. Comunicación Social Sevilla, Sevilla.

**Belenguer Jané, M.** (2002). *Geografía y viajes en el periodismo científico*. Revista Científica de Comunicación y Educación, Comunicar, 19, 55-59. 10-04-2015, De [revistacomunicar.com](http://revistacomunicar.com)

**Bressane Brandão, C.** *Jornalismo especializado em turismo: foco nas revistas Horizonte Geográfico, Os Caminhos da Terra, Próxima Viagem e Viagem e Turismo*. Consultado el 11-04-2015, de Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais campus Poços de Caldas Sitio web:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/61350294160381665883453456505960957237.pdf>

**Casasús, J. M. y Núñez Ladevéze, L.** (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Ariel, Barcelona.

**Cebrián Herreros, M.** (1991). *Géneros periodísticos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Ciencia 3, Madrid

**Domínguez, J.** (2013). *Viajero, turista y post-turista*. Consultado el 04-04-2015, Sitio web: <https://caminosestrechos.wordpress.com/tag/periodismo-de-viajes/>

**Escuela de periodismo Jaime Bausate y Meza.** (2003). *Periodismo Turístico Periodismo Especializado II.*, Lima. Consultado el 04-04-2015. Sitio web:

<http://www.borrones.net/especial/peturismo.pdf>



**Fernández del Moral, J. y Esteve Ramírez, F.** (2007) *Áreas de especialización periodística*. Fragua, Madrid

**FUOC.** *Internet, viajes y periodismo*. Consultado el 04-04-2015, de UOC Sitio web: <http://ocw.uoc.edu/turismo/viajes-2-0-herramientas-y-recursos-en-linea/b1.pdf>

**Gómez Marín, N. C.** (2009). *Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia*. Universidad Internacional de Andalucía (Huelva).

**Hill-James, C. R.** (2006). *Citizen tourist: newspaper travel journalism's responsibility to its audience*. Queensland University of Technology. Queensland.

**Lachowski, G. L.** (2012). *Ensino de Jornalismo Turístico: compondo uma ementa*. Consultado el 09-04-2015, de Universidade do Estado de Mato Grosso Sitio web: <http://www.anormal-anm.com/sistema/trabalhos/files/1956.pdf>

**López Sosa, J. A.** (20.02.2013). *Detrás del poder. La profesionalización del periodista turístico*. Diario Imagen, Sección Economía, 7.

**Martín Vivaldi, G.** (1987). *Géneros Periodísticos*. Ediciones Paraninfo, Madrid.

Paniagua Santamaría, Pedro (2009). *Información e interpretación en periodismo: hacia una nueva teoría de los géneros*. UOC, Barcelona.

**Mercado Sáez, M. T.** *Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado*. Consultado el 07-04-2015, de Universidad Cardenal Herrera-CEU Sitio web:

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/33886/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/33886/Documento_completo.pdf?sequence=1)

**Pan, S. & Ryan, C.** (2009). *Tourism sense-making: the role of the senses and travel journalism*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 26, 625-639.

**Quesada Pérez, M.** (1998). *Periodismo Especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid.

**Rivas Nieto, P. E.** (2006). *Historia y Naturaleza del periodismo de viajes: Desde el Antiguo Egipto hasta la Actualidad*. Ed. Miranguano, Madrid.

**Rodríguez Betancourt, M.** (2006). *Periodismo Especializado, ¿una fase superior?*. Consultado el 22-05-2015, de Mesa de Trabajo. Sitio web:

<http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110702-periodismo-especializado.-una-fase->

superior-.php

**Rodríguez Ruibal, A.** (2009). *Periodismo turístico. Análisis del Turismo a través de las portadas*. Editorial UOC, Barcelona.

**Ruschmann, D.; Thomé da Cruz, M. H.; Duquia Giumelli, O.** (2009). *Análisis de los procesos de producción y recepción de los artículos periodísticos sobre turismo*. Consultado el 07-04-2015, de Estud. perspect. tur. Sitio web:

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322009000500004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000500004)

**Sáiz, M. D.** (1990). *Historia del periodismo en España. Los orígenes. El siglo XVIII*. Alianza, Madrid.

**Seoane, M. C.** (1989). *Historia del periodismo en España. El siglo XIX*. Alianza, Madrid.

**Vázquez Montalbán, M.** (1980). *Historia y comunicación social*. Ed. Bruguera, Barcelona

**Wenzel, K. & John, V.M.** (2012). *Jornalismo de Viagens: análise das principais revistas brasileiras*. Consultado el 11-04-2015, de Estudos em Comunicação Sitio web:

<http://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-14.pdf>

**Wenzel, K., & John, V.** (2012). *Jornalismo de Viagens: Análise das revistas Viagem e Turismo, Viaje Mais e National Geographic Brasil*. Consultado el 12-04-2015, de Iniciacom, 4(1). Sitio web:

[dehttp://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/view/783/670](http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/view/783/670)

## 6. Anexo

Tabla 2. Resumen protocolo de análisis de contenido

Variable	Valores asociados
<b>Protagonistas</b>	
Número y ocupación	Conocer cuántos personajes aparecen y ver sus características con el programa.
<b>Presentadores</b>	
Número	Saber cuántos presentadores

Comparación de tipologías de periodismo de viajes en tres programas de Cuatro:

Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)

	concurrer en el programa, y conocer así el equipo técnico.
<b>Tipología Temática</b>	
Número de temas tratados en cada programa	Saber así cuáles son los principales contenidos de los programas estudiados.
<b>Técnicas</b>	
Visitas Grabación del paisaje Grabación de las personas	Conocer cuál es el método que utilizan para trasladar a los espectadores aquello que quieren utilizar.
<b>Recursos</b>	
Música Voz en off Aparición del presentador en la cámara Rótulos Documentación previa	Conocer que recursos se utilizan en cada uno de los programas, y en que medida, para complementar las técnicas utilizadas
<b>Fuentes</b>	
Oficiales Personas locales Personas españolas (protagonistas) Expertas	Conocer la procedencia de las fuentes que se pueden observar a lo largo de los programas analizados
<b>Motivos de la emigración</b>	
Amor Trabajo Estudios Experiencia personal	Conocer el por qué de las emigraciones de las personas que están allí para que contextualice mejor a la audiencia en los programas.

Fuente: Elaboración propia

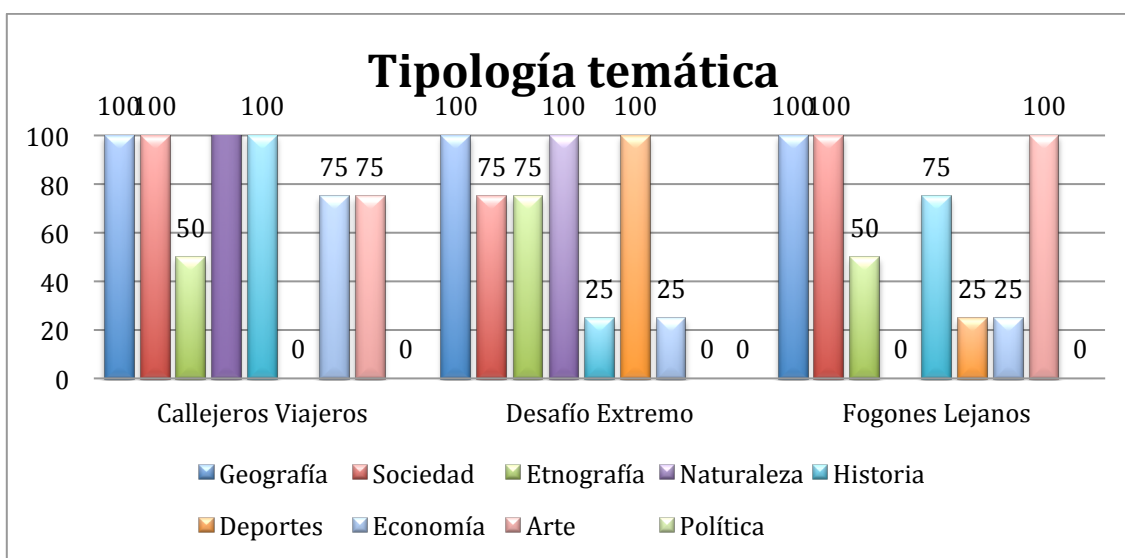
Comparación de tipologías de periodismo de viajes en tres programas de Cuatro:  
Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)

Tabla 2. Rasgos generales

Programa	<i>Callejeros Viajeros</i>	<i>Desafío Extremo</i>	<i>Fogones Lejanos</i>
Temporadas	5	7	1
Nº de episodios	205	55	10
Reporteros	11	9	3

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1. Tipología temática



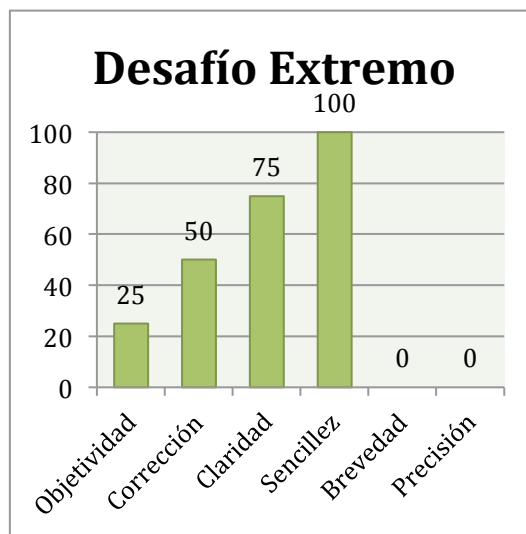
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2. Lenguaje



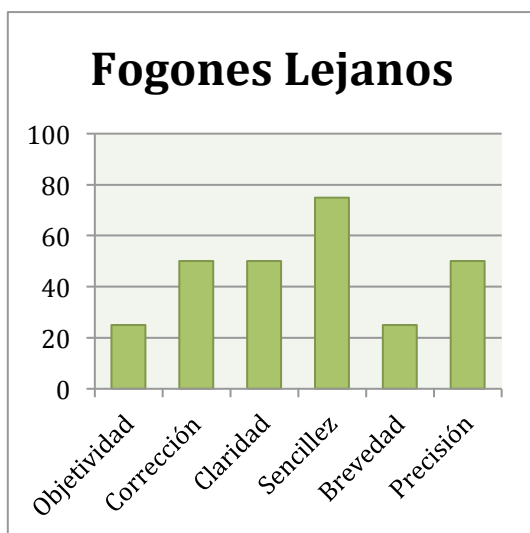
Fuente: Elaboración propia

Gráfica3. Lenguaje



Fuente: Elaboración propia

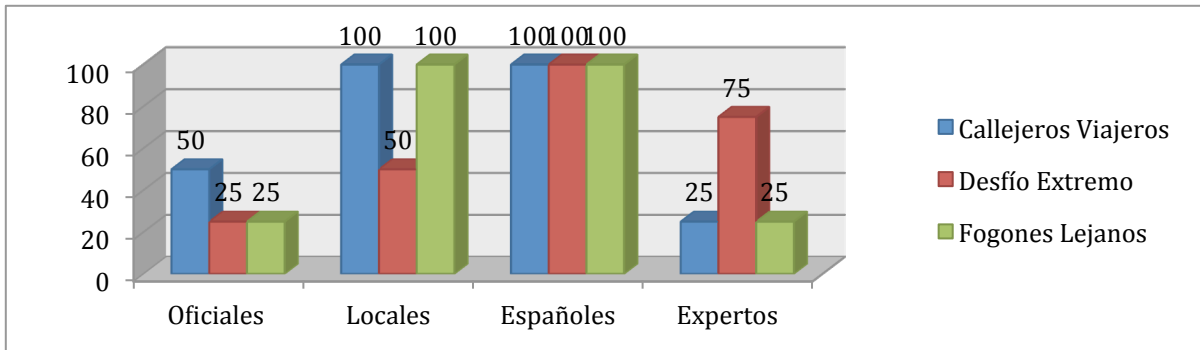
Gráfica 4. Lenguaje



Fuente: Elaboración propia

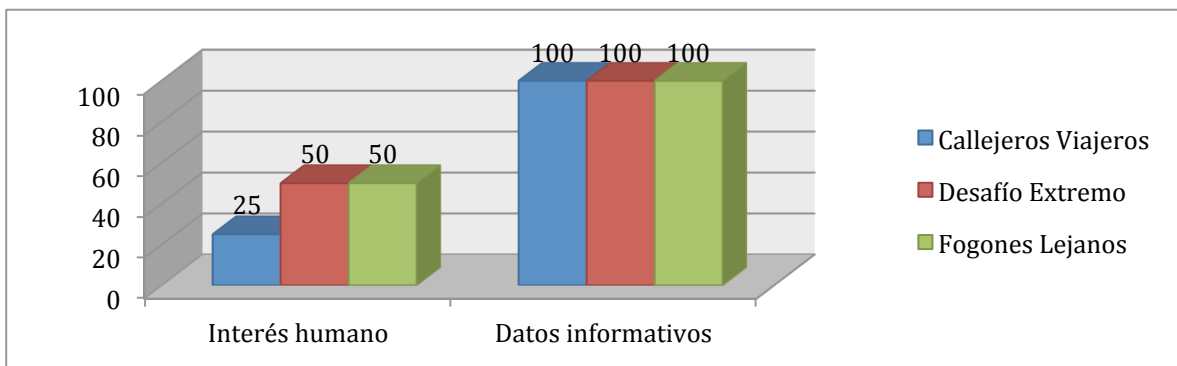
Comparación de tipologías de periodismo de viajes en tres programas de Cuatro:  
Callejeros Viajeros, Desafío Extremo y Fogones Lejanos (2006-2014)

Gráfica 5. Fuentes



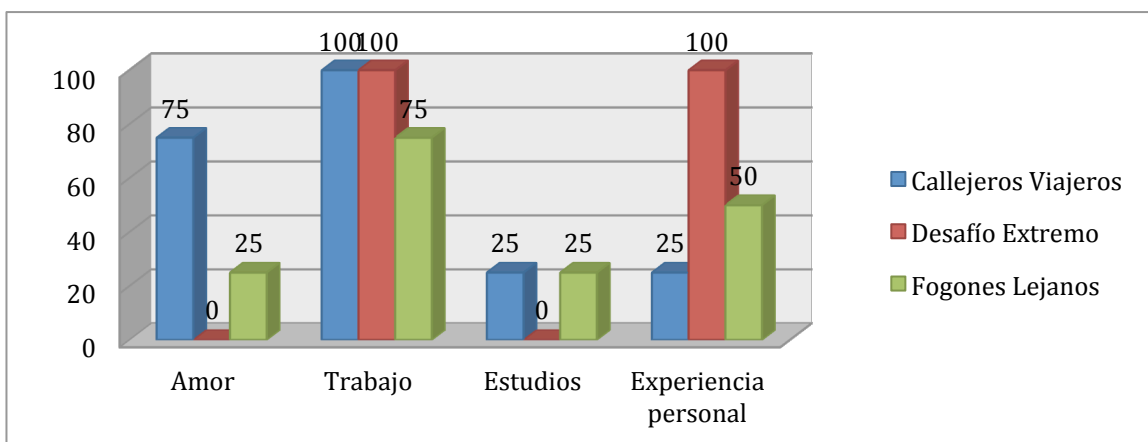
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6. Interés humano y datos informativos



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7. Motivos de la emigración



Fuente: Elaboración propia