

Treball de fi de grau

Títol

Aproximació a la figura del periodista
de viatges en el llibre, la revista
especialitzada i Internet

Autor/a

Sara Centellas Portet

Tutor/a

José Luis Valero

Departament	Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	2014/15

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Aproximació a la figura del periodista de viatges en el llibre, la revista especialitzada i Internet

Castellà:

Aproximación a la figura del periodista de viajes en el libro, la revista especializada e Internet

Anglès:

Approach to the figure of travel journalist in the book, the specialized magazine and Internet

Autor/a:

Sara Centellas Portet

Tutor/a:

José Luis Valero

Curs:

2014/15

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

suport, periodista de viatges, llibre, revista especialitzada de viatges, Internet, periodisme de viatges

Castellà:

soporte, periodista de viajes, libro, revista especializada de viajes, Internet, periodismo de viajes

Anglès:

media, travel journalist, book, travel specialized magazine, Internet, travel journalism

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

El Periodisme de Viatges és una especialització poc tractada. La seva naturalesa heterogènia fa que la figura del periodista de viatges sigui de difosa concepció. Aquest treball repassa els antecedents històrics i fa una mirada a l'actualitat del Periodisme de Viatges. Observa els suports del llibre, la revista especialitzada i Internet en relació a l'especialització i les seves pràctiques. A través d'entrevistes a professionals se comprova de facto la importància de l'experiència personal, l'aprofundiment als temes i el modus operandi a través dels suports per definir el periodista de viatges.

Castellà:

El Periodismo de Viajes es una especialización poco tratada. Su naturaleza heterogénea hace que la figura del periodista de viajes sea de difusa concepción. Este trabajo repasa los antecedentes históricos y hace una mirada a la actualidad del Periodismo de Viajes. Observa los soportes del libro, la revista especializada e Internet en relación a la especialización y sus prácticas. A través de entrevistas se comprueba de facto la importancia de la experiencia personal, la profundización en los temas y el modus operandi a través de los soportes para definir el periodista de viajes.

Anglès:

Travel Journalism isn't much a studied journalism specialization. Its heterogenous nature makes the figure of travel journalist to be an undefined concept. This study revises history and gives a current view to Travel Journalism. It observes medias like book, specialized magazine and Internet, related with the specialization and its practises. With interviews it is possible to check the importance of personal experience, the deepness of topics with their themes, and practises to define the travel journalist.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Sara Centellas Portet

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

Índex

1. Introducció	2
2. Metodologia	4
2.1. Límits	6
3. Conceptes	9
3.1. Periodisme	9
3.2. Especialització	10
3.3. Periodisme de Viatges	11
3.4. Producció periodística	14
4. Història	16
4.1. Viatge i text: termes vinculats i concepció	16
4.2. Antecedents del Periodisme de Viatges	22
4.3. Renaixement	28
4.3.1. Era dels Descobriments	28
4.3.2. Naixement del Periodisme	29
4.4. El racionalisme il·lustrat	30
4.4.1. Viatges durant la Il·lustració	31
4.5. El Romanticisme	33
4.5.1. Crònica viatgera	35
4.7. Segle XX	38
4.7.1. Nous textos de viatges: diversificació i compromís	38
4.7.2. Expedicionaris científics i corresponents de guerra	40
4.7.3. Periodistes viatgers en l'Espanya actual	42
5. Suports	45
5.1. Llibre	46
5.2. Revista especialitzada de viatges	47
5.2.1. Fotografia	58
5.3. Internet	60
6. Contacte	67
6.1. Jordi Canal-Soler	67
6.2. Oriol Pugés	72
6.3. Agus Morales	74
7. Resultats	79
8. Conclusions	83
9. Bibliografia	86
10. Webgrafia	87
10. Annexos	89

1. Introducció

Aquest treball és un viatge. Són pàgines plenes d'història i Periodisme. Un resultat acadèmic que ha necessitat preparar maletes, fer una llista d'imprescindibles, imaginar un recorregut i deixar constància de cada moment viscut per no perdre'n detall.

L'elecció de l'objectiu d'aquest treball era una decisió important com quan esculls quina carrera fer. Per aquesta raó, decideixes tirar pel dret. Seguir un instint. Aquell que et va fer escollir Periodisme després d'una conversa sobre viatges, comunicació i cooperació a Nepal. Inquietant coincidència. Aquella conversa sobre els viatges em va seduir tant que he estudiat Periodisme i he fet aquest treball sobre el Periodisme de Viatges, ara que aquest país necessita ser escoltat més que mai.

Tant important com trobar-se a una mateixa, aquestes pàgines intenten reflectir aquesta part de la comunicació que a tant fa somiar. Una visió romàntica del Periodisme que volia traslladar a la realitat. A més, aquest viatge m'ha portat a retrobar-me amb l'essència més pura d'aquesta professió: és un repàs a la condició del Periodisme, als elements que l'envolten, les manifestacions i concepcions que ha tingut des del seu naixement; és la recerca del seu objectiu d'emmirallar la història i la realitat del planeta, el reflex de les idees evolutives de la societat, ara en forma de Societat de la Informació que reclama un canvi que també és palpant a les facultats. A més, és un recordatori de tots els professionals que han contribuït a fer-lo créixer.

La necessitat de posar noms i cognoms, de poder assenyalar amb el dit i tocar el teixit del Periodisme de Viatges també ha significat seguir creient en aquella conversa. En la recerca del que algun dia vols fer, i ser. Aquest treball ha servit per materialitzar unes idees preconcebudes, per saber fins on es pot defensar una mateixa. Trobar el límit no ha estat fàcil, però aquest era el repte que plantejava des de bon inici aquesta investigació. Una indagació que ha permès endinsar-se en aquest món bonic, enamoradís i fràgil, però també professional, compromès i profund. I sobretot, savi. Aquella *terra incognita* de l'era dels descobriments ja té paràmetres i fronteres. Però les persones que allí hi habiten, continuen sent una variable per conèixer. És aquí on ha radicat la major dificultat, en les persones. Les entrevistes, les concepcions, les teories a l'aire... són elements complicats de plasmar en forma d'investigació amb intencionalitat rígida i ortodoxa.

Però el valor real d'aquest treball, igual que en el Periodisme de Viatges, es basa precisament en aquesta heterogeneïtat. El poeta Mario Benedetti deia que si no has viatjat poca cosa tens a explicar. No he hagut de llegir històries de grans

exploradors ni he mirat tots els documentals del món per saber que el Periodisme de Viatges m'agrada. M'ha servit tan sols viatjar. I després fer-se la gran pregunta... i què en faig? En el meu cas, aquella conversa em va servir per saber què fer-ne d'allò après als meus viatges: explicar-ho. No ser egoista i explicar-ho de la millor manera possible. Allò que he après jo, també pot servir als demés.

Un altre tema que es toca és Internet. Aquesta invenció i revolució en la manera de comunicar ha remogut el món com fins ara el coneixíem i ho seguirà fent. Suposava un greu pecat no mencionar-lo, tot i ser conscient que no s'ha fet com es mereix. Però és que fascina tant com intimida. Però la fascinació ha pogut més per llançar-se a la piscina. A la facultat de comunicació, m'han sabut traslladar la perspectiva optimista i aventurera gràcies a les infinites possibilitats d'Internet i la presa de contacte amb aquesta especialització amb una optativa i/o un màster.

En aquest treball es podrien haver elegit altres vies, donar-hi diferents formes, o triar uns entrevistats i suports varis. I és aquí on radica el valor que té aquest treball per mi. He tingut la oportunitat de vagar entre llibres que tenia ganes de llegir, i tenir més converses d'aquelles que no oblidaràs mai amb persones que per mi mereixien aparèixer. Aquí entra el debat de la subjectivitat i l'objectivitat, que també resta obert en el Periodisme. És fascinant quant de joc pot arribar a donar aquesta professió...

Aquí hi ha una clara disputa entre el "jo" i la resta. Això té a veure amb l'heretatge que molts qui han viatjat abans han deixat. El viatge avui, però, penso que ajuda a retirar aquest egocentrisme i aquest "sempre s'ha fet així". La tornada, justament, ajuda a l'evolució. No només individual sinó col·lectiva. I per això ja s'ha de tenir aquesta ment oberta cap al sentit de comunitat. Sense prejudicis, sense por a canviar les teves idees. És de savis equivocar-se i seguir aprenent.

Reitero que allò increïble són les persones. Allò que pensen i creuen pot ser diferent aquí i allà. Això és que encara fa explicar les històries de les persones no només en treball com aquest, també es porta temps fent en portades dels diaris més acreditats. Només cal voluntat i saber escoltar.

Jo volia escoltar. Des d'aquella conversa quan tenia 16 anys. Espero haver-ho sabut transcriure des de la manera més sincera i fidel possible. Perquè aquí radica el poder del professional de la comunicació. En allò que tant aferrissadament s'inculca a la universitat i en aquest treball s'ha intentat dosificar: les bones pràctiques.

Així, jo he après. I espero que qui pugui llegir això, també.

2. Metodologia

L'objectiu general d'aquest estudi és fer una aproximació al Periodisme de Viatges i al periodista de viatges a partir de la seva producció, les seves pràctiques i les experiències personals com a professionals que tenen relació amb tres suports diferents: llibre, revista especialitzada i Internet. La recerca, centrada en l'àmbit estatal, fa un repàs en la història de l'especialització i la seva justificació dins el Periodisme. A més d'un acostament a dos dels suports més característics i un incís a un tercer, Internet, per la seva importància dins el nou panorama comunicatiu.

Entre els objectius específics figuren:

1. Repassar la història del Periodisme de Viatges des dels antecedents fins al naixement del Periodisme de Viatges.
2. Recollir experiències i exemples de professionals de transcendència en el Periodisme de Viatges fins a dia d'avui.
3. Descriure tres suports importants dins el Periodisme de Viatges i justificar la seva rellevància.
4. Fer una aproximació a la figura del periodista de viatges en les seves formes diverses en base a les experiències i les pràctiques.

L'estudi determinarà uns conceptes clau dins el treball per saber què es correspon a cada terme, sense pretendre ser una definició exacta o única. A més, s'han inclòs uns límits per deixar en claredat les postures i incisos de la investigació i deixar via lliure a futurs treballs dins l'àmbit.

El treball s'ha redactat i desenvolupat en tres fases al llarg del curs acadèmic, entre els mesos d'octubre de 2014 i maig de 2015.

En una primera fase, s'ha constituït una part teòrica, una recerca d'informació per saber quin era l'estat d'investigació del Periodisme de Viatges i la seva condició d'especialització, per tal d'entendre la seva naturalesa i característiques heterogènies. La situació de la exploració del camp presentava una saturació. En el sentit que s'ha pogut extreure coneixement fonamentalment en base a dos investigacions: l'anàlisi quantitatiu de premsa i la recerca de la condició periodística de l'especialització feta per Mariano Belenguer Jané (2002) a *Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística*; i la posterior obra de recull històric i definició de l'especialització de Pedro Eduardo Rivas Nieto (2006): *Historia y naturaleza del Periodismo de viajes: desde el antiguo egipto hasta la actualidad*. A més de la consulta d'altres fonts per incrementar el valor informatiu del treball.

Tot això ha permès complir part dels quatre objectius, sobretot el primer (història del Periodisme de Viatges), el segon (visió de figures contemporànies) i el tercer (el llibre i la revista especialitzada de viatges). També ha permès posteriorment identificar quins tres perfils o mostres representatives escaurien per encaixar en la part pràctica de la investigació d'aquest univers, el Periodisme de Viatges, i per completar el quart objectiu. Se'ls hi ha demanat la seva participació, a la qual han accedit a la trobada de manera instantània i amb la màxima col·laboració.

La recerca dels tres perfils ha estat possible gràcies a la consulta directe a professionals del sector tenint en compte el seu judici crític, també per coneguts d'aquests, o per la seva identificació en conferències sobre el camp a explorar. En aquestes xerrades també s'ha extret informació valuosa per la recerca.

La segona fase s'ha produït al últim trimestre del curs de l'estudi, mitjançant trobades per entrar en contacte directe amb els tres periodistes participants i executar la tècnica d'investigació qualitativa escollida: l'entrevista en profunditat. Pere Soler parla sobre aquesta tècnica i les seves consideracions són les que s'han considerat per descriure els resultats i extreure les conclusions d'aquest treball. Es tracta de "trobaments cara a cara entre el investigador i els informants dirigits a una comprensió de les perspectives que tenen els informants respecte la seva vida, experiències o situacions" (2011:216).

Per preparar-les i portar-les a terme, s'ha tingut en compte el repàs teòric de l'especialització en qüestió, la lectura i consum de les peces i obres dels entrevistats, i una recerca de la seva trajectòria. Això ha permès realitzar un "guió d'àrees d'exploració" per determinar una entrevista oberta, de lliure direcció, sense estructurar, per donar màxima llibertat al entrevistat per respondre. Lluny de l'origen psicoanalític d'aquest mètode, no s'han tingut en compte les reaccions ni signes expressius dels entrevistats. A més, s'ha fet una altra entrevista a un professional del sector per incrementar el valor teòric exposat i augmentar la informació, sense incloure'l com un dels tres mostreigs. La possibilitat de tenir gravades en àudio les entrevistes, i suports electrònics per transcriure i visualitzar les respostes, ha permès facilitar el procés de la fase pràctica d'aquest treball.

I pel que fa a la tercera i última fase, aquesta ha estat simultània en el calendari després d'acabar la fase anterior. Es tractava de l'extracció de conclusions en base a la definició d'uns resultats en fruit de les respostes dels entrevistats i la prèvia recerca d'informació. Tenint en compte a Soler, qui afirma que tota investigació qualitativa amb entrevista no té un consens determinat sobre com extreure resultats, és a que

presenta un l'"anàlisi de resultats no clara i concreta en investigació", cada investigador haurà de treure un model intuïtiu. En el cas d'aquest treball, ha estat bàsicament: veure si hi ha paraules clau que coincideixen entre els entrevistats i entre les informacions de teoria recollides prèviament; determinar si el entrevistat és un cas negatiu o contradictori del univers d'aquest estudi; o si, pel contrari, és ha aportat respostes que reafirmen allò proposat al llarg de la investigació.

A partir de les respostes i la recollida d'informació, doncs, aquest treball ha pogut establir uns resultats i formulació de conclusions que neguen, afirmen o determinen matisos sobre la matèria tractada, complint el quart objectiu i el principal: fer una aproximació a què suposa avui ser periodista de viatges gràcies al treball dels professionals amb el llibre, la revista especialitzada i Internet. Per últim, les conclusions han estat descrites en punts concisos per simplificar-les de les narracions més extenses i justificades.

2.1. Límits

Abans d'exposar les qüestions que teòricament incideixen en el Periodisme de Viatges com una especialització, és convenient determinar uns límits sobre el grau d'aprofundiment d'aquest treball, que pretén fer-ne una aproximació a la figura del periodista de viatges. Ja que, com s'ha vist, són molts els aspectes que juguen en el sí de la pràctica d'una especialització d'aquestes característiques. Això permetrà tenir les idees més clares i poder subjectar les proposicions. I afegir que, tot allò que es no pugui contemplar aquí, podrà servir a altres propostes de treball en un futur. Així doncs, es determina que:

- El tema que aborda aquest treball, el Periodisme de Viatges com a especialització, és encara avui un debat obert sobre la seva consideració i naturalesa, àmpliament heterogènia. Així com la conceptualització de Periodisme Especialitzat, que tampoc avui és terminant. Per tant, aquest estudi pretén fer-ne una aproximació amb una perspectiva diferent, però no definitiva. És a dir, en aquest treball s'acceptarà que és una especialitat periodística, tal i com s'ha justificat, després també d'exposar una proposta de definició per "especialització" seguint la línia de les diferents fonts consultades i exposades al treball. Sense que el debat de què és o no és una "Especialització" en Periodisme sigui la principal matèria a tractar (i molt menys analitzar) en aquestes pàgines.

- El Periodisme de Viatges és una especialització periodística que té antecedents històrics, però amb forma de "proto-periodisme", que es remunten a

antigues civilitzacions, però que es tractarà de Periodisme des de l'aparició de la impremta i les primeres peces amb intenció de difondre, divulgar i informar. Una idea que parteix entre les Cròniques de les Índies (on s'informa en els primers diaris) i els viatges il·lustrats per difondre i divulgar sobre els sabers per informar i crear coneixement. El seguiment històric arriba als temps actuals però, per la quantitat de mitjans i noms de professionals que hi pot haver, l'autora d'aquest treball és conscient que no podrà trobar espai per tots.

- No es tractarà el Periodisme Turístic perquè donades les seves característiques es necessitaria una més profunda reflexió i es desmarcaria de la finalitat d'aquest estudi. Vinculat a això, no es plantejarà tampoc com a exemple els escriptors que, convidats per empreses del sector turístic (coneguts com a *freebies*), i després descriuen el viatge i els llocs on els han portat.

- Es prioritzarà el paper de l'autor, el professional, el periodista de viatges. Perquè la especialització compta amb una important qualitat que és la mirada personal, l'experiència i la narració des del "jo", gràcies al seu passat lligat a la literatura i la utilització dels recursos literaris. És a dir, es tractarà com a periodista de viatges el professional amb esperit de reporter o escriptor-viatger que presenti les màximes pràctiques possibles, i/o experiències, vinculades al Periodisme de Viatges i als seus suports, diferenciant-se del "corresponsal", que té una relació intrínseca amb el seu destí (convertit en habitatge) i ofereix una visió de tot tipus de fets més lligada a l'actualitat. Ni al "enviat especial", perquè la seva finalitat és viatjar per cobrir un fet immediat, sense entrar en l'experiència personal.

- Les pràctiques d'aquests professionals exposats i estudiats no pretenen determinar una "metodologia pròpia" definitiva sinó de deixar constància *de facto* quins exercicis i hàbits dins de la producció periodística es poden trobar avui en el panorama del Periodisme de Viatges, que com s'ha exposat pot diferenciar-se entre professionals i entre suports. Seria un estudi interessant poder determinar més a fons la producció de l'especialització des dels suports escollits i els professionals que hi treballen (sobretot els més recents, com Internet) i, fins i tot, els altres factors que afecten a la producció (tan diversos com la edició, pressupostos, normativa...) per seguir avançant en determinar aquest procés.

- No és desig tampoc que aquestes mostres hagin de ser igual més enllà d'Espanya, ja que si no tots, gairebé tots els professionals que s'exposen treballen

a nivell nacional. Sí s'ha escollit exemples de reportatges multimèdia a Internet de mitjans estrangers perquè tot just arranquen aquesta mena de projectes.

- Tampoc no es tractarà el caràcter receptiu de la peça, ni l'experiència del lector o de l'usuari perquè la diferència d'aquest factor entre els suports estudiats és dissemblant i es desviaria del focus del treball.

- Es parlarà de mitjans de comunicació sota el terme de "suports" per evitar discrepàncies sobre si alguns tipus són estrictament mitjans o no. Per la quantitat de fonts d'informació sobre el Periodisme de Viatges en l'àmbit de la premsa (per la seva primera forma de manifestació periodística), s'ha considerat oportú abordar en aquest treball suports com la revista especialitzada (no peces independents sobre viatges en altres publicacions) i el llibre. Però això no exclou als altres d'estar presents en l'especialització (hi ha molts programes de ràdio, documentals, canals de televisió, etc). Per les seves especials qualitats comunicatives, s'ha decidit desviar-ho d'aquest estudi.

- La segona etapa en la creació i consolidació de revistes especialitzades de viatges a Espanya parteix dels 90 fins "a dia d'avui", que si bé l'obra va ser publicada l'any 2002, aquesta tendència podria haver canviat. Fins i tot, a les classificacions es podria afegir noves aparicions i experiències. Però com que no hi ha més estudis al respecte es considerarà aquesta classificació com a orientativa. Partint d'una revisió d'aquesta amb la incorporació de noves revistes i experiències a Internet, o amb les noves revistes interactives, seria una idea d'estudi interessant.

- S'ha volgut fer incís a Internet com a suport i el reportatge multimèdia com a missatge, dins de les milers de possibilitats narratives que hi pot haver a Internet. Tenint consciència que hi ha infinites més formes, però que per la seva naturalesa canviant i la seva expansió acadèmica encara en ple auge, s'ha escollit el reportatge multimèdia com un gènere híbrid precisament per les noves característiques que ofereix Internet. Aquesta infinitat de possibilitats li dona una especial transcendència a dia d'avui, i per això s'ha considerat oportú mencionar-lo i fer-li honor com a objecte d'estudi amb recomanacions i teories que tot just estan éssent avaluades any rere any. Per no confondre peces periodístiques amb continguts d'usuaris, s'ha omès espais com webs i blogs que tractin els viatges.

3. Conceptes

Aquest apartat de l'estudi es destina a fer un repàs sobre què és el Periodisme. Per poder justificar la seva naturalesa lligada als viatges, formant una especialització com tal, que tindrà una metodologia, unes característiques, uns antecedents i uns suports que li donaran vida pròpia. Així doncs, per a fer una aproximació a l'especialització del Periodisme de Viatges, cal establir unes definicions dels termes i uns límits d'estudi, que si bé en aquest no es tracten, poden inspirar altres treballs.

3.1. Periodisme

No existeix una definició universalment acceptada el què és el Periodisme. Les diverses tendències entre els professionals de la comunicació, la falta d'homogeneïtat en la formació i la influència de diferents corrents ideològiques, socials, religioses i econòmiques fan impossible una definició o una teoria general del Periodisme. Quan van néixer les primeres escoles, les ciències de la comunicació es dedicaven bàsicament a parlar de Periodisme, relacionant-ho amb l'activitat informativa diària (en diaris o programes informatius de ràdio i televisió) sense una visió interdisciplinària ni consensuada en el món acadèmic tal com ja va deixar en manifest l'informe MacBride (Tremblay, 2005: 21).

La notícia pot ser informació tant propagandística com censurada, que només requereix de comprensió i ordenació (Brajnovic 1985 i Dader 1983, citats per Rivas Nieto, 2006: 52).

L'autor parteix de la teoria del Periodisme de Lorenzo Gomis (1991), on el Periodisme seria el mitjà d'interpretació successiva de la realitat social. És la via cap a la interpretació, un mode que comporta uns hàbits i supòsits per als professionals. Ja sigui adaptar-ho a un llenguatge comprensible, la tria dels elements importants, la posició adequada de les informacions, les vies d'explicació i judici, i el seu enquadrament.

Així doncs, a partir d'aquestes definicions, Pedro Eduardo Rivas Nieto proposa la seva pròpia: "El Periodisme és un mètode d'interpretació successiva de l'actualitat contingent perquè l'audiència pugui fer-se càrrec de la significació i aproximació que pugui tenir en ella els fets captats i escollits per a la seva difusió des d'un mitjà de comunicació social". L'autor té en compte que la definició pot presentar les seves limitacions i que per tant, val a preguntar-se si s'hi hauria d'incloure tot tipus de Periodisme. "Existeixen tants tipus de Periodisme que és difícil trobar totes les

característiques del Periodisme en estat pur en cada una de les seves manifestacions" (2006: 54).

3.2. Especialització

Precisament, el desgranar els criteris de classificació dels tipus de Periodisme com fa Pedro Eduardo Rivas Nieto ajudarà a acabar determinant com és una especialització periodística i, en concret, el Periodisme de Viatges. Els criteris de classificació segons Lorenzo Gomis poden ser: per temes o continguts, pel tipus d'informació, per l'estil d'escriptura, per tècnica empleada, per la intencionalitat, pel grau d'implicació del periodista, o el mode de difusió (Gomis, 1991 citat per Rivas Nieto, 2006: 55-59).

Dins la primera divisió, es pot trobar infinits temes: polític, social, econòmic, d'esports, científic, rosa, musical, de successos, etc.

En el segon cas, segons el tipus d'informació, aquesta es classifica en si és de caràcter general, o si pel contrari és una informació especialitzada. La primera, seria la actualitat i els seus aspectes més rellevants compresa a partir de la documentació imprescindible; i la segona, seria la que tracta bàsicament un tema o es dirigeix a un sector del públic concret. Cosa que, com es veurà més endavant, queda curt per poder definir el Periodisme de Viatges com una especialització.

El mode d'escriptura fa referència a la variant més informativa o literària, i al grau d'immediateza o possibilitat d'ampliació de l'actualitat.

La tècnica que s'utilitza es difereix en el Periodisme d'Investigació, el Periodisme de Dades o de Precisió, etc.

Pel que fa a la implicació, aquest apartat és interessant en la temàtica d'estudi perquè fa referència al nivell de profunditat de treball que ha realitzat el periodista. Des del mínim esforç cobrint una roda de premsa, fins a la màxima implicació sent el "protagonista" del seu llibre (exemple que Rivas Nieto reforça amb l'autor periodista d'un llibre de viatges). Aquest també tindrà a veure amb el compromís, la neutralitat i l'ambient de treball.

Parant atenció en la intencionalitat i el mode de difusió (el mitjà utilitzat), ambdós són aspectes que condicionen el treball del periodista, la seva pràctica. En la premsa, per exemple, segons si la informació és per un diari-setmanari la informació serà més informativa, i en canvi, un setmanari-mensual oferirà més ventall de temàtiques, serveis o entreteniment, que no pas els llibres o els anuaris. Les diferents

intencionalitats són precisament usades per fer la divisió dels gèneres periodístics. Els textos periodístics dins la intencionalitat "són aquells que expliquen l'actualitat ajustant-se a un ideal i a unes tècniques i formes reconegudes per la comunitat professional del Periodisme i pel públic com a vàlides i fiables" per una part, i per altra banda, també són "aquells que tenen la missió de donar al públic un punt de vista personal o institucional subjecte a les regles de la veritat, però no a un mode concret d'explicar-la". Aquest tipus de textos formen el "Periodisme Especialitzat":

"hi ha textos que requereixen coneixements artístics, històrics i tècnics que amb freqüència obliguen a buscar especialistes en àmbits aliens a la professió [...]. La seva intenció última, però, s'allunya de la dels demés gèneres periodístics, ja que busca la prescripció: aconsellar o desaconsellar determinats productes, ja siguin culturals o no". (Francisco Sánchez i López-Pan, 1998, citats per Rivas Nieto, 2006: 59).

És a dir, només contempen la especialització periodística dins els gèneres, i en concret els prescriptius.

Per aquests dos autors hi ha tres tipus de gèneres: els de reporterisme o noticiosos (de responsabilitat corporativa amb tractament a l'actualitat immediata mitjançant la notícia o la crònica, i l'actualitat ample mitjançant el perfil, l'entrevista o el reportatge); els gèneres d'autor (de responsabilitat institucional per mitjà de l'editorial, la nota de redacció i el curt o mixta, o personal amb l'ús de la columna i les col·laboracions en base a articles o cartes al director). I en un tercer apartat, el "Periodisme Especialitzat" que inclou la crítica, la crònica especialitzada i els comparatius (Francisco Sánchez i López-Pan, 1998, citats per Rivas Nieto, 2006: 59).

Aquesta també és una definició errònia per determinar una especialització periodística, ja que com s'ha vist aquesta inclouria no només gèneres per determinades intencions, sinó altres termes específics de metodologia, suports i tècnica. Aquesta visió ajuda a entendre la dificultat de la seva definició però serà útil per definir que el Periodisme de Viatges és alguna cosa més que gèneres d'Especialitzat.

3.3. Periodisme de Viatges

El Periodisme de Viatges no és un gènere específic, sinó que com assenyala Rivas Nieto, pren elements dels tres macro-gèneres. Essent, doncs, un tipus de Periodisme en sí mateix perquè:

"està envoltat per una actualitat amplíssima, ajustant-se a possibles fórmules reconegudes del món literari, abans que del món periodístic. La seva autoria és un element

importantíssim en la narrativa de viatges. I en tercer lloc, el periodista, amb una documentació prèvia i una recollida de dades durant el viatge, elabora el seu text amb un cert grau d'especialització" (2006:60).

Per la seva banda, Mariano Belenguer justifica que el Periodisme de Viatges "compleix amb una sèrie de requisits que el posen a l'avantsala del Periodisme Especialitzat". (2002:114). L'autor sintetitza aquests quatre punts per justificar el Periodisme de Viatges com una especialització:

1. Compta amb importants antecedents històrics "que arranquen des del naixement del periodisme".
2. Existeixen mitjans, sobretot revistes especialitzades, sèries documentals, programes de ràdio o canals propis, entre d'altres.
3. Hi ha professionals que l'exerceixen.
4. Presenta una metodologia pròpia que és la que es demana a tota especialització, recordant en què consistia a *grosso modo*: analitzar la realitat amb una interpretació del món amb un llenguatge adequat, amb un format determinat segons el mitjà o auditoria, i aprofundint en els interessos i necessitats d'aquest, sobre una determinada àrea o especialitat del saber, amb les seves motivacions i context ampli, etc. I, fins i tot, la normativa i aplicació de redacció específica a dins la disciplina (Orive i Fagoaga, 1974; Romano, 1984; Borrat, 1993 i Quesada, 1998 et alt citats per Belenguer, 2002). I que, per fer-ho, s'ajusta a uns gèneres determinats per poder satisfer aquestes necessitats de mètode i procediment¹.

Aquí entra una qüestió important, el professional, el periodista de viatges. Si bé el primer gènere del Periodisme de Viatges va ser la crònica, com es veurà més endavant, aquesta ha perdut el caràcter cronològic i de continuïtat. Ara els viatges del cronista són de "llarga durada", del cronista "que es mou al terreny que es coneix" (la crònica de corresponsal), que ja no parla del que "és seu" sinó que descobreix amb "sensibilitat verge", com descriu Lorenzo Gomis a la figura del reporter (Gomis, 1989 citat per Belenguer, 2002: 118). En definitiva, segons Mariano Belenguer, "la tendència ara és realitzar textos unitaris que descriuen o narren d'una forma precisa aspectes concrets, centrant el text en un tema determinat".

¹ Per veure els gèneres aplicats en revista especialitzada en Periodisme de Viatges exposats per Mariano Belenguer (2002) veure a partir de la pàgina 41.

És adient, doncs, dir que el corresponsal difícilment podrà ser un "descobridor del que li és aliè" com ho seria el reporter, i que per tant no tindria aquest caràcter tant directe amb el Periodisme de Viatges més descobridor.

Un cas semblant és el de l'enviat especial, figura que el periodista Javier Reverte ha volgut retreure: "¿què m'aportava entrar a les ciutats de caravanes de cotxes amb vidres obscurs [...], anar de roda de premsa en roda de premsa, amb ocasionals visites a un monument [...], òperes, banquets i desfilades? Res". Tot i que pot ser la manera d'iniciar-se, com a ell li va passar en una de les seves innumerables experiències com a enviat especial quan va anar a cobrir els conflictes de la regió de Centreamèrica a principis dels vuitanta: "vaig escriure una sèrie de reportatges situats a Nicaragua, Guatemala i El Salvador [*Viaje al corazón de las tinieblas*], [...] que literaris érem els periodistes en aquells dies! No sé si eren bons o mal reportatges, però aquell viatge em va ajudar a canviar el concepte de l'escriptura i potser la meua visió de la vida" (2008: 147). I afegeix més endavant: "el que escrivia a les meues cròniques no eren suficient, no explicava el que jo havia viscut en aquells mesos". El que segons l'autor després es va reflectir en altres peces de viatges, com al Sàhara Occidental, on juntament a altres periodistes, buscaven "que la opinió pública espanyola no oblidés una causa que molts consideràvem justa i mostrar la nostra solidaritat" (2008: 235).

Però el Periodisme de Viatges no ha gaudit sempre de tanta acceptació ni consens acadèmic. Mariano Belenguier també fa una menció a clàssics i reconeguts (com José Luis Martínez Albertos o G. Martín Vivaldi) que desvinculaven el valor informatiu del Periodisme de Viatges en les cròniques, segons la funció de l'autor. Tampoc a nivell formatiu hi ha gaires opcions per adquirir els coneixements i metodologia que el configuren. Com molt bé assenyala Ángeles Rubio Gil la oferta de formació del "Periodisme Turístic" (més enfocat a la prescripció i a la contribució al desenvolupament del sector) i el Periodisme de Viatges, és molt reduïda a nivell mundial. A més, davant la seva naturalesa requereix de fonts i continguts multidisciplinaris, Rubio Gil també proposa de manera orientativa aspectes i fonts d'informació que haurien d'integrar les guies docents per aquesta especialització (2014:69-80).

Per tant, són nombrosos els factors que determinen el Periodisme de Viatges perquè el facin una especialització pròpia, amb una manera de fer fruit de les pràctiques en gèneres que s'han reflectit en determinats suports (amb una gran oferta

a nivell espanyol), una forta vinculació per part del professional, i de complexió heterogènia que la fan canviant però amb possibilitats per seguir explorant.

3.4. Producció periodística

Com que aquest estudi té la intenció de fer una aproximació a les pràctiques que avui es poden trobar entre els professionals del Periodisme de Viatges en tres suports diferents, és necessari abans incloure aquestes pràctiques en el sí del Periodisme. Concretament en la producció periodística, que "és un conjunt de tècniques de treball, mecanismes de preses de decisions, sistemes d'organització i controls de qualitat en la pràctica del Periodisme" (Manfredi Mayoral, 2000:17). Dins aquesta, com assenyala Mayoral, hi entren aspectes derivats i condicionants, com l'agenda temàtica, les rutines, el valor de noticiabilitat, el temps, Internet, la opinió, el control de qualitat, el mercat productiu, etc. Incidint en el cas del temps, aquest s'ha de tenir en compte tant a nivell d'edició (periodicitat de l'edició) com el propi de l'àmbit territorial o temàtic que cobreix el mitjà.

L'autor també afegeix que són molts aspectes que poden arribar a influir en la rutina de producció periodística: la poden diferenciar entre professionals, entre suports i entre els mitjans, en abordament de temes i tracte d'informacions.

Segons Manfredi Mayoral el Periodisme més simple és l'informatiu, que narra i descriu per elaborar productes informatius i que deixa al professional servir-se d'altres elements per actuar en el nivell de profunditat amb una visió integradora de la realitat i fer més intel·ligible el món (el que seria Periodisme d'Interpretació o Explicatiu) encapçalat per gèneres concrets per fer-ho. Una realitat com seria: l'esdeveniment principal conegut de primera mà, la situació d'un context per donar relleu i significat, la documentació, anàlisis valoratiu i els judicis d'opinió o comentaris per prendre partit per una opció o una causa, i uns gèneres específics per garantir la identificació d'interpretació a la peça, entre ells la crònica i el reportatge (Manfredi Mayoral, 2000: 67).

A grans trets, els criteris de noticiabilitat segons Mayoral (2000:65) són:

- Actualitat (immediació en el temps o novetat de l'esdeveniment)
- Proximitat (geogràficament proper o immediat en l'espai del fet)
- Conseqüències (repercussions futures que poden derivar-se d'un succés)
- Rellevància (amb distinció i importància a les persones implicades en el fet que accentua un interès)

- Drama o suspens (ingredient essencial per el interès humà)
- Raresa (singularitat i originalitat del fet)
- Conflicte (enfrontament, desavinences entre persones i/o institucions)
- Sexe (element integral en la vida mateixa)
- Emoció (instints primaris, drames que aproximen i identifiquen als éssers humans)
- Progrés (canvis importants en el desenvolupament humà)

Entrant en el terreny de la profunditat, aquesta s'aconsegueix entre d'altres coses mitjançant l'argumentació, que és un procés intel·lectual que requereix el treball amb diverses fonts. Una font informativa és:

"un canal -persona o institució- que proporciona dades substancials o complementàries -al ser testimoni directe o indirecte- per poder confeccionar notícies, reportatges, cròniques, informes [...] la font informativa és una persona, un grup de persones, una institució, una empresa, un govern, una religió, una secta, un club esportiu... i qui sap quantes més variables que han vist o escoltat alguna cosa sobre alguna cosa que estan disposats a proporcionar a algun mitjà informatiu per interès públic o perquè convé per el seu propi interès" (Manuel López, 1995 citat per Manfredi Mayoral, 2000: 68).

El tracte amb les fonts, segons Mayoral, és buscar la fluïdesa, la constància i una mica de fredor a la hora de relacionar-se amb la font i evitar interessos coincidents entre mitjà/professional i font. A més de garantir l'equilibri i que a la informació no hi hagi entre elles un paper preponderat, per no tenir perill d'intoxicacions i sempre requerir el contrastar fonts. També hi entra en joc l'ètica sobre el tractament de fonts, el seu ús i atribucions, que condiciona el deure professional. És a dir, la qualitat, quantitat i diversitat de fonts aporta credibilitat al mitjà/professional i potència informativa.

El temps també afecta al tractament amb les fonts i, en conseqüència, en la qualitat de les peces periodístiques. Sobretot amb l'arribada d'Internet, un el valor de la rapidesa que els mitjans ja tenien de per sí:

"la (cerca de la) rapidesa és una característica constitutiva dels mitjans de comunicació. La novetat és que, en el context de la mundialització, aquest valor es potencia en detriment d'altres que també havien estat constitutius del periodisme, com ara la interpretació i l'anàlisi o la funció de contrapès" (Corominas, 2006: 301).

Per tant, és essencial que el temps contribueixi a crear una peça de valor en profunditat i tractament, juntament amb els valors del periodista. És també influenciador el suport amb el qual es treballa, que varien el temps de la seva

producció. Pràctiques dels professionals i suports tenen a veure en el resultat final de la producció periodística, amb característiques pròpies i diferències entre les diferents formes del Periodisme.

En aquest cas, el treball es focalitza precisament en els suports d'Internet, la revista especialitzada en viatges i el llibre, cosa que és representatiu de l'especialització objecte d'estudi. Això, però serà només un dels miralls amb els quals reflectir la totalitat del procés producció periodística el Periodisme de Viatges.

4. Història

Una vegada determinada la naturalesa del Periodisme de Viatges i la seva posició actual dins els aspectes més teòrics, es podrà: exposar els seus antecedents, partint de les civilitzacions antigues; indicar el seu naixement lligat al naixement del Periodisme amb l'aparició de la impremta i la voluntat de informar, difondre i divulgar; i fer-ne un seguiment de la evolució al llarg de la història fins al temps actual. Abans, però, s'ha considerat adequat fer un incís a la concepció del viatge i la seva plasmació en els redactats de l'ésser humà.

4.1 Viatge i text: termes vinculats i concepció

La principal motivació d'aquest estudi d'aproximació al Periodisme té a veure amb el viatge. Si el Periodisme és explicar coses als demés per informar i ensenyar, el Periodisme de Viatges serà explicar allò vist i après en el transcurs del viatge. Per tant, és necessari justificar perquè aquesta manifestació cultural com és el Periodisme, s'ha arribat a vincular amb el viatge essent objecte de difusió en sí mateix. És a dir, perquè és tant important el viatge per que el Periodisme s'hi vegi tant íntimament lligat. Cal doncs, explicar què és el viatge i què ha suposat per l'home per ser una via de canvis, per també donar a conèixer.

Obligat a deambular pel seu menjar, el primer instint de l'home ja el va impulsar a viatjar. Les ganes d'aprendre, la passió per conèixer i posseir, de gaudir de l'aventura en sí mateixa. Aquests van ser els motius que van impulsar a l'home a descobrir el planeta. El desig de satisfer la curiositat.

Els viatgers han desmuntat prejudicis, han creat vincles d'unió entre pobles, han traçat noves rutes, han transportat artefactes i plantes medicinals, han redissenyat els mapes, han impulsat la navegació i l'arqueologia, han procurat nous problemes filosòfics, han difós llengües i costums desaparegudes, han explicat estranyes

pràctiques socials i religioses i han difós noves imatges, contes, colors i sons. Tot això, en part, gràcies al llegat textual. Perquè el record constitueix coneixement.

Aleshores es va descobrir l'agricultura, la ramaderia, es va iniciar el sedentarisme, el comerç i la conquesta i el saqueig. En aquells temps, el desplaçament humà va deixar de ser fonamental per a la supervivència i va començar a fer-ho qui, d'una manera o una altra, sentia la necessitat d'emprendre aventures. Fins al punt que els viatges s'han convertit, la majoria de vegades, en un objecte de consum més, que es compra i es ven.

Es podria dir que ja no hi ha *terra incognita*. No queden racons per descobrir. Però tot i així, l'afany per els viatges no ha disminuït. Encara perviu l'esperit que va incitar al primer humà a preguntar-se què hi hauria més enllà. Gràcies a aquests viatgers, els pobles han intercanviat els seus coneixements, les seves experiències, les seves vides però també les seves misèries, els seus odis injustícies. Els qui viatgen obren el seu cor i la seva ment, per la necessitat de sentir-se plenament humans, al aire de l'aventura. (Pedro Eduardo Rivas Nieto, 2006: 19).

D'allò incògnit i desconegut, una regió, alguna cosa salvatge, zones inexplorades, i s'intentava explicar, es creava un ordre. Això vol dir que es buscava una manera d'ordenar el que s'havia vist i experimentat, la formalització d'un enteniment, i la millor manera de expressar la forma plàstica de la vida és amb les narracions. D'aquesta desconexença, el desordre, se'n feia un ordre: es torna enrere i s'arriba al començament del món. D'allò inhòspit es creava, i el mite està lligat a la creació. Perquè la funció comunicativa del mite tendeix al enteniment mutu dels membres d'una societat i la harmonia de les seves conviccions morals (Pedro Eduardo Rivas Nieto, 2006: 20-21).

El viatge es vincula a la aventura i que la narrativa recull aquesta necessitat, que resulta un principi vital de l'existència, per la qual cosa suposa en ella mateixa una acció i recerca de nous espais, i imprescindible per al progrés històric de la humanitat. En el llegat dels mites es trobava el model exemplar dels seus actes, i en ells el saber útil, i a més, la Història.

L'aventura és un fragment de l'existència enlloc d'altres, però pertanyen a aquell tipus de formes que, més enllà de la seva mera participació en la vida i de tota la accidentalitat en quant al seu contingut particular. Belenguer va més enllà, per ell la seva presència en els relats conté una connotació psicològica (2006: 22).

L'home s'ha vist constantment en lluites i moments d'incertesa. Viu en un estat de constant superació d'obstacles que es necessiten superar. Els relats de viatges, els diaris de viatges, les cròniques dels descobriments... formen part d'una literatura que recrea l'aventura, el desafiament i el risc. Sense reptes, perills i entrebancs el viatge s'empobreix, per això els relats estan també plens d'herois que s'enfronten a viatges i feines que han de realitzar. És viatge i s'escriu potser perquè l'aventura està present des de les novel·les gregues de l'Antiguitat fins a les contemporànies.

Dins el Periodisme de Viatges no apareixen gestes irrepetibles, ni duels perillosos, ni herois espectaculars. Però beu de fonts semblants i està ventatjosament contaminat de l'aventura dels clàssics.

L'aventura es presenta com un temps ple davant la rutina, una aboliment de la normalitat i un instant en suspens. No hi ha seguretats ni res determinat. Augmenten les probabilitats d'aventura en l'exotisme, i la major part de la narrativa succeeix en terres i pobles remots. "Ara bé, en la narrativa de viatges o en el periodisme de viatges, l'aventura no es presenta amb aquest efecte dramàtic". Està suavitzada, reduïda, no hi ha constant la mort, però sí es reflecteix la vida dels pobles i les terres que descriu. El viatger no viu l'aventura amb la intensitat de l'heroi clàssic, però sí la observa i l'explica. Al cap i a la fi l'home, que mitjançant la paraula es troba a sí mateix, recupera experiències mitjançant la història que explica. L'heroi havia d'actuar amb plena consciència que només una part de la seva acció era veritablement obra seva, el simple fet de cometre un fet ja és més que el resultat de la feina en sí mateixa, empenyent energies perquè així sigui. D'aquí que l'heroi i el mite tinguin profunds vincles (Rivas Nieto, 2006: 30).

"El trinomi *viatge-aventura-heroi* apareix com alguna cosa quasi inseparable en la seva trajectòria històrica i en les seves manifestacions literàries" (Belenguer, 2002: 23). Ha sofert varies crisis, que tot i que no han fet desaparèixer el mite, sí l'han reconduït per altres derroters, que l'han desvinculat de la realitat però que a la vegada l'han retroalimentat i l'han reviscut a través de determinades manifestacions culturals actuals.

La primera crisi es produeix quan ja es descobreixen tots els paratges desconeguts. La segona és amb la "democratització" del viatge i l'aparició del fenomen del turisme, que generen una massificació i una comercialització del mateix. Gràcies a la literatura o la fotografia, s'intenta reinventar l'aventura del viatge en un viatge en un intent de recuperar el trinomi. I entre aquestes manifestacions es troba el fenomen del periodisme de viatges.

Neix un viatger diferent, massificat i organitzat, de la mà de Thomas Cook (el primer agent de viatges del món) que properament genera el desdeny i el menyspreu dels vertaders viatgers. Analistes del fenomen social del turisme com Louis Turner i John Ash qualifiquen la figura del viatger com una divinitat en qüestió, el turista la seva contrapartida, massa humà, i entre els dos, a mig camí entre la divinitat i allò humà hi hauria els viatgers problemàtics. Per Mariano Belenguer Jané el viatger és una persona que “escriu” sobre el viatge, o que “relata” la seva experiència. Però el que realment el diferencia seria l’esperit i l’ànim amb el que viatgen. Potser és el mateix esperit el que els impulsa a narrar el seu viatge, i per tant, a ser considerats com a viatgers.

Javier Reverte explica que segons ell el turista ho ha de tenir tot organitzat i previst, i que no hi ha lloc per a la improvisació. En contraposició, per a aquest periodista i escriptor, el viatger és un ser al que li agrada viatjar sol, no fuig del risc, i es planteja el viatge com una creació: “comparteix amb l’art una part de la seva essència. Perquè l’art i el viatge profunditzen en el que se sap, buscant territoris ignorats, s’endinsen en les profunditats de quant es desconeix, inventen una forma de veure el món”

I també: “el viatger és un ser caracteritzat per una patològica ansietat per marxar [...] per el viatger el punt de destí és imprecís: es tracta d’un pretext substancialment, tot i que arribi a complir-lo” (1997: 41).

Per tant, el viatger sap que al planeta ja no hi ha llocs per descobrir, però això és el de menys: sent la necessitat de redescobrir per sí mateix i per a sí. Intenta integrar-se entre les gents i participar de la seva cultura per a captar millor i des d’altres punts de vista tot el que el rodeja. Anhela conèixer i sentir el que té al seu voltant. I entra en joc perquè busca transformar-se a través del viatge. L’autor també parla del post-turista, aquell que ja sap que no podrà fer els viatges d’abans i és conscient de la seva condició de turista i només en certes ocasions fa ús d’ell amb certes dosis d’humor.

Ser conscient d’aquestes diferències és important, ja que les publicacions de en moltes ocasions amb aquests mites i realitats del món dels viatges i intervenen en la seva construcció i definició.

Escriure sobre un viatge o una experiència viscuda fora de l’entorn quotidià en llocs allunyats ha estat sempre una cosa motivada per diferents causes, tendències i inclús modes. Entre els diferents interessos hi ha: motius comercials, religiosos, científics, bèl·lics, literaris... Tan aviat com l’home va aprendre a escriure, es van

començar a deixar testimonis escrits dels seus viatges i l'escriptura de viatges es converteix en un instrument didàctic, cultural i lúdic que permet que homes i cultures llunyanes en el temps i l'espai s'aproximin.

El viatge no ha estat només un tema i motiu novel·lesc. És també en sí mateix una estructura narrativa, ja que al triar-la, el material narratiu s'organitza de forma episòdica (dins la literatura de viatges, doncs, el viatge seria el motiu o l'estructura principal, sense ser *stricto sensu* el seu eix). Però partint de la consideració de que només la literatura de viatges és aquella que té el viatge com a tema central, aquests són enfocats de diferents maneres a través dels textos (Silva, 2000 citat per Rivas Nieto, 2006:41):

1. Viatge de recerca (heroi que protagonitza la empresa, com el Rei Artur en busca del Sant Grial)
2. Viatge de descobriment (serveix para millorar el coneixement d'altres pobles i llocs, com Marco Polo o Núñez Cabeza de Vaca)
3. Viatge de peregrinació (motivació religiosa, a viatges sagrats com La Meca, catalogat com els més antics relats de viatges segons Diana Salvines de Delás)
4. Viatge de formació (per a conèixer la realitat i inclús la pròpia identitat, com Frankenstein de Shelley)
5. Viatge al·legòric o simbòlic (a un lloc mític amb el qual s'al·ludeix a una altra realitat, tal com en la *Divina Comèdia* de Dant).
6. Travessia èpica (un viatge mariner on es superen obstacles, metàfora del viatge de la vida, com l'*Eneida* o l'*Odissea*).

Així doncs, aquesta primera classificació situa el viatge com a eix temàtic de la literatura, però on hi té cabuda un viatge fictici a més d'un real. Per tant, com els viatges reals en narració tenen una naturalesa diferent, Belenguer proposa una forma de classificar no tant literària sinó més textual, entrant-hi també les ciències i el Periodisme.

Cinc grans grups de textos de viatges i els seus perfils com a via de contextualització del periodisme de viatges (Belenguer, 2002: 32-35):

1. Llibres de reconeguda vocació literària dins dels cànons estètics literaris. Es reconeixeria com un possible gènere de literatura de viatges (que no inclouria ni les guies, ni els assajos científics, ni navegació o exploració). A dins, hi hauria dos subgrups:

1.1. Gènere novel·lesc. On es dividiria en els inspirats en viatges i fets reals (Jack London) o fets de fantasia (como Jules Verne). En aquest cas el caràcter literari de la narració no quedaria definit per la ficció o no ficció dels fets narrats, fonamentalment, sinó per la qualitat estètica del seu estil.

2. Textos narrats per exploradors, descobridors, aventurers en base a les seves notes de camp recollides en les seves agendes de viatges. L'autor ho defineix com un text "document", "registre" o "testimoni" d'un viatge, sense pretensions literàries.

3. Escrits d'etnògrafs, antropòlegs, naturalistes, i altres científics amb viatges per anàlisis, reflexions i investigacions. Són "documents" o "registres" d'expedicions científiques però amb un plus d'assaig i reflexions on participen d'una teoria i una metodologia científica de descripció.

4. Textos amb vocació de servir com a guies turístiques d'orientació al viatger.

5. Textos periodístics. Es tracta d'un periodisme especialitzat amb unes característiques formals d'extensió, amb una contextualització pròpia, i definit pel seu destí (publicació periòdica). Tot i que l'autor apunta que aquesta última frontera no és gaire clara pels antecedents de relats de viatge abans publicats en diaris o que potser per la seva estructura o objectius també es podrien avenir als textos periodístics. Com ara *El camino más corto* (1978) de Manuel Leguineche, un bon exemple de gran reportatge dins un llibre de viatges.

L'estudiós de l'especialització avisa que aquesta classificació no pot ser una premissa rígida per les característiques polimòrfiques que presenten aquests textos.

Per això és necessari desvincular en certa manera la literatura del Periodisme per evitar relacionar un gènere novel·lesc, per exemple, dins el grup de textos periodístics de viatges. És necessari reiterar que les classificacions mostren com el viatge, amb una concepció més ample i literal, pot ser protagonista literal i fictici d'un text escrit.

La definició de literatura és una qüestió que encara avui manté un debat obert, però que està clar que ofereix un cànon normatiu on les obres impreses i la ficció hi tenen cabuda, en base a una tradició composta per obres de valor canònic, els clàssics.

Avui existeix una premsa especialitzada en viatges, un Periodisme especialitzat que arranca per un lloc dels relats i literatura de viatges i, de l'altre, dels textos de divulgació científica i geogràfica, com seria l'exemple de la revista *The National*

Geographic o *Traveller* a nivell internacional. Pel que fa a nivell espanyol, es va haver d'esperar a la democràcia per poder veure capçaleres com *Viajar* o *Atlas*. Un passat, doncs, que convergeix entre literatura i ciència.

4.2 Antecedents del Periodisme de Viatges

Ho han justificat certs autors i professionals que realment es pot definir un Periodisme de Viatges perquè aquest naixerà i anirà lligat i diferenciat amb la paral·lela història dels descobriments i les explotacions del món. Tot i així, cal esmentar els textos i llibres de viatges que han fet possible que avui concebem un periodisme especialitzat en viatges, obres i autors representants primaris del Periodisme, i també de la Història i la Geografia. Un índex de Periodisme o "proto-periodisme".

Moltes civilitzacions en l'antiguitat han recorregut el planeta i hi ha pocs documents que ho puguin demostrar. Tot i així, els egipcis van ser els primers en documentar els seus viatges, a través de l'escrivà que observava la vida egípcia i anotava allò que passava en la vida pública. Això no és Periodisme però és la demostració que hi havia voluntat de donar fe i notícia d'allò que passava i els seus protagonistes, "sent una manera d'informar amb vistes de veracitat i realisme". Com per exemple, en matèria de viatges, hi ha relats que parlen del viatge a les terres del Punt (la "terra dels avantpassats" sense localització definida) que van animar a la imaginació popular i al donar forma escrita al viatge, es va informar i aquests relators van exercir funcions de "proto-informadors públics" (Pedro Eduardo Rivas Nieto, 2006: 64).

José Acosta Montoro (1973) fa esmena d'aquesta confusió que el passat del periodisme de viatges causa amb d'altres disciplines en el trinomi *escriptors-periodistes-historiadors*, però destaca la figura d'Heròdot, el pare de la història grec (segons Ciceró) qui fou el fundador del "gran periodisme viatger que si es guanya el títol de pare de la història, amb el mateix dret hauria de tenir el de pare del periodisme, tot i que només sigui per agrair-li la seva actitud de reporter que pregunta casa per casa, home per home, a través dels seus viatges". La seva obra és una guia del món grec i dels seus veïns, causant una diferència en com s'explicava fins aleshores la història, que tenia un exclusiu caràcter mític. Mirava documents i textos d'altres viatgers i estudiosos, i disposava d'altres fonts per obtenir noves dades. Sentia curiositat per les costums de la gent i a més feia referència a qualsevol tipus de notícia, per anecdòtica que fos. I això el que dificulta definir la seva obra. Una obra que va posar de moda una nova manera d'explicar els fets al públic i reflectia el seu caràcter de comunicador públic (Montoro, 1973 citat per Rivas Nieto, 2006: 70-71).

També hi té un paper important els orígens de la geografia, els autors dels quals estarien vinculats a aquest confós grup d'*escriptors-periodistes-historiadors*. Belenguer aposta per concloure amb la idea que cita l'autor del historiador Jean Beaujeu, quan diu que a aquest grup de viatgers els hi va faltar "proporcionar als savis notícies segures, rigoroses, indiscutibles" per assimilar-se al principal objectiu del periodisme i, així, ser considerat com a tal (2002:43).

Per exemple Alexandre El Gran, qui s'emportava tot tipus d'experts disciplinaris a les seves expedicions (botànics, enginyers, arquitectes, geògrafs, etc) per difondre la cultura grega i aportar el coneixement dels seus viatges que després havia de transmetre's (Rivas Nieto, 2006:75) via aquests cronistes, que realitzaven la feina d'un equip propagandístic o el paper d'un gabinet de premsa (Rivas Nieto, 2006: 76, Belenguer, 1999: 93)

Amb els nous descobriments els grecs necessitaven explicar allò mai vist. El gènere paradoxogràfic va ser el gènere literari autònom al inici del període hel·lenístic que Pedro Eduardo Rivas Nieto (2006) menciona perquè "obrirà nous coneixements de nous territoris barrejant la monografia històrica, el tractat científic i el relat de viatges entre real i fictici". Amb una vulgarització de les obres, que "ja demostrava un interès i fascinació per les novetats" i es buscava la emoció del lector (Rivas Nieto, 2006: 81-83). També és destacable la "única obra completa que en ha arribat" del gènere periegètic (de "perigeta", "el que descriu" o "guia"), *Descripcions de Grècia* de Pausànias. On es descriuen llocs, monuments, obres d'art, on es relaten mites, llegendes, fets històrics, i fets meravellosos. La manera d'escriure l'obra es considera un "precedent en continguts i mètodes del periodisme de viatges" combinant "dades convincents i fonts variades" (Rivas Nieto: 84).

Durant la època romana, apareixen figures amb característiques "proto-periodístiques" de les quals n'hi ha una especialment destacable per José Acosta: Juli Cèsar i les seves *Memòries*. "Una obra escrita en el millor dels estils que pot utilitzar un escriptor-periodista". I que la seves gestes escrites en forma de propaganda, amb comentaris sobre guerres i l'ús de fonts fiables el fan precursor de textos periodístics (Padilla, 1979 citat per Rivas Nieto, 2006: 94).

I també hi ha la versió dels textos "proto-geogràfic" d'una civilització fortament expansionista dividits en tres categories del ja citat Jean Beaujeu, i que han sostingut els dos autors referents del Periodisme de Viatges:

1. Des d'Hecateu de Milet fins a la època romana Estrabó amb la *Geografia*. L'objectiu era conèixer el món en el seu conjunt des d'una visió

cosmogràfica. El pare d'aquesta ciència autor també de *Periodos* o *Viaje alrededor del Mundo* que aporta dades com un tractat de relat de viatges que consistia en una relació dels llocs coneguts per ell juntament a una breu notícia descriptiva (Rivas Nieto, 2006:74).

2. Guies que descrivien itineraris marítims o terrestres, pensades per mariners i viatgers. Cap al segle IV, s'uneixen les guies per a peregrins. Aquesta és la més interessant perquè realment és la que busca crear un relat de viatges amb l'objectiu d'informar als seus contemporanis, futurs viatgers, sense cap altra pretensió. Cal destacar la figura de la considerada primera dona viatgera, Egeria, autora d'una descripció del viscut en primera persona durant un viatge a la Terra Santa, *Peregrinació de Egeria*, en una època on la seguretat entre el terreny ja conegut pel gran imperi era prou segur. "Que es va entendre com un llibre de viatges i així ho van utilitzar els seus continuadors, com Pedro Diácono" (Rivas Nieto, 2006: 91).

3. Els estudiosos de la geografia. Preocupats per coordenades, mesures, cartografia, etc (amb capdavanter com Hiparc o Ptolemeu).

Durant la època medieval, hi ha dues civilitzacions destacables per el relleu de l'esperit descobridor y de la història de les exploracions fins que l'Europa cristiana comences a obrir les portes a les fronteres culturals:

Els víkings i varegs són protagonistes de llarg viatges per tot el món, com a comerciants i "precolons". D'ells hi neixen històries transmeses per via oral. Es tracta d'una literatura que neix al aire lliure, lluny de tota tradició. Una saga amb els fets més insignificants que s'han anat ponderant cuitosament en les diferents versions i el narrador les va exponer sense barrejar en ells judicis, explicacions o comentaris propis per evitar interpretacions i exposar els fets amb tota la seva realitat. Destaquen els relats "*Konungs Skuggsja*" o *Miralls de Reis* que formaven una important col·lecció de relats de la primera meitat del segle XIII d'expedicions i descobriments èpics que configuraven les llegendes i les tradicions del poble.

És també important el cas de l'antiga civilització de Xina. Un temps on les rutes comercials a través del continent asiàtic van proliferar intercanvis culturals. La geografia humana xinesa es dividia en tres tipus: les obres que feien referència a costums populars i el seu assentament, les descripcions de regions meridionals conquistades i les obres de pobles llunyans, com *Descripció dels pobles tributaris* (segle VI). Els motius de viatges eren la peregrinació pels budistes i els ambaixadors pel comerç entre perses i hel·lenístics, turcomongol, etc. Com el llegat del budista

Ennin (*Diari d'un viatger a Xina en el segle IX*) i la feina diplomàtica però de relat de viatges de Li Chin Chang (*Viatge a l'Oest o Memòries sobre les costums de Cambodja*).

Un cas a destacar també, en aquesta època, són els àrabs. Una important comunitat de cultura també expansionista, sobretot en el terreny científic i cultural. Dins d'aquest entorn favorable, no faltaran informacions i narracions sobre viatges. La seva geografia passarà per davant a Europa gràcies a escoles com la de Bagdad, juntament amb l'expansió de l'Islam, van afavorir grans narracions de viatges que les fa difícil de distingir dels relats. Ja que la geografia del moment es va desenvolupar en dos vessants: una matemàtica, i una altra descriptiva o literària. Per exemple el cronista viatger Ibn Hauqal (autor del millor mapa àrab del segle XI) o Al-Idris i la seva obra escrita per Roger II, *Entreteniment per a qui desitgi recórrer les diferents parts del món*, marcat pels dos autors com a antecedent del periodisme de viatges per la seva precisió en base a l'experiència viatgera. El mercader també és una figura important, per la seva qualitat d'intrèpid, però sobretot per el nou paper de la diplomàcia dels prínceps i les ambaixades que el trànsit per les noves rutes comercials requerien.

Els nous relats de viatges apareixen vinculats a la necessitat d'informació dels califats. Els *narradors-viatgers-informadors* eren dependents als serveis informatius de la cort. En aquesta es correspondria la "literatura geogràfica àrab". Dins d'aquest grup hi hauria els diccionaris geogràfics, les cosmografies i geografies universals, les enciclopèdies i les *rihlas* o relats de viatges. Un gran exponent d'aquest últim és Ibn Battuta, qui en motiu del seu *hajj* (peregrinatge a La Meca), recorrerà dos vegades la mateixa ruta durant 30 anys.

D'aquest intens viatge n'ha quedat el *Rihla*, una visió completa del món islàmic i escrit per encàrrec del rei de Marroc a mitjans de s. XIV. Com afirmen Serafín Fanjul i Federico Arbós, "el *rihla* és davant de tot un llibre de viatges, un llibre que pretén ser útil i informar el més minuciós possible sobretot el més vist o viscut, sense deixar al mateix temps de meravellar al lector mitjançant la narració de successos extraordinaris o la descripció de paisatges, ambientes i usos insòlits. Aporten dades històriques i institucions socials de la cultura en general, amb el seu trastorns etnogràfic i folklòric i el seu enramat econòmic, observacions geogràfiques, urbanes... La sèrie de contes *Les Mil i Una Nits* amb el conte de *Simbad, el mariner* n'és un exemple. Els relats no recullen informació exacta, i pot semblar irreal, però són apreciacions errònies, si bé la pretensió del llibre era recollir dades per a l'administració (Serafín Fanjul i Federico Arbós, 1986 citats per Rivas Nieto, 2006: 106).

Els relats de viatges i geografia àrabs es desenvoluparan en tres etapes històriques on destaquen a finals del segle IX els llibres d'Itineraris i Estats (per exemple el *Llibre dels països* on l'hispanoàrab Al-Bakri va redactar una geografia universal gràcies als relats de viatgers, i el ceutí Al-Idrisi feia servir com a fonaments geocartogràfics l'obra de Ptolomeu més notícies d'actualitat aportades pels viatgers); i en l'última etapa en que el gènere evolucionarà a quatre grans fonamentals: els diccionaris geogràfics, les cosmografies i geografies universals, les enciclopèdies historicogeogràfiques, i el *rilha*.

Segons observa Belenguer, en aquesta època es compleixen quasi tots els requisits que avui podríem demanar a un bon reportatge de viatges: informació detallada al temps d'atraure el lector, descripció de paisatges, ambients, gents, referències a la etnografia, folklore, naturalesa. Està present també el concepte d'actualitat i el desig de ser útils per a altres viatgers-lectors. "L'únic que els hi falta és l'adequació a l'espai d'un reportatge i la publicació en pàgines periodístiques". (2002: 54)

Durant l'Edat Mitjana torna la transmissió oral. L'home necessita transmetre's notícies, saber històries i llegendes de com anava el món. Una feina que correspondria als viatgers, aventurers, caminants que anaven d'un lloc a un altre, també com els joglars i trobadors per raons comercials, ànsies d'evangelització, expedicions bèl·liques i peregrinacions a temples i llocs sagrats. Totes aquestes persones van deixar constància dels seus viatges en el que seria un "gènere multiforme" (Jean Richard, 1981 citat per Rivas Nieto, 2006: 114). Un gènere apart de l'autobiografia, la biografia, la crònica històrica que en aquella època no es diferenciava d'un relat científic-didàctic respecte un relat de ficció.

López Estrada (1980) prioritza també el caràcter periodístic i esmenta la dificultat d'indicar als llibres de viatges: "és un grup de difícil enquadrament literari perquè el seu valor fonamental es troba en la notícia, vàlida en qualsevol consideració d'ordre cultural sense que importin les condicions poètiques" (Estrada 1980, citat per Belenguer, 2002: 57). Bàsicament, el problema es troba en la funció, que no és poètica ni estètica, sinó referencial (característica dels discursos informatius).

Tot i les dificultats d'anàlisi específic de cada obra, una per una, per veure quins aspectes de ficció hi predominen i en quins és l'esperit d'un antecedent periodisme, existeix una aproximada distinció elaborada per Jean Richard (1981) sobre els llibres de viatges medievals de l'occident cristià:

1. Guies de peregrins: textos propis del segle XI i XII que es venien als ports marítims i servien per al viatger.

2. Relats de peregrins: evolucionats dels anteriors, eren textos que descrivien itineraris amb altres continguts, incorporant vivències, aventures des d'una visió personal. En destaca la labor mínimament periodística de Juan del Plan Carpino, qui va escriure durant el seu viatge per el continent asiàtic la *Història Mongolorum*. La seva feina va implicar recollir "a més del que havia vist, notícies que altres li havien explicat: *et nobis dicebatur, ut nobis certissime dicebatur*, procediment molt comú als llibres de viatges" (Rubio Tovar 1986, citat per Rivas Nieto, 2006: 114). I a més, a mesura que anava escrivint la obra, anava deixant unes quantes còpies en algunes ciutats i la idea de caràcter comunicador del frare es fa evident.

3. Relats de creuades i conquestes: una barreja entre narració històrica i de viatges, que a més de dades anota fets exòtics durant l'expedició. Era la narració-descripció d'esdeveniments i circumstàncies actuals per a ser llegides per als seus contemporanis que pretenia causar un efecte immediat.

4. Relacions d'ambaixadors i missioners: on les ambaixades tenien un caràcter polític important on facilitaven informació que comprometia la geografia o economia.

5. Guia de mercaderes: s'hi anotaven dades útils per als viatgers, propostes per al viatge i informació sobre el comerç dels països. I és que els mercaders, van complir segons Acosta un ofici paral·lel de comunicadors. En aquest grup es destaca la figura de Marco Polo, a qui se'l considera, en conseqüència, com el gran informador de viatges de l'època medieval cristiana.

6. Relats biogràfics o testimonials: on es relataven les aventures i desventures d'un viatger com a propi protagonista. Destaca Tafur, i les seves *Andanças et Viajes*, per càrrega informativa del text, que relata el que va viure com a testimoni i el que li van explicar. La seva intenció era "informativa", i cal destacar-lo com a "personatge digne d'antecedent del periodisme de viatges" (Belenguer, 2002: 61).

7. Relats de viatges imaginaris: Es la narració d'un viatge no real, però que aportaven dades geogràfiques reals, però l'itinerari i la figura del viatger eren ficticis. Es pot aproximar als modes periodístics ja que, com s'ha vist, no encaixen dins les classificacions literàries.

En quant a les estructures bàsiques eren dos procediments narratius bàsic: les "cosmografies" (descripció global, temàtica i enciclopèdica del país amb una finalitat didàctica) o l'itinerari, com un diari amb narració cronològica.

Començant per l'itinerari, aquest fa que, a mode de crònica, es relata un recorregut. Amb l'ordre cronològic, la narració pren del paper d'un diari on s'apunten dades tal i com van ocórrer, si afegeixen descripcions, anècdotes i notícies. El tercer tret és l'ordre espacial, que determina l'ordre narratiu amb la descripció dels espais que es recorren.

Això és un factor que diferencia els textos de viatges envers els de geografia. Sobretot les cosmografies. De fet, encara avui moltes publicacions de periodisme de viatges aborden les seves narracions des d'aquest punt de vista. El que passa és que, el fet de que hi hagi una cronologia espai-temporal fa que el viatger aventurer prengui el protagonisme gràcies al pes dels recursos literaris.

4.3. Renaixement

Correspon en aquest apartat parlar del moment en que neix el Periodisme, en un context marcat per la recerca de noves terres, canvis en les ciències i amb l'aparició d'invents que canviaran la manera de fer dels humans.

4.3.1. Era dels Descobriments

És la època en que l'aventurer recorre els oceans i els continents. La cultura i la visió de l'home com a centre de la terra és el precedent que fan que els mòbils materials per una banda i els espirituals per una altra conflueixin en un objectiu comú. S'obren noves rutes comercials, s'expandeixen territoris dels Estats, així com el cristianisme i l'Església, i la jerarquia eclesiàstica es legitimarà en el procés de colonització.

Juntament amb aquestes motivacions, es pot trobar una sèrie de circumstàncies que van afavorir el procentrisme (o androcentrisme). L'home es sent el centre de la creació, pren confiança en sí mateix i s'aventura en descobrir i viatjar guiat per la curiositat. A més, els avançaments tècnics com les naus (caravel·les) i instruments de navegació més qualificats es noten gràcies al control i finançament dels Estats, dels quals destaquen Espanya i Portugal.

Aquí el viatge perd tota la seva visió d'oci i plaer. Era un treball feixuc, un inconvenient, ple de riscos i problemes. Es obvi que la principal motivació de les expedicions era l'or, però a més, també hi havia els qui volien millorar les seves vides.

Estaven tots els ingredients perquè allò "noticiari" i les "relacions" estiguessin en auge: perquè el pre-periodisme en general i l'especialitat en viatges comencés a sorgir amb quasi tots els requisits per considerar-los com a tals.

La impremta també va tenir un paper destacat. Ajudant a alimentar la curiositat pels grans esdeveniments (conflictes, amenaces d'invasió, grans descobriments geogràfics, etc. L'autor recupera la versió del historiador Céspedes del Castillo que explica a la perfecció l'ambient noticiós que es vivia en aquella època: "Entre 1493 i 1516 van córrer per tot Europa sorprenents notícies sobre viatges valents i extensos descobriments geogràfics. La seva difusió oral va tenir lloc de port en port a partir del sud-oest de la Península Ibèrica i a través dels mariners i persones relacionades amb el mar, sense que sapiguem molt sobre aquesta propagació verbal que bé podia haver estat més ràpida i intensa del que ens imaginem avui" (Céspedes del Castillo, 1992 citat per Rivas Nieto: 142).

4.3.2. Naixement del Periodisme

La barreja de la impremta i la història ajudarien a que "en ambients cultes i entre els grups socials alts, la difusió d'aquestes noves va tenir lloc a través de la impremta". Per exemple la primera carta de Colón sobre les incidències de la seva primera travessia. "Es tractava en realitat de les naus de Vasco de Gama que havien descobert el Cap de Bona Esperança per arribar a les Índies [...]. Aquesta 'nova' no es va difondre en veu sinó als *avvisi*, fulls manuscrits de notícies que ja feia anys que circulaven a Venècia i en altres ciutats europees; els antecedents dels diaris d'avui" (Bergamini, 2013: 1).

Aquest antecedent d'intercanvi d'informacions, fruit del interès comercial i diplomàtic de la alleshores ciutat-Estat nexe entre Orient i Occident, seria el principi d'un seguit de cròniques que, sota la fisonomia de textos "periodístics", feien difícil de delimitar i copsar cronològicament les informacions sobre els descobriments geogràfics, per la qual cosa es van acabar recopilant en forma de llibres o col·leccions de relats de viatges. L'arribada de la impremta, doncs, va permetre que l'"home tipogràfic" pogués "fer conèixer fets i idees per mitjà de impresos reproduïbles en molts exemplars [...], transportables, relativament econòmics i accessibles a un públic densament més ampli que les obres manuscrites" (Bergamini, 2013: 7). Neix el Periodisme amb *le prime gazzette*.

En quant a l'origen de les primeres cròniques de viatges, donant un espai privilegiat a les cròniques de les Índies pel seu potencial informatiu i publicitari, se l'inclou com un prestigiós precedent del periodisme que causalment tractava la

temàtica del viatge a les Índies. Belenguer reivindica que siguin els precedents dels relats de viatges els que precisament ho siguin d'un dels gèneres del periodisme en general com és la crònica. Fins el punt que sempre s'ha atribuït el periodisme de viatges dins el gènere de la crònica i prou. Una associació conceptual en l'actualitat que a parer de l'autor és errònia. És a dir, que realment les Cròniques de les Índies són les primeres cròniques del Periodisme de Viatges.

Però encara hi ha una altra frontera per diferir. Es tracta de la confusió que es fa entre periodisme i història. Ja que segons Céspedes Del Castillo els relats històrics de l'època se solien anomenar cròniques i per això és necessari aclarir-ne la distinció: "Els cronistes són testimonis dels esdeveniments que descriuen i el historiador viu fora d'aquest àmbit perquè tracta de penetrar en ell i reconstruir-lo". Per tant, sí es pot afirmar que les cròniques del Nou Món com d'Hernán Cortés o Vespucci tinguessin notícies sobre esdeveniments recents, i que al ser imprès, amb la intenció de fer-ho arribar a un públic del moment, li dona unes certes característiques periodístiques. I el impacte informatiu, doncs, considerable (Belenguer, 2002: 72).

Així doncs, seguint la línia d'aquest autor: "el Periodisme de viatges neix al mateix moment en que neix el Periodisme en general i que aquesta temàtica és fundadora d'un gènere concret que és la crònica". L'autor també conclou que el Periodisme de Viatges va ser una de les primeres temàtiques abordades per aquesta incipient professió (2002: 73).

4.4. El racionalisme il·lustrat

Durant aquesta època es produeix una sistematització dels viatges. És a dir, es planifiquen, controlen, preparen i organitzen de manera més habitual i sota la mà de les parts interessades: Consells de l'Estat, la Església, navegants, savis, burgesos i empresaris.

Destaquen en aquest període les narracions de Smith, l'explorador que va salvar la seva vida gràcies a Pocahontas als territoris del Quebec i Canadà, de les quals van sortir les seves *relacions*. Belenguer es recolza en Jean Pierre Jacques Charliat afirmant que en el fons se sap del cert que estan confirmades per testimonis, tot i haver-hi intensions de finançament que el fan una viva imatge dels antecedents dels textos publicitaris.

Pel que fa a Espanya, en aquells temps Castella estava en crisi política, econòmica i social. En plena decadència de la corona. A la seva veïna, Portugal, li cal destacar la figura de Pedro Texeira, que va remuntar el riu Amazones des de la costa

oriental i va arribar a Quito l'any 1638. A la tornada el va acompanyar el jesuïta Cristóbal de Acuña, qui va escriure el *Nou descobriment del gran riu d'Amazones*.

Àfrica continuarà sent una desconeguda. Tot i que els primers holandesos ja van arribar a instal·lar-se a El Cabo. A finals de segle encara quedava molt per explorar. Lamentablement, l'exploració cada vegada aniria més relacionada a la colonització i l'explotació sistemàtica de les colònies i les seves poblacions indígenes.

Era també la època dels pirates. Entre els relats més realistes, es troben les cròniques del cirurgià Alexander-Olivier Esquemeling. Qui va acompanyar i va exercir com a pirata entre 1666 i 1672, i en va deixar constància descrivint la crua vida de la pirateria amb descripció de la naturalesa, que va acabar també en forma d'inventari d'espècies. També hi descrivia les costums i vides dels aborígens i conquistadors.

Dins el camp de la ciència geogràfica, existeixen ja els atlas, les cartografies i múltiple documentació per programar i preparar les expedicions, amb certes garanties d'èxit i on apareixen importants centres d'informació.

L'Església torna a tenir un paper important. Concretament a Roma, es va portar a terme una important tasca de documentació i difusió de gran valor científic. Com diu el historiador Pierre-Jacques Charliat: "molts viatgers o exploradors visitaven i es documentaven a Roma abans de partir a les seves conquestes, i aprofitaven les informacions de les quals no estaven excloses als protestants". Charliat també parla sobre la sistematització de la impressió durant el segle XVII: "En el segle XVII, el humanisme pren característiques universals, no és ja el privilegi de erudits i poderosos. Pocs gèneres literaris han estat escrits i difosos amb tanta llibertat d'èxit que la literatura de viatges. Arribaven fins i tot a totes les masses sota la forma de gasetes, de relats distribuïts per venedors de carrer". Es crea doncs una audiència popular interessada pels viatges, gràcies a la seva sistematització i l'aparició de les primeres publicacions periòdiques, sota la voluntat interessada dels impressors (2002: 76).

4.4.1. Viatges durant la Il·lustració

És aleshores, quan les connotacions de l'aventura i el descobriment passen a veure's més des del punt de vista de descobriment científic. L'etnografia, la botànica, la geografia fan que es publiquin pàgines i documents d'informacions de terres llunyanes. Alguns van morir en el intent, altres no els van fer cas, i altres van ser reconeguts, però tots van aportar alguna cosa important al coneixement de l'època. Hi havia encara moltes terres per descobrir, tot i que molts dels viatges es devien a motius militars o colonials.

Justament aquesta va ser una raó de motivació viatgera, en concret les rivalitats colonials van portar a les "expedicions de límits" (per traçar les fronteres entre colònies de països). Calia aportar dades teòriques que aportessin alguna mena de mètode científic per dividir les parts de cada país i delimitar així amb una nova disciplina de base geomètrica que es basava en rius, muntanyes i altres límits naturals. Per exemple, es va crear la Comissió de Sur a càrrec de Gaspar Munive o la Expedició al Orinoco de José Iturriaga que comptava amb un important equip de científics de diferents disciplines.

En aquells temps també es posa de moda el Grand Voyage o Grand Tour. Es el viatge d'instrucció, el viatge de coneixement que complementa la cultura de l'europèu lletrat. Els intel·lectuals, homes de negocis, governants francesos i anglesos, influïts per les teories sobre l'educació de Jean-Jacques Rousseau en la seva *Emile ou l'éducation*, pensaven que el viatge, la observació i el coneixement de realitats socioculturals diferents a les del viatger eren pròpies dels països civilitzats.

Els viatges, com a instrument d'instrucció, prenen una nova concepció. Es transformen en la eina en favor a la raó i el pensament científic. Com molt bé representa el vincle geogràfic i literari de Jules Verne, amb la idea matriu del seu projecte creant un pont entre ciència i literatura, i causant canvis en la narració on les dades i coordenades es tornen indispensables. És la *imago mundi* on l'espai terrestre és també producte social, cultural, polític i ideològic (Rajoy Feijoo, 2013). Aquesta motivació serà la que, segons Gaspar Gómez de la Serna, assentarà les bases d'una futura ciència: la sociologia. Però el viatge il·lustrat també servirà per altres ciències i alimentació de perspectives, com la botànica i l'antropologia. L'objectiu era informar, formar, i en última instància, reformar una realitat no desitjada. Aquesta varietat d'àmbits es reflecteix en l'estructura de divisió de viatges que Gómez de la Serna va proposar l'any 1974, en funció de l'objectiu dels viatges i el contingut de les conseqüents publicacions (Gómez de la Serna, 1974 citat per Belenguer, 2002):

1. Viatges econòmics: per conèixer l'estructura econòmica i tècnica del país o regió, exposant les possibilitats i reformes.
2. Viatges de científics naturalistes: recorreguts d'observació i descripció de la natura, de la població, la geografia, costums o l'agricultura.
3. Viatges artístics: descrivint els valors artístics i monumentals dels espais visitats.
- 3.1. 4. Viatges històrics-arqueològics: que se centra en la història i valors arqueològics com a fil conductor dels relats.

4. Viajes literari-sociològics: són descripcions de connotacions literàries que s'aproximen a la vegada a les cultures, formes de vida, i ritus dins del que seria les andanes de l'etnografia i la sociologia. Aquest grup té la particularitat que es publicava en densitat i se'n feien col·leccions de llibres, i amb caràcter més fragmentari es trobava dins de publicacions periòdiques. Aquesta intenció d'objectivitat en el tractament, les característiques informatives, i la voluntat didàctica en fan relats dins el terreny periodístic. Així, les quatre característiques d'aquestes obres del segle XVIII exposades per Gómez de la Serna són:

4.1. Reformisme pedagògic. Que respon a l'esperit de la Il·lustració, amb un propòsit didàctic i reformador. A la vegada hi ha una clara voluntat d'informar i comunicar.

4.2. Consciència de la realitat. La intenció de la objectivitat. S'anotava el que s'observava amb minuciositat i esperit crític. Aquesta característica no només es troba en narracions de caràcter històric o científic, sinó també en els d'àmbit literari i social. Amb un sentit estricte de la realitat fins i tot en la descripció geogràfica per part de l'autor del relat.

4.3. Criticisme. Una altra de les característiques principals. Però sense buscar la destrucció, sinó una intenció objectiva, realista i positiva. Carregada de propostes per impulsar un canvi. Amb anàlisi que pretenguin donar resposta i forma a aquesta esperada reforma.

4.4. Politització de l'empresa literària. Actitud de militància. Els viatgers es creuen agents actius polítics, amb una missió, una convicció d'ideals, amb un compromís social i polític. La objectivitat serà dintre de les seves possibilitats i la honestedat anirà per davant.

4.5. Prosaisme científic. L'estil de redacció caracteritzat per la renúncia a allò literari. És una pretensió sòbria, clara i intel·ligible. Dominació dels textos per una prosa de caràcter científic i to erudit.

Unes bases que fomentaran la divulgació com a objectiu del Periodisme i, en concret, l'especialització d'aquest treball, on viatge i narració tenen un nou vincle dimensional.

4.5. El Romanticisme

Amb el segle XIX els viatges arriben al seu auge. L'expansió colonial es consolida, el desenvolupament comercial provoca que el viatge als confins de la terra es promoguin juntament amb les expedicions i investigacions de tota mena a tot tipus de localitzacions. La geografia i la inquietud fan que apareguin les primeres societats geogràfiques per tot Europa i que més endavant s'expandiran a la resta del món. Es

funden unes dos cents societats per diverses motivacions i interessos com l'exploració, els viatges i el reconeixement territorial. Aquestes aniran en augment perquè aleshores les qüestions passaran a ser comercials que requereixin d'una major reivindicació territorial supervisada, sobretot amb la construcció de grans obres d'enginyeria (canals i altres vies de comunicació) amb necessitats estratègiques i de geografia política que determinarà cada cop més la funció de les societats.

Però juntament amb aquestes motivacions, el viatge esdevé una nova circumstància en sí mateix i apreciat per la recerca de l'exotisme, de la llunyania, d'una alternativa a la quotidianitat. Una sensibilitat pel viatge exòtic que marca un segle XIX profundament desencantat per la política i les comoditats.

El gust per tot allò exòtic envaeix tota mena de manifestacions literàries, artístiques i culturals de la època. Es busquen noves fonts d'inspiració que els permetin trencar amb el racionalisme i els rígids cànons estètics del segle anterior. Sorgeix el interès per l'etnografia, l'arqueologia i totes aquelles ciències que estudien el passat i l'exterior. Sobretot, aquest exotisme es veurà reflectit en el gust per l'Orient, els tròpics, el indigenisme americà, els paisatges gelats de Rússia i, per suposat, el continent d'Àfrica (la *terra incognita*). És aleshores quan al llarg del segle aventurers com Brazza, Samuel Baker, Richard Burton, Mary Kingsley, John Hanning Speke, David Livingston o el periodista Henry Morton Stanley es feien famosos, recreaven el mite de viatger-aventurer i alimentarien la fantasia de diverses generacions.

El viatge en sí es posa "de moda", es converteix en la via d'escapament, un desplegament de sentiments i sensacions que trencaran amb el racionalisme il·lustrat. A més, com molt bé aprecia Litvak (1984): "era una protesta contra la vida burgesa, contra el positivisme filosòfic, la lluita de classes, l'auge de la classe mitjana i tots els fenòmens sociopolítics de l'època, ja que el viatger exòtic era, en la majoria dels casos, un escapador que rebutjava la seva realitat al evadir-se a mons diferents als seus" (Litvak citat per Belenguer, 2002:84).

Era el inconformisme. I els viatgers duïen llibretes i diaris per narrar el que després publicarien en llibres, butlletins o relacions curtes.

Des de finals del segle XVIII fins a la primera meitat del segle XIX, es produeixen a Europa una sèrie de circumstàncies que facilitaran la publicació de textos de viatges a la premsa del moment i que contribuirà a subratllar la condició periodística de molts relats de viatgers. Entre aquestes circumstàncies, cal destacar la consolidació d'un ampli públic lector. Els diaris proliferen i conviuen amb les primeres revistes il·lustrades. És un públic nombrós, àvid de notícies dels avenços científics i interessat

pels textos de viatges i les curiositats d'altres forma de viatjar degut a l'exotisme. Això el convertirà en consumidor dels relats de viatges ja siguin publicats en llibres o cròniques periodístiques. És l'època on l'experiència viatgera es troba de ple als diaris de més tirada, com el *New York World* renovat de Pulitzer on el color s'ajunta amb grans apostes com el reportatge de la primera dona a fer la volta al món, la jove i intrèpida Nelly Bly enviada l'any 1889 a recrear en 72 dies l'imaginari de Jules Verne (Tonello, 2013: 18).

4.5.1. Crònica viatgera

Per posar alguns exemples, es podria anomenar José María Gutiérrez del Alba, viatger, poeta i autor dramàtic, que va viatjar a Colòmbia en missió diplomàtica entre 1870 i 1874. Va escriure *Mis impresiones de viaje*.

Manuel Iradier va fundar la societat anomenada "La Exploradora", i que va arribar a publicar el seu propi butlletí. Va deixar constància dels seus viatges a través de cròniques.

Francisco Pons y Bohigues, investigador i documentalista, va visitar el nord d'Àfrica. Va escriure durant la seva tornada "Un viaje por África y Túnez" que es va publicar de forma seriada a la *Revista Contemporánea* al 1888.

També Ángel Pulido Fernández va escriure varis llibres de viatges i va publicar textos periodístics de viatges de forma fragmentària a *La Ilustración Española y Americana*.

El fill de l'escriptor Juan Valera, Luis Valera y Delavart, va escriure sobre l'extrem orient publicat en forma de cròniques al butlletí del diari *El Imparcial*.

El famós aventurer i arabista Domingo Badía y Leblich va anar disfressat a una La Meca (vetada per als no musulmans) fent-se passar pel príncep Ali-Bey. A la seva tornada, va publicar el 1836 "Viajes por África y Asia realizados y explicados por Domingo Badía utilizando el nombre del príncipe Ali-Bey el-Abbassí".

En el cas dels periodistes professionals, es pot anomenar Pedro de Prado que va viatjar a Equador l'any 1842. Anys més tard, publicaria el relat "Mi viaje a la República de Ecuador" en el *Semanario Pintoresco Español*. També a Juan Álvarez Guerra que va publicar *De Manila a Marianas*, l'any 1887.

Un cas representatiu de l'especialització a aquesta temàtica va ser Manuel Alhama Monts, que escrivia sota el pseudònim de *Wanderer* i al que se'l va classificar com un "*trotatierras infatigable*". Va treballar com a corresponsal de premsa i va viatjar

per tot el globus. Va fundar i dirigir una de les primeres revistes de viatges especialitzades del país: *Alrededor del Mundo*. En la seva revista hi publicaria molts dels seus relats, com per exemple *En la isla de los tesoros. Impresiones de Ceylán*.

Un altre cas seria el de Pedro Antonio Alarcón, escriptor i periodista que sent jove va viatjar amb les tropes a la guerra de Marroc. Va viatjar pel seu compte, com un *free-lance* de l'època. Va escriure un llibre de notable èxit, "*Diario de un testigo de la Guerra de África*", i segons Acosta, "va ser el primer gran corresponsal del periodisme espanyol".

Jacint Verdaguer també és un bon exemple a tenir en compte. Autor del *Dietari d'un pelegrí a Terra Santa*, se'l considera un renovador de la narrativa de viatges en català, pioner en la prosa informativa i dels fonaments per un futur desenvolupament de l'ofici d'escriure en català al servei de la població (Casasús, 1993).

En aquella època hi ha diverses capçaleres que inclouen una secció de "viatges", com *El Museo de las Familias* o "El Artista", a més d'altres com *El Semanario Pintoresco*, *El observador Pintoresco*, *La Ilustración*, *La América*, *La Crónica de Ambos Mundos*, *El Museo Universal*, *La Ilustración Española y Americana*, etc.

També és aleshores quan apareixen les primeres revistes especialitzades en viatges com: *Alrededor del mundo*, fundada per Manuel Alhama; *Por esos mundos*, *El viajero Universal* y *El Viajero Ilustrado Hispanoamericano*. També apareixen bolletins especialitzats com el *Boletín de la Sociedad Geográfica de Madrid*, el *Boletín de la Sociedad Geográfica de Barcelona* o el *Boletín de La Exploradora*, de la companyia d'expedicions de Iradier. A més, sorgeixen altres revistes especialitzades amb continguts vinculats als viatges, com *Maravillas y Progresos del Siglo*, *Revista de Geografía Comercial* o la *Revista Geográfica y Estadística*.

El cas espanyol resulta el suficientment representatiu per reflectir una situació que es pot considerar com generalitzada en tota l'Europa del segle XIX.

Si ens endinsem en el panorama europeu, la llista d'autors de relats de viatges que van publicar els seus textos en llibres i revistes resulta inabordable. Però és destacable *Doctor Livingstone, I presume* del periodista Standley enviat per Gordon Bennet, el director del *New York Herald*. Que juntament amb el *Daily Telegraph* van finançar algunes de les expedicions més importants de Standley. Precisament *El Viajero Ilustrado Hispanoamericano* també va publicar algunes de les cròniques del periodista en busca de Livingstone.

Comencen a fundar-se societats geogràfiques. La primera, l'any 1821, va ser la *Société de Géographie* de Paris. La Sociedad Geográfica de Madrid ho va fer l'any 1876, gairebé a final de segle juntament amb la famosa *National Geographic Society* a Washington, l'any 1888, i que avui suposa la revista de major tirada del món. En resum, que el llegat que han deixat aquestes societats és el inici de la major producció de notícies i informacions de viatges per la seva dedicació a la promoció i difusió d'expedicions científiques.

També Espanya va ser un destí d'autors estrangers durant aquell segle. Andalusia, especialment, va ser un destí per a viatgers romàntics atrets per els seus forts ingredients exòtics. En literatura, doncs, també s'hi va deixar un gran llegat que es pot classificar segons la investigadora Blanca Krauel Heredia (1986) de les següents maneres i simplificades per Belenguer (2002:93):

1. En funció de les fonts que van usar els viatgers:
 - 1.1. Recollint experiències de segona mà i no pròpies.
 - 1.2. Recollint impressions fruit de l'experiència personal.
 - 1.3. Combinant l'experiència pròpia amb dades extretes d'altres fonts.
2. En funció de la forma i desenvolupament del viatge:
 - 2.1. El viatge entès com a treball (*travel*) on es manifesta una major capacitat d'observació i aprofundiment en la realitat del país.
 - 2.2. El viatge entès com a oci, propi del turista que "passa sense veure res".

La pròpia autora manifesta la relativitat d'aquestes classificacions, però proposa una tercera que li sembla més útil, en relació a la identitat i professió del viatger:

3. Segons la identitat i professió del viatger:
 - 3.1 Relats de clergues i missioners
 - 3.2 Relats de militars
 - 3.3 Relats de comerciants
 - 3.4 Relats de diplomàtics
 - 3.5 Relats de viatgers professionals
 - 3.6 Relats de "curiosos impertinents"

Belenguer (2002) inclou els periodistes dins els relats de viatges professionals. Un altre aspecte a destacar és la classificació segons l'estructura formal i la seva estructura de continguts. Segons el primer punt, els relats dels viatgers es presenten

de forma epistolar o en forma de *sketches* o capítols. Des del punt de vista de continguts podrien o bé ser cosmogràfics o bé aquells que narren el seu viatge per etapes. Aquestes estructures conformen de nou el caràcter fragmentari dels relats històrics de viatges.

4.7. Segle XX

És en aquest segle quan es conquisten els pols nord i sud, suposant una espècie de punt i final als descobriments de terres (Rivas Nieto, 2006: 185). És la època del desenvolupament del viatge gràcies a diverses raons: la primera és el desenvolupament dels transports, l'ús generalitzat de l'avió, ràpid i còmode per arribar a qualsevol part del món. La segona és "la democratització del viatge", gràcies al nivell de vida que permet a una classe mitjana generalitzar aquesta activitat. La tercera és la concepció del viatge com a plaer dins el marc de la "cultura de l'oci". Desapareix així el valor etimològic que identifica *travel* amb *travail* (treball) (Belenguer, 2002: 94).

La massificació dels viatges també és un fenomen associat al turisme. Davant la imatge del viatger solitari temps enrere, es va imposar el viatge en grup, programat i guiat. El turisme és avui l'activitat i sector econòmic al voltant moviment de masses durant els seus viatges (OMT citat per Rodríguez Ruibal, 2007: 24) i no es va convertir en aquesta gran indústria fins a l'entrada del segle XX. Convertint-se així en quelcom assequible, habitual i demanat per la societat contemporània fins a la segona meitat de segle. Les dues grans guerres mundials van suposar tortures, desplaçaments obligats, èxodes, exilis i migracions forçoses.

Amb una desigual recuperació dels països, panorames polítics totalment diferents entre règims, desfetes ideològiques i noves democràcies. Amb l'obertura dels mercats i les organitzacions intercontinentals, però, els intercanvis també es faran entre les persones, que comencen a "consumir" viatges com a productes, i és un fet que no passarà inadvertit als mitjans. La temàtica s'anirà filtrant en ells, a la vegada que augmentaran i proliferaran les narracions i relats de viatges de tot tipus.

4.7.1. Nous textos de viatges: diversificació i compromís

Abans del *boom* turístic, hi ha un progressiu augment dels relats de viatges. Per entendre la essència del viatger en aquest segle, Pedro Eduardo Rivas Nieto lliga el mite del viatge i l'aventura, afirmant que "el viatger és qui viatja per veure allò que li han explicat" (2006:182). Paral·lelament a l'activitat organitzada en que es comença a convertir el viatge, per acció del turisme, l'autor en fa una desvinculació a l'aventura perquè "no s'aprèn res nou ni descobreix res nou" i que el viatger (al contrari del

turista) narra el seu viatge. Entre aquests personatges que narren viatges, hi ha dos tipus segons Pedro Rivas Nieto: l'escriptor-viatger, que viatja per voluntat; i el corresponsal, viatger per motius professionals (2006:184).

Tot i que en un mateix viatge poden sortir textos amb essència de tots dos, tal com explica Robert Herrscher durant la seva trobada amb Kapuscinski (2012: 93)². Es pot escriure peces d'agència i escriure un llibre durant el temps lliure, per exemple. El detallisme o les apreciacions són característiques de la crònica que la narrativa permet plasmar amb més extensió. Aquest fet ha permès a corresponsals, (sobretot si no són d'estada permanent), a enviats especials o reporters aprofitar els beneficis de la seva feina per escriure molts dels llibres de viatges que s'han escrit durant el segle XX (Rivas Nieto, 2006:185).

Aquesta aventura personal que faran aquells que viatjaran per veure amb els seus ulls allò que han llegit, deixarà un llegat d'obres que, en el cas d'Espanya, grans escriptors vinculats al Periodisme (molts exercint la corresponsalia) representarien amb providència. Per exemple, Josep Pla. El català era redactor de *La Publicitat* i corresponsal a Madrid, París i Rússia. Entre els anys 1925 i 1927 va escriure textos de viatges com *Cosas Vistas*; *Rusia*; *Cartas de Lejos y Viaje a Cataluña*. Un altre autor destacat es Julio Camba, la firma del qual apareix amb freqüència en publicacions periòdiques de l'època, i és autor de llibres com *La rana viajera* (1920), *Alemania y Londres*, ambdós de 1916, o *La ciudad automática* de 1932, en la qual s'ironitza sobre la vida quotidiana de Nova York.

També podem citar a César González Ruano que va publicar abundants textos de viatges als diaris per els que va treballar, com *La Época*, *Informaciones* y *ABC*. Només per posar un altre exemple més, citar Vicente Blasco Ibáñez que va escriure, al 1927, *La vuelta al mundo de un novelista*. El caràcter periodístic dels textos augmentava en els relats de viatges per Espanya, i hi ha un canvi sostingut respecte el segle passat.

Algun dels casos que recull Belenguer, de qui es basa en gran part aquest treball, són Leopoldo Alas "Clarín", qui ja a finals del segle XIX va viatjar a Andalusia com a corresponsal de *El Día* per cobrir la informació sobre *La Mano Negra*; Azorín, qui va realitzar treballs periodístics de viatges per a *El Imparcial* sota el títol de *La Andalucía Trágica*; cròniques que després inspiraran en forma de llibre l'any 1933 el llibre *Viaje a la Aldea del crimen. Documental de Casas Viejas*. Igual que a Federica

² El periodista i escriptor va escriure molts dels seus relats i assaigs durant les seves etapes de corresponsal.

Montseny, que va escriure sobre María "La Llibertària", a la *Revista Blanca* i en *El Luchador*. Tots aquests casos, referits a Andalusia "posen en evidència una nova forma de tractar el relat de viatges en els que hi ha una important informació periodística, amb una càrrega social i un compromís polític clarivalent". Segons ell són casos d'autors que "exemplifiquen com a principis de segle ressorgeix un periodisme de viatges, que recorda la actitud compromesa dels viatgers del segle XVIII" (Belenguer, 2002: 96-97).

Es tracta d'un element diferenciador amb el qual s'aprecia que els relats de viatges actuals adquireixen diferents línies i tendències en funció dels objectius i el plantejament del relat. Com es veurà més endavant, es va a trobant models temàtics i/o d'enfocaments dins de l'especialització del periodisme de viatges, vinculades amb la cultura, l'etnografia, la denúncia social, la ecologia i la divulgació científica.

4.7.2. Expedicionaris científics i corresponsals de guerra

A principis del segle XX es consolidaria *National Geographic Society* com una revista de viatges i divulgació geogràfica i científica. La expedició de Robert E. Pearl, recolzada per la mateixa entitat, va arribar al Pol Nord per primera vegada el 6 d'abril de 1909. La revista va començar a publicar-ne les cròniques de viatge a l'octubre d'aquell mateix any.

Pocs anys després, l'abril de 1913, l'explorador Hiram Bingham va escriure un text sobre el descobriment i l'estudi desenvolupat sobre una ciutat perduda als Andes peruans; es tractava de la ciutat Inca de Machu Pichu. Aquest text encara avui constitueix un exemple de crònica d'exploració arqueològica.

També és important el reportatge publicat en el número de gener de 1922, en el qual es narrava la primera expedició que va travessar el desert del Sàhara en automòbil. La encapçalada George-Marie Haardt i el constructor dels vehicles era André Citroën.

El científic i viatger Joseph Rock, al front de una altra expedició geogràfica finançada per La Societat, travessa en 1924 a Yangtse, el Mekong i Saluen a la Xina meridional. El objectiu era fotografiar la comarca en la que prèviament s'havien realitzat diverses exploracions botàniques. L'experiència es va publicar al nombre d'agost de 1926.

L'any 1925, un grup de científics aventurers dirigits per Alexander Hamilton Rice realitzen una ruta per la selva Amazònica. Tractaven de cartografiar el riu Branco prenent les dades des d'un hidroavió. En el transcurs del viatge Albert W. Stevens

periodista i fotògraf aeri i Walter Hinton, arribar per primer cop primera vegada al naixement del riu Parima. Stevens publicaria el descobriment en les pàgines de la *National Geographic*, en l'abril de 1926.

Al 1929, E. W. Brandes encapçala una expedició a Nova Guinea amb l'objectiu de trobar noves varietats de canya de sucre. Descobreix zones no cartografiades encara i entra en contacte amb els pobles nadius papús. La seva experiència es va recollir en el número de setembre de 1929 de la famosa revista.

En el mateix any es publica l'aventura realitzada i relatada pel comandant Hugo Eckener que va donar la primera volta al món a bord del *Graff Zeppelin*. I només per citar un últim exemple, entre molts, l'excavació de la ciutat de Persépolis també va ser motiu d'un reportatge publicat pel cap de l'expedició, Charles Breasted, l'octubre de 1933.

És aleshores quan apareix el primer major conflicte bèl·lic, i comencen a aparèixer les cròniques de guerra. De fet, en un segle "marcat per conflictes bèl·lics bona part dels viatges dels periodistes han estat marcat per a ells" (Rivas Nieto, 2006: 191). Juan Pujol va escriure unes cròniques periodístiques durant la Primera Guerra Mundial, recollides en tres llibres: *De Londres a Flandes. Con el ejército alemán en Bélgica* (1915), *En Galitzia y el Isonzo. Con los ejércitos del general Von Mackensen y del archiduque Eugenio de Austria* (1916); i *La guerra. Cuentos y narraciones* (1917).

La vinculació dels corresponsals de guerra amb el periodisme de viatges és notable, tot i que per les seves especials característiques, es desvia del concepte general de l'especialització que aquí s'aborda.

A Espanya, després de la Guerra Civil, una dura censura tancaria les fronteres i eclipsaria les relacions internacionals, la qual cosa no facilitaria la proliferació de viatgers, ni relats de viatges. L'estratègia contra la censura era viatjar per l'interior del país i fins a l'arribada de la democràcia no es proliferarien les revistes especialitzades. Els diaris que publicaven cròniques i articles, molts recollits després en col·leccions de llibres, són la mostra més clara d'aquells temps en matèria de viatges. Per anomenar alguns, Agustín de Foxá va guanyar el premi Mariano de Cavia per un article escrit des de Perú (*Los cráneos deformados*) y al 1950 es va recopilar les seves peces sota el títol de *Un mundo sin melodía. Notas de un viaje sentimental*, i al 1961 també va ajuntar cròniques amb *Por la otra orilla. Crónicas e impresiones de viajes por América*. Eugenio Montes va escriure dos llibres relacionats amb els viatges: *El viajero y su*

sombra y Melodía Italiana. I Corpus Barga, recurrent les capitals del món, publicava "estampes, fotografies instantànies de un moment, una situació" a *El Sol*.

4.7.3. Periodistes viatgers en l'Espanya actual

Als anys setanta comença un dinamisme fins del periodisme de viatges. Es pot esmentar a Luis Carandell, periodista català nascut l'any 1929, com un dels més veterans. Conegut per la seva activitat periodística en premsa, ràdio i televisió, així com la seva producció literària, ha estat i és un etern viatger que va viure al Japó i ha recorregut el món sencer. Ha escrit molts reportatges de viatges en diferents mitjans i va ser a 1978 el primer director i fundador de la revista *Viajar*. També ha escrit llibres de viatges i costumbristes com *Viajes sin destino*, *Celtiberia show*, *El Transcantábrico*, *La Magia del Norte*, o *El Camino de Santiago*.

De la mateixa edat i igual activitat: Enrique Meneses. La seva vida ha estat vinculada des de la joventut als viatges. Va acompanyar a Fidel Castro i al "Che" los mesos de la revolució. Va treballar com a corresponsal de Televisió Espanyola i va ser director i fundador de la revista *Los Aventureros*. Ha escrit centenars de reportatges de viatges i llibres com *Escritos en carne* o *Una experiencia humana. Robinson en África*.

Miguel de la Cuadra Salcedo, representant típic del aventurer al país, va realitzar diversos des de 1960 per les Amazones i la Illa de la Pasqua. Aviat es va incorporar a treball diferents conflictes com Vietnam o Eritrea. Va treballar per *Informe Semanal* i ha realitzat infinitat de sèries documentals de temàtica viatgera com *La Ruta de Marco Polo* o *La Ruta de Orellana*. Era director i coordinador del *Camel Trophy* des dels seus orígens i d'experiències com La Ruta Quetzal (avui Ruta BBVA, que cada estiu endinsa a joves al diàleg intercultural i és Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO). Ha col·laborat també amb reportatges en diferents revistes de viatges i part de les seves vivències les ha relatat en el seu llibre titulat *A través del mundo*.

Manuel Leguineche es un altre famós periodista viatger en l'actualitat i pioner de l'especialitat. Nascut a Guernica l'any 1942, comença des de jove amb la seva activitat periodística. El 1952 col·labora amb el setmanari *Gran Vía* de Bilbao i dos anys més tard en *El Norte de Castilla* de Valladolid. Al 1960 comença la seva carrera e el periodisme internacional i viatger com a enviat especial. Ha presenciat i cobert els conflictes bèl·lics més importants. Ha treballat per a diferents mitjans periodístics i ha dirigit les agències informatives *Colpisa* y *Lid*. La seva firma és habitual en diaris, setmanaris i revistes especialitzades de viatges. També les seves publicacions s'han convertit en clàssics de la literatura i el periodisme viatger. Per exemple *El camino más*

corto. És Premi Nacional de Periodisme i va ser president honorífic de *Cartographica*, una de les últimes revistes de viatges especialitzades.

En quant a Fernando Sánchez Dragó, aquest periodista va escriure cròniques de viatges quan era corresponsal i enviat especial, autor de *El camino del corazón*, ha col·laborat en revistes de viatges com *Siete Leguas* o la desapareguda *Los aventureros*.

Ana Puértolas, nascuda al 1945, també s'ha fet un camí dins el Periodisme de Viatges amb la seva aportació a la revista *Viajar* o la recurrent firma de prestigi a *Altaïr*. Més de 45 anys de viatges l'ha portat a recopilar experiències a *París-Saigón*.

Una altra personalitat és Jesús Torbado, habitual col·laborador de revistes com *Viajar* o *Geo y Siete Leguas*. Ha obtingut premis literaris com Planeta, Alfaguara, Ateneo de Sevilla o el Mariano de Cavia de Periodisme. Entre els seus títols són destacables *En el día de hoy*, *El Peregrino*, la trilogia *Pueblos, Ciudades y Paisajes de España*, *Las Ballenas y yo*, o l'antologia *Viajeros Intrépidos* (1998).

Carmen Sarmiento ha donat "contínues voltes al món per oferir testimoni als desheretats", sobretot per destacar el paper de la dona (que per ella representa "El sud de tots els nords") gràcies als seus documentals i treballs com a reportera.

Nascut l'any 1944, cal destacar l'escriptor i periodista Javier M. Reverter. Ha recorregut multitud de països, i en els últims textos ha manifestat un especial interès pel continent Africà. No només ha escrit relats de viatges, sinó que s'ha endinsat en gèneres com la novel·la i la poesia. La seva firma apareix habitualment en revistes especialitzades i suplementos de viatges. Entre els seus llibres es troben *La Aventura de Ulises*, *Bienvenidos al Infierno*, o els recents *El Sueño de África* i *Vagabundo en África* (convertit en *bestseller*). Els seus millors reportatges de viatges formen la publicació *Billete de ida. Los mejores reportajes de un gran viajero*.

La periodista Cristina Morató³ també és un exemple per l'especialitat. Ella va començar a viatjar amb una acreditació de la revista femenina *Hogar y Moda* a cobrir els conflictes d'Amèrica del Sud per "inquietud, esperit rebel i curiositat". Aquesta atracció per allò aliè, la va portar a escriure una important compilació, en forma d'assaig, sobre dones viatgeres. Els seus viatges han estat descrits en nombrosos articles i llibres, a llocs tant diversos com Tailàndia, Síria o Mandawa.

³ Durant la seva intervenció a la III Jornada de "Comunicació, Viatges i Aventura", el 28 de novembre de 2014, a l'Aula Magna de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Una reflexió semblant la fa Rosa María Calaf⁴, la primera reportera femenina a l'estranger per TVE i viatgera de 178 països diferents, gràcies al "l'únic virus del qual no vull cura". Segons la seva experiència com a corresponsal, cobrint desastres com el tsunami a Indonèsia al 2004, el Periodisme de Viatges serveix per "veure coses bones, quan hi ha una tendència a les males notícies". D'aquestes coses bones en destaca la representació de la realitat en detall, les parts sensibles i l'essència del lloc: "del que més s'aprèn és del que és diferent, i molt més encara si es toca".

Luis Pancorbo és un altre cultivador contemporani del periodisme de viatges. En aquest cas molt vinculat a la divulgació etnogràfica i científica en programes de televisió (va ser director de *Objetivo* i *Otros pueblos* per la 2 de TVE), reportatges i fotografies per les revistes de l'àmbit, a més de ser corresponsal a Roma i Estocolm. Ha donat diverses conferències sobre els seus viatges, també el 2012 en una classe magistral durant el Màster en Periodisme de Viatges de la Universitat Autònoma de Barcelona. El seu últim llibre, del 2014, es titula *Del mar negro al Báltico. Caminos y letras*.

També Ina Rodríguez ("*Paraísos cercanos*") ha dedicat part de la seva vocació a la comunicació dels viatges. O el cordovès Gerardo Olivares que, també a través de la càmera, ha sabut traslladar en una sèrie documental la seva ciutat natal i altres destins com Àfrica a *Ruta de los Exploradores*.

Daniel Landa també es mereix una menció, al deixar la seva vida estable per marxa amb un càmera i un productor a gravar les tribus i ètnies de tot el món, un viatge de dos anys que ha acabat en la sèrie-documental *Un mundo aparte*, comprada entre altres pel canal temàtic de *National Geographic*.

En l'àmbit dels esports d'aventura també han estant deixant petjada. Un exemple seria l'expedició rodada en 13 capítols de *La Expedición Circunpolar* de Ramón Larramendi. Jaime Villalte i *Las ciudades perdidas* també formen una sèrie per guardar a la memòria.

Falten molts altres noms, que de ben segur curtes aquestes pàgines si es pogués fer una menció a tots, sobretot per la varietat de suports que aquesta especialització hi té cabuda, i que aquest treball centra l'atenció en tres dels més destacats.

⁴ També convidada com a ponent de l'anterior conferència comentada.

5. Suports

Un cop fet el repàs històric del periodisme de viatges i la seva situació dins la teorització periodística, una aproximació a la producció en general, i els aspectes que la conformen, es podrà fer una mostra amb intenció d'apropament a alguns dels suports escollits sense deixar de banda alguns d'aquells aspectes de la producció que poden influir-hi. Posteriorment, aquestes maneres de donar forma a peces periodístiques en diferents suports es reforçarà amb el testimoni dels professionals que han tingut o tenen experiència en el llibre, la revista especialitzada, i Internet.

El llegat més antic del Periodisme de Viatges es deu al llibre, i per això és un suport que no es pot ometre. Si bé el periodisme de viatges "de servei" té la revista especialitzada (sobretot en àmbit espanyol) com a mitjà de més caràcter exponencial, és convenient fer-hi un repàs i tenir-la en compte com a suport del treball. I per acabar, tenint molt present la seva l'"especial naturalesa" i "transcendència", s'ha considerat oportú fer una primera aproximació al suport digital, concretament agafant l'exemple d'un producte transmèdia, ja que el nou panorama dins el periodisme també comença a veure els primers casos de producció en viatges. Tot i sabent que, el seu anàlisi, serà encara difós i no podrà abastar totes les perspectives que necessita un mitjà tant complex com és Internet.

L'estudi fa una observació a aquests tres suports concrets, que es troben a dins d'un sector o empresa informativa diferent: dins el sector de la premsa, l'edició de revistes i llibres; i dins el sector audiovisual, entre d'altres, es trobaria l'edició multimèdia acollida a Internet (Manfredi Mayoral, 2000).

En referència als suports, és interessant la proposta de classificació del Periodisme de Viatges que fa Pedro Eduardo Rivas Nieto (2006) que presenten característiques pròpies segons el suport on es plasma. El primer és l'informatiu, que és el menys estilat, s'exposa en petites notícies o reportatges, i apareix en els diaris generalistes. El segon és el periodisme de viatges de servei, habitual en suplementos setmanals i revistes del sector. I en tercer lloc, el llibresc, en base a un viatge realitzat per una persona en un període de temps ampli i que és presentat en forma de llibre.

Aquesta classificació està pensada barrejant el mitjà determinat i el suport, juntament amb la intencionalitat. Però segons aquesta última, l'altre gran estudiós de l'especialització Mariano Belenguer, fa una síntesi de quatre objectius que té el Periodisme de Viatges per no diferenciar-lo sinó fer-lo integral a tots els tipus de suports, tot i que des de la seva investigació només ho fa aplicable a la premsa. Aquestes intencions són: informar, divulgar, entretenir i denunciar. Un seguit de verbs

que es poden repartir segons els gèneres que ell exposa, que es veuran més endavant. Però és evident que els suports i els gèneres que adopta poden anar entrelligats i això determinarà un intent de visió genèrica del Periodisme de Viatges.

Seguint aquesta línia, una reflexió interessant és la que fa Joaquín Rubio Tovar (2009) sobre els "gèneres de creació" i "gèneres de recepció", referint-se especialment en el suport del llibre, afirmant que "no hi ha textos al marge del suport necessari per a la seva lectura, ni és possible comprendre un escrit sense conèixer de quin mode arriba al receptor" (2009:290). És a dir, que es pot desgranar el Periodisme de Viatges segons els suports, que tindran una caràcter propi i el farà encara més ric.

5.1. Llibre

Es tracta del suport més antic, i la seva materialització dins el món dels viatges amb un passat literari encara avui ja ofereix característiques com l'ús de la primera persona, el recalcament de l'experiència, o "el contacte amb un medi o un món diferent del que es va partir" presents a les obres actuals. Però la seva teorització és difícil, també dins el món literari. Però segons Rubio Tovar precisament la seva heterogeneïtat, que pot impossibilitar la seva categorització, "és on radica la seva fortalesa", la qual des de sempre "ha atret a una constel·lació d'investigadors" ja que el seu passat llunyà i la seva adopció com a suport en tots els sabers que han anat evolucionant, interdisciplinaris, permeten traçar paral·lelismes i comparacions. I aquest "mode en que es relacionen i integren aquests components permeten pensar en un sistema" (Rubio Tovar, 2009: 285).

El llibre, com a mitjà de comunicació que permet una extensió en profunditat, és com s'ha vist també un nivell propi amb un ampli llegat dins l'especialització. El Periodisme de Viatges llibresc, representat en el suport del llibre, engloba temes fonamentalment socials: reflexions sobre les formes culturals, les transformacions de la societat, el sentit de viatjar, la vida comunitària, la organització col·lectiva...; té característiques de la informació especialitzada, tot i que només per la profunditat amb la que és tractat el tema, i no només pel públic al qual es dirigeix; es presenta normalment amb un mode d'escriptura personal (o com a mínim que es desvincula de les pautes d'estil periodístic); el concepte d'actualitat està molt diluït; les tècniques que utilitza són bàsicament les del periodisme convencional; i no busca la neutralitat del periodista, sinó el compromís amb el que explica, "amb una implicació molt forta per part de l'autor/narrador" (Rivas Nieto 2006:60). Si bé es pot centrar en l'experiència del viatge, també és un bon suport per desenvolupar un reporterisme, o "literatura dels

fets", amb personatges que han existit i s'han exposat en forma de discurs narratiu amb l'obtenció d'una recerca periodística.

És un suport habitual a albergar obres periodístiques en el llibre per la seva capacitat d'aprofundiment. És el Periodisme Narratiu del qual parla Herrscher per l'experiència introspectiva de les històries que poden contenir. El llibre "és un producte personal, creat des de la sensibilitat, les afinitats emocionals i ideològiques, el punt de vista i el món cultural del seu autor" (2012:22). L'autor de *Los viajes de "Penélope"* afegeix que la forma amb la qual s'explica la història defineix a aquella veu que la narra, gràcies al compromís de donar vida a les veus. És a dir, passar de "fonts" a "personatges" i "declaracions" a "escenes" (i els "humanitza" aportant un context per totes les sensibilitats i opinions); o la inclusió dels detalls reveladors i la selecció d'històries i enfocaments són alguns dels cinc aspectes del bon periodista narratiu segons l'autor.

Precisament els enfocaments d'un autor respecte una història, per Herrscher, s'il·lustren amb els quatre evangelis i la forma amb la qual van ser escrits ("Mateu, l'abogat", "Lluc, l'historiador", "Juan, el poeta" i "Marc, el reporter"). Aquesta diferència entre les mirades entre autors seria interessant estudiar-la més i classificar els enfocaments dels llibres de viatges, per veure si també coincideixen, en quina freqüència, etc. Tots poden albergar tot tipus de contingut, i com coincideix l'autor, també Periodisme de Viatges. Per ell, un bon relat de viatges periodístic, passa pel procés de rebre i entendre el coneixement, sobre la cultura o el lloc visitat, per transmetre'l des del "jo" interior.

Roberto Herrscher aglutina els llibres periodístics en tres taules d'exposició diferents: les analogies o col·leccions, els llibres de consum immediat i de compromís, i els genuïns de grans reportatges i cròniques. En referència aquest últim grup, un llegat important és per part del Nou Periodisme nord-americà, de grans com Truman Capote o Tom Wolfe, entre d'altres. Precisament alguna de les obres que han sortit de les investigacions d'aquest mestres de renom, han estat gràcies a l'estancament o permanència al lloc dels fets, per entendre i aconseguir una experiència introspectiva en més grau en cada una de les persones implicades en el lloc dels fets, sent imprescindible l'escenari que l'envoltava. Una possibilitat que dona aquest suport que també coincideix amb el caràcter llibresc del Periodisme de Viatges.

5.2. Revista especialitzada de viatges

Pel que fa al suport del periodisme de viatges més estès i materialitzat, la revista especialitzada en viatges, Mariano Belenguer en fa un anàlisi exhaustiu en el

panorama espanyol i n'extreu una tendència pel que fa a les seccions i gèneres. Aquesta mirada que fa l'autor als gèneres, afirma que és més aviat al sector de la premsa (diaris i revistes), així com els formats estudiats en la seva obra i que no es pot aplicar estrictament als altres.

En premsa, una revista és una publicació, un mitjà de comunicació, que en el cas del Periodisme de viatges "busca el seu propi espai, identitat i lectors específics" per diferenciar-se de la resta amb variants tant diversos com: l'enquadrament geogràfic, temàtic, el tractament del relat, etc. Però comparteixen totes una característica en comú: la bona imatge (Belenguer, 2002: 126).

El disseny dels mitjans impresos sempre ha buscat la novetat, i la cultura visual i la fotografia fomenten un dels factors principals. Lligada a aquesta obsessió per la imatge també han aparegut altres noves formes de comunicació, com la infografia, que és freqüent en temes atemporals i en peces que requereixen explicacions complexes, com el reportatge. Aquests elements gràfics són clarament importants, "punts d'entrada" per la publicació. Això també ha demanat als periodistes tenir coneixements tipogràfics, de disseny i d'edició per un treball clarament professional (Mayoral, 2000). Per tant, en Periodisme de Viatges la revista especialitzada es nodreix especialment d'aquests elements.

A grans trets, Belenguer fa una revisió de les revistes especialitzades en viatges a Espanya, quan van néixer i consolidar-se, i les classifica en dues etapes (2002: 119-125): la primera etapa, de 1973 a 1990, neix *Caza Fotográfica* (després *Periplo*) com una revista de vocació viatgera amb labor divulgativa i etnogràfica tant per part de científics com de reporters amb peces més personals i aventureres. La primera però, pròpiament del país, és *Viajar* (1978) més endavant comprada pel Grupo Z. Simultàniament el conveni Copypresa amb l'Institut Geogràfic Agostini italià porten als quioscos espanyols la capçalera *Atlas*. Des de Barcelona, *Paisajes y Gentes* amb firmes locals i estrangeres sobre reportatges de llocs exòtics. La primera *Aventura* neix l'estiu de 1983 que acabarà sent *Tiempo de Aventura* a partir dels noranta. L'any 1988 apareix la versió espanyola de *Geo*, i un any després es fundaria *Rutas del Mundo*. També apareixen revistes més dedicades al turisme i vinculades a associacions del sector, com seria *Viaje y Vacaciones*, *Turismo Hoy* o *Viajeros por tierra y aire*.

Durant la segona etapa, des dels noranta fins a dia d'avui⁵, es destaca la consolidació de diverses capçaleres i el naixement de sis revistes específiques de viatges en el mercat. Una d'elles és *Altair* (1991), amb esperit aventurer, ecològic, de

⁵ Aquesta classificació es troba en l'obra publicada l'any 2002.

denúncia social i cultura etnogràfica que si bé va fer una aturada fins el 2015 en la versió impresa a causa de la crisi econòmica, ha mantingut la seva rigorosa activitat dins el món digital. Serà l'any 1994 on *Rutas* es consolida com a revista de turisme d'oci, aventures i turisme rural. Simultàniament, neix la primera publicació sobre viatges en àmbit nacional: *España Desconocida*.

La revista de més tirada al món, la *National Geographic*, farà la seva aparició al 1997 i una revista amb aires *vintage* irromp en el mercat per reivindicar la vella figura del periodisme de viatges més literari: *Cartográfica*. També destaquen les publicacions regionals com *Península* o *Pirineos* coma a exemple d'una acceleració a finals dels noranta. Al 1998, *Siete Leguas* (Unidad Editorial) es començarà a vendre sempre junt amb un llibre de viatges i entre les més recents destaquen la versió castellana *Condé Nast*, *MAS viajes* o *Nómadas*, per esmentar-ne algunes (Belenguer, 2002: 119-125). I tot sense incloure aquelles revistes propietat d'empreses del sector que tenen una afinitat vinculada de la marca com *Ling* (Vueling), *Ronda* (Iberia) o *Paisajes desde el tren* (Renfe, des de 1990), ni tampoc suplementes de diaris.

La revista seria el suport que representa el Periodisme de Viatges de servei de Rivas Nieto (2006), però amb un contingut i uns gèneres que es desvinculen del Periodisme més informatiu del qual parlava Mayoral (2000) i caldria centrar-se en el Periodisme d'Interpretació o Explicatiu que es serveix d'altres tècniques o pràctiques per arribar a tal nivell de profunditat. Un objectiu d'aquesta manera de fer Periodisme encapçalat, entre d'altres gèneres periodístics, pel reportatge i la crònica. Dins les revistes especialitzades en viatges, però, Belenguer prefereix utilitzar el terme reportatge.

Així doncs, per identificar les possibles pràctiques que els professionals porten a terme en aquest suport, caldrà saber quins gèneres són als que més recorre i el defineixen. Seguint l'anàlisi de diverses revistes especialitzades de viatges en l'àmbit espanyol, Belenguer utilitza la identificació dels gèneres periodístics més comuns i recurrents, per determinar la estructura bàsica de la revista especialitzada en viatges i les seves seccions. Explicant que l'estructura es forma en dos blocs:

1. Relats de viatges (reportatges o cròniques). L'autor prefereix referir-se com a reportatges a les peces que representen la part més important de la revista. Amb molts recursos gràfics i donant un valor visual al conjunt.

2. Seccions instrumentals. Dins d'aquestes hi ha una gran varietat de seccions. En primer lloc conjunt de peces la temàtica de les quals poden ser sobre llibres, viatges, materials, o un espai de comunicació pels propis lectors. Són textos

breus, il·lustrades amb imatges, i si són revistes més comercials poden presentar-se amb publicitat indirecte. També hi pot haver guies de viatges, que tracen el tema logístic i s'acostumen a posar al final de la publicació o una peça de reportatge. A dins també hi hauria seccions informatives amb notícies breus de diferent contingut i vinculats a matèries diversos com: geografia, biologia, ecologia, arqueologia, antropologia, etc. Les entrevistes, segons l'autor, no són gaire habituals en aquest tipus de revista. Així com els gèneres argumentatius, en forma d'articles d'opinió sobre el viatge amb visions personals i recreacions literàries. Un altre apartat aglutinador, normalment d'un país, una regió o un tema determinat: les monografies. La fórmula inclou diversos reportatges específics, que als inicis es presentava en forma de quadern, en pàgina imparella i una diagramació que uneix les peces. Permet aprofundir en sobre els espais geogràfics exposats i tractar-los en diferents perspectives. Un dels màxims exponents en aquest mode de publicació ha estat la revista *Altaïr* o la versió espanyola de *Condé Nast*.

Així doncs, l'autor Mariano Belenguer divideix els continguts i seccions de les revistes de viatges especialitzades amb l'ordre de la següent manera (2002: 130-136):

- Sumari i Editorial
- Seccions informatives
- Reportatges
- Monogràfics
- Altres reportatges
- Seccions instrumentals
- Seccions d'opinió
- Sumari del següent número

A partir d'aquí, segons la tendència a prioritzar unes seccions o unes altres, l'autor també s'atreveix a diferenciar els models que proliferen entre les revistes especialitzades en viatges en el panorama espanyol (que fins a l'any del seu estudi existien) segons la seva aposta màxima en les seccions i continguts. Les divideix en sis grups:

1. Revistes que prioritzen els grans reportatges interpretatius. On quasi no hi ha secció informativa ni instrumental, tractament amb rigor i serietat, i on el viatge queda "justificat" per les referències informatives i divulgatives de caràcter històric, social, cultural, científic i ecològic. Dins aquest grup, l'autor també proposa classificar-les en revistes de divulgació científico-geogràfica com *National Geographic Magazine* (versió en castellà) o *Scenes of World*; o de viatges socio-

culturals, com *Geo* i *Rutas del Mundo*, i altres com *Siete Leguas*, o *Condé Nast Traveler*.

2. Revistes amb objectius i plantejaments encaminats a la guia i orientació d'oci turístic. De nombroses seccions instrumentals, amb agendes, propostes, dades, excursions, etc. Acompanyades de moltes fotografies i una gran proliferació de recursos gràfics. Entren aquí sobretot aquelles revistes que inclou la paraula estrella: *Grandes Viajes*, *Viajar*, *Viajeros*, *Deviajes*, o *Masviajes*.

3. Revistes que es fonamenten en l'aventura. Publicacions que no dediquen tants recursos i opten per una diagramació senzilla, fotos correctes i sense moltes pretensions de caire formals. Aposten pels reportatges i presenten seccions instrumentals, articles d'opinió, entrevistes a aventurers, etc. Són publicacions molt personalistes, amb una forta presència del protagonista-aventurer. Entre les més representatives es troben la revista *Tiempo de Aventuras*, *Aire Libre* o *Aventuras*.

4. Revistes de "factor humà". Són les que fan una funció de divulgació etnogràfica. La més representativa ha estat, fins fa poc, la revista *Altaïr* en versió impresa. Per la revista el viatge és un mitjà de coneixement de les altres cultures i la diversitat, entorns naturals i respecte pel medi ambient. Els valors de la qual es reflecteixen amb compromís, respecte i integració. Apostant pels monogràfics i grans reportatges. Amb la mateixa línia va néixer *Nómadas* l'any 2000.

A aquestes classificacions també s'hi poden afegir aquelles revistes segmentades per la zona geogràfica que tracten (Fa un any a Catalunya, per exemple, *Experiències Descobrir*). Per altra banda, les fórmules originals com a eix divergent, com la ja desapareguda revista *Cartographica* o el *Boletín de la Sociedad Geográfica Espanyola*. I per últim, les revistes de promoció turística, dirigides als professionals del sector del turisme; i les promocionals d'empreses o administracions públiques, que es desvien de la pertinença d'aquest treball.

Val la pena fer un incís al cas de la revista *Altaïr*, perquè la seva filosofia i llegat d'una publicació íntegrament en forma de monografia és interessant per les qüestions que aquest treball aborda. Si bé la crisi va haver d'apartar la revista del món imprès i potenciar *Altaïr Magazine* (la seva versió digital), la capçalera de Pep Bernades⁶ no ha canviat d'ideal i en tres mesos espera poder tornar a estrenar-se amb un format nou. El paper torna per a la lectura lenta que "convida a la reflexió a partir dels viatges". Per

⁶ Entrevista feta per aquest treball a Pep Bernades, a la llibreria *Altaïr* el dia 26 d'abril de 2015, en matèria de director de la publicació.

ell, la revista no és per totes les persones. Les seves peces són un conjunt d'elements de "línies mestres fetes sense pressa". Un recull de reportatges i "massa crítica" que es van coent entre "cinc, sis, set mesos o fins i tot un any". Són fets "transversals que afecten a molts àmbits", amb una varietat de temes que porten a monogràfics o a l'actual secció digital de 360°. Tractant de representar les persones, un cop "ha caigut la barrera entre tu i el lloc". Sense primera persona ni tendència a l'aventurer: "el que interessa a les persones és qui és el teu acompanyant del Sàhara, no com t'han quedat les botes plenes de fang".

Una concepció pròpia de Bernades i les peces d'*Altair*, que assegura que són una frontera entre l'assaig i la crònica que fan de la revista una publicació singular: "copiar és molt fàcil, crear ja no ho és tant". Aquest exercici periodístic, però, fa que els col·laboradors siguin persones amb experiència i, en seccions de pes, requereixin convivència i facilitat comunicativa en el país. Noms com Martín Caparrós o María Anguló Egea ho corroboren: el primer escriptor i periodista argentí de prestigi; i Angulo, especialista en periodisme literari i autora de llibres com *Crónica y mirada: internacional - corresponsales*.

Del turisme i l'especialització en viatges, Mariano Belenguer ho separa fent un desglossament de les característiques i la riquesa de temàtiques abordades pels reportatges de viatges. Ja que pel periodista de viatges "la seva intenció i objectiu és precisament informar i, a més, adaptant els seus textos als formats i mitjans periodístics" (2002: 139-140). Segons el seu estudi anteriorment publicat, la predominança de les temàtiques era la següent:

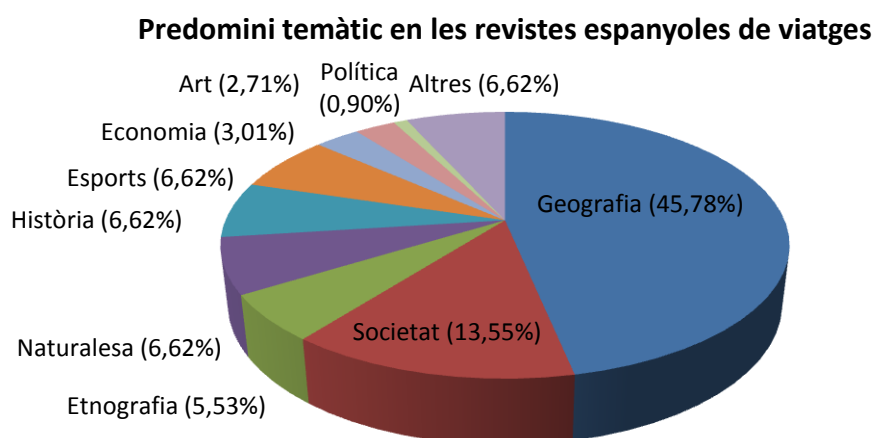


Figura 1. Gràfic de temes en revistes espanyoles de viatges. Elaboració pròpia a partir de: Belenguer, M. (2002) *Periodismo de Viajes: análisis de una especialización periodística*. p 140-144.

L'autor entén per temàtica de reportatges en "Geografia" l'abordament generalista d'aspectes d'un país, ciutat comarca, regió o zona geogràfica combinant referències sobre societat, cultura, arquitectura, festes o costums. Amb un domini de reportatges dedicats a un país sencer, seguit dels litorals i les illes, i els espais de muntanya o deserts.

En la temàtica de "Societat", hi entren principalment aspectes generals, i en menys mesura temes concrets com les costums i els conflictes socials, amb menys representació de la religió o les festes tradicionals. Però es caracteritza per un interès de divulgació, interpretació i, fins i tot, denúncia social.

En el tema de l'"Etnografia", no es pretén entrar en la disciplina antropològica sinó descriure i interpretar ritus i costums d'ètnies, formes d'alimentació, així com la seva descripció general a mode de divulgació. En la "Naturalesa" els temes solen ser monogràfics sobre éssers vius, vegetals o animals, o problemes específics del medi ambient. Es pot incloure també a l'àmbit d'entorns naturals en "Geografia".

La "Història" també es presenta com "una subespecialització vinculada al Periodisme Cultural", i abasta temes com les llegendes, la prehistòria o l'arqueologia. Pel que fa a "Esports", aquesta temàtica presenta característiques especials per els subtemes que engloba com els esports alternatius, d'alt risc o tradicionals.

En "Economia" té una certa freqüència en qüestions d'actualitat per sectors com l'agricultura, indústria, pesca, ramaderia, turisme o perspectives de la situació econòmica en general. En les menys aparegudes, l'"Art" es vincula amb la història per l'aspecte cultural de l'arquitectura, artesania, museus, pintura, música, escultura.

Els reportatges de viatges menys especialitzats són en "Política", pràcticament només en espais monogràfics i contemplant situacions de política general o conflictes polítics. Pel que fa a "Altres" temàtiques, aquestes són textos dedicats a fotografia, exposicions i esdeveniments universals, literatura de viatges o històries de viatges.

Una vegada feta una visió de quines temàtiques aborden els reportatges de viatges, ja es podrà definir una mica més com són aquests gèneres en el suport estudiat, per posteriorment determinar unes predisposicions per part del professional. Mariano Belenguer, en "un intent d'estructurar i ordenar la multitud de relats periodístics que, d'una manera o una altra, s'encarten dins d'aquesta especialització" ofereix una tipologia semàntica, una morfològica i una altra pragmàtica dels reportatges dins la revista especialitzada en viatges (2002: 145).

Dins la tipologia semàntica, hi hauria dos criteris de classificació:

1. Segons el grau d'especialització. Aquest determinarà dos tipus de reportatges: els panoràmics, que pretenen donar una visió global i genèrica d'una zona, comarca, país, regió, ciutat o espai geogràfic en concret i s'aborda des d'una visió multidisciplinària presentant molts aspectes recollits en aquella zona; i els monogràfics, que aborden una matèria més concreta o subespecialització dins el Periodisme de Viatges que destaca per sobre de les demés (economia, art, costums socials...).

2. Segons la temàtica. Referent als referents prèviament comentats, que també presentaria subdivisions:

2.1. Els reportatges de viatges geogràfics. Entre els quals hi ha el reportatge geogràfic global, que descriu aspectes tant de tipus urbà com rural d'un país o zona extensa; el reportatge geogràfic urbà, que es dedica a una ciutat o entorn urbà concret; i el reportatge geogràfic natural que es localitza en escenaris d'un entorn rural o natural, com deserts o parcs, i són genèrics en el tractament.

2.2. Els reportatges de viatges de divulgació científica. Que inclou aquells textos amb un tema o referent principal dedicat a la naturalesa i etnografia. Es troba entre la frontera de la cultura, la societat o la història. Amb la mateixa confusió que el límit de cada ciència pot causar amb la seva divulgació. Entrarien dins les ciències naturals com la zoologia, botànica o ecologia; i l'etnografia sobre ritus, hàbits, relacions, vivenda o alimentació de les poblacions indígenes. L'autor recalca que no s'ha de confondre amb el mateix Periodisme Científic, perquè un reportatge de viatges especialitzat en un tema o perfil científic no deixa de formar part d'aquesta especialització. També les expedicions de caràcter científic entrarien dins aquest grup, tot i que ja no són habituals.

2.3. Els reportatges de viatges culturals. Que té com a pilars la història i l'art, amb aspectes tant diversos com l'arquitectura monumental, les llegendes o l'artesanía.

2.4. Els reportatges de viatges socials. On allò important no és l'entorn sinó els seus habitants, descobrint les festes i costums o denunciant situacions d'injustícia, processos de marginació o conflictes socials.

2.5. Els reportatges de viatges d'esports i activitats d'aventura. On el factor aventura hi té un paper rellevant, com explicant casos d'autoestopisme o narrant una expedició. La finalitat és el viatge, el descobriment personal i sortejar les dificultats del camí. Segons Mariano Belenguer, en aquests tipus

de reportatges qualsevol viatge genera intrínscament la sensació d'aventura i això es transmet en el relat.

També hi hauria altres reportatges menys freqüent en base a temàtiques menys fonamentals pel poc tractament que tenen en l'especialització, com serien l'economia o la política.

Pel que fa a la tipologia morfològica, aquesta classificació es basa en les distincions bàsiques del reportatge que ja s'han tractat antigament. És a dir, es poden dividir:

1. Segons les variants del gènere, que formaria els següents grups:

- 1.1 Reportatges de viatges d'accions. De visió dinàmica sobre els fets que retrata, explicats des de dins, amb un ritme evolutiu constant i un procés de desenvolupament en la línia temporal. Per la qual cosa és ideal escriure'l en un format narratiu de successos únics, redactats en forma d'itinerari. És clarament ideal per les peces de càrrega aventurera i d'activitat esportiva, plens d'acció, sense massa interpretació i amb el protagonisme del propi viatger/a. Recorda als textos històrics de viatges, les antigues cròniques (tot i que sense continuïtat), i que aporta gran informació a partir de la descripció.

- 1.2 Reportatges de viatges de situacions. També anomenat "d'esdeveniments". El redactor escriu un esdeveniment ja finalitzat, vist des de fora. La descripció és indispensable i el fet (normalment quotidià) es descriu tal i com ve definit. Són formes de vida, costums, hàbits. Per tant, seria més adequat per Mariano Belenguier afegir el mot "circumstància" o "situació", més que "esdeveniment" (2002:150). Presenten un caràcter cosmogràfic, i hi abunden la exposició i descripció. L'autor normalment apareix de forma omniscient però es pot utilitzar la primera persona en cas que el reporter es manifesti com un testimoni directe.

- 1.3 Reportatges de viatges interpretatius. És de caràcter divulgatiu i estan especialitzats en un punt de vista temàtic. Els termes amb els quals se'l pot definir són diversos: de "profunditat", de "precisió", "gran reportatge"... fins i tot "documental". Però els ingredients són els mateixos: recerca d'antecedents, humanització del relat, interpretació, investigació i orientació. En el cas del reportatge de viatges pot escassejar algun dels ingredients per no tractar d'ampliar fets noticiosos, ja que com s'ha exposat prèviament no és el seu objectiu primari. No hi ha un esdeveniment que el justifiqui, sinó que presenta

un lloc concret que interpreta, analitza, exposa i explica sobre el terreny a partir d'allò que habitualment succeeix, sense que la desvinculació amb l'actualitat (sinó més aviat a la oportunitat) el tregui del Periodisme com a tal. El que sí és cert, és que en aquest cas el llegat històric i els antecedents vinculats amb la literatura li han influenciat fins al punt que la seva presentació es nodreix de recursos literaris juntament amb els recursos periodístics. Aquí torna a entrar en joc la base del Periodisme i les sis preguntes, que conformen el Periodisme Narratiu que narra (prioritzant el què, qui i quan), el Periodisme Descriptiu que explica (fomentant el què, qui i on) i el Periodisme Argumentatiu que interpreta (donant resposta al perquè i com). Amb la possibilitat de crear diferents combinacions per enriquir el text segons el cas.

2. Segons el mode de redacció. Incidint precisament en la idea recentment exposada, on s'hi inclourien:

2.1 Reportatges expositius de viatges. Que trasllada a un entorn geogràfic d'una forma objectiva i concreta, amb àmbits més generals o, més especialitzats, en els monogràfics. Si bé s'acosta a la forma interpretativa, segons Belenguer aquí l'autor no arriba a valorar o interpretar el que exposa. Això suposa un estadi entremig entre el reportatge de situació i el reportatge d'interpretació.

2.2 Reportatges de viatges descriptius. Ja que la descripció és un recurs molt utilitzat en el Periodisme de Viatges i es farceix dels recursos literaris. La descripció pot ser estàtica o animada: la forma estàtica descriu paisatges o zones urbanes, mentre que la forma animada descriurà les formes de vida i hàbits de les persones, amb accions i comportaments. Tot sense arribar a una clara interpretació.

2.3 Reportatges interpretatius. Que reitera la idea enfocada en l'anterior tipologia.

2.4 Reportatges narratius. També comentat al llarg del treball. Igual al reportatge d'acció, narra un esdeveniment protagonitzat o testificat per l'autor amb elements expositius o descriptius.

L'autor deixa clara la premissa que s'ha de prioritzar el "on" per determinar un reportatge dins l'especialització de viatges, quin és l'element dominant, i que la juxtaposició és habitual en tots els àmbits periodístics pel que fa a aquesta combinació d'elements del mode de redacció. Factors que, tenint en compte la condició literària que poden presentar, fan dels reportatges de viatges una peça periodística de valor

afegit: "una intenció creativa i una funció estètica recreada amb la imatge fotogràfica, que no resta valor periodístic al text, sinó que, molt al contrari, li afegeix" (2002:155).

3. Segons l'estructura del relat. Una classificació diferent que parteix dels antecedents històrics. Al igual que els llibres de viatges, es requereix una forma de treballar (preparació del viatge, anotació i recopilació de dades, documentació i estructuració) que permeten dividir els actuals reportatges de viatges en tres grups diferents:

3.1 Reportatges de viatges cosmogràfics. Reiterant la concepció dels interpretatius i de situació, inclouen un laboriós treball d'informació, investigació prèvia i documentació posterior al viatge. És tant el valor d'aquesta investigació que "fins i tot es podria escriure sense fer el viatge" (2002:156). L'autor apareix de forma omniscient i aquesta forma de treballar contribueix a que les peces, també relacionades amb la interpretació i de situació, permeti sobretot escriure-les si resta habitualment al lloc. Aquesta forma és habitual en revistes del sector consolidades, segons Belenguer. I una persona que viu i resideix al lloc amb el qual es centra el text pot presentar un punt d'especialització que proporciona major rigor al contingut del mateix. Sigui com sigui, hi té molt de pes la feina de documentar-se a fons per escriure un reportatge d'aquestes característiques.

3.2 Reportatges d'itineraris. Marcat per l'acció, on la feina de documentació és secundària tant abans com després del desplaçament i normalment la redacció es produeix després del viatge. Es pròxim a la crònica de viatges, però sense fragmentació ni continuïtat.

3.3 Reportatge de caràcter mixt. La tipologia que presenta aportacions erudites de dades històriques, socials o culturals intercalades amb el transcurs de la narració. Amb una feina de documentació prèvia i posterior al viatge.

Per últim, la tipologia pragmàtica permet dividir els textos de viatges segons la seva intencionalitat o sentit dels mateixos. Al llarg de la història, els textos de viatges han tingut diferents intencions i motivacions (divulgació científica, testimoniar fets i escenaris de llocs desconeguts, descriure racons i espais exòtics, demostrar la viabilitat de rutes i travessies, afirmar descobriments, sensibilitzar sobre un determinat succés d'un lloc o comunitat, i més infinites raons.). Cosa que fa que el Periodisme de viatges estigui influenciat per totes aquestes implicacions, que també poden establir diferents tipus de textos:

1. D'intencionalitat informativa, de coneixement o d'orientació. Textos que pretenen orientar des d'un punt de vista objectiu sense ometre les dificultats del viatge i els conflictes. Solen ser reportatges objectius i sobris en el seu plantejament, descriptius i replets de dades útils per al viatger. Són informatius però allunyats d'allò noticiós. Actuen com a guies sense entrar en el terreny propagandístic. Per exemple els reportatges de viatges de situacions.

2. D'intencionalitat divulgativa. La més freqüent en el Periodisme de Viatges per requerir la interpretació, moure's en terrenys temàtics de societat, etnografia i medi ambient.

3. D'intencionalitat d'entreteniment i motivació. Una característica molt general en el conjunt del Periodisme de Viatges en el suport de la revista especialitzada de viatges. Aquí es difon la proximitat al turisme i l'objectiu comercial, que està present en totes les revistes de viatges. És una invitació manifesta a visitar països i espais amb informació seleccionada i limitada. Una propaganda per al turista convencional. Segons Mariano Belenguer, aquí s'entraria en la frontera amb el Periodisme Turístic.

Així doncs, amb aquesta categorització es pot veure la riquesa i varietat de característiques que presenten les peces periodístiques de la revista especialitzada en viatges. Un suport consolidat a Espanya i representatiu de l'especialització, però amb la manifesta realitat que envolta el Periodisme de Viatges: que és un àmbit periodístic que abasta nombrosos temes i punts de vista.

5.2.1. Fotografia

S'ha considerat oportú fer un incís molt breu a la fotografia, en concret la periodística de viatges, perquè la seva funció dins la història també ha anat de la mà del Periodisme de Viatges i, fins avui, el seu pes visual serà especialment important per la fotografia com a complement dels relats i, fins i tot, testimoni del desplaçament tant si el professional és només fotògraf com si és periodista.

Mariano Belenguer la tracta per la seva importància dins la premsa en Periodisme de Viatges. Per l'autor, la fotografia periodística de viatges és, a diferència de la fotografia de viatges, la via per la qual "informar gràficament com és la zona o el país visitat". Aquestes imatges podrien classificar-se com a "fotografia documental", i ser publicada en revistes especialitzades de viatges. També existeix la categoria de "fotografia etnogràfica", amb la qual la imatge rep un valor científic per part d'antropòlegs i etnògrafs (2002: 163). Aquesta estaria relacionada amb revistes com *National Geographic*, *Altaïr* o *Rutas del mundo*. Però val a dir que la fotografia de

viatges tampoc no està teoritzada com per trobar-ne la frontera exacta. Segons l'autor, seria "la intenció professional de ser publicada en un mitjà de comunicació", a diferència de la clàssica postal per l'àlbum de les vacances. Perquè implica una "metodologia i una actitud diferents" (2002: 166). Això també establiria diferències entre un professional i un aficionat.

L'autor fa un repàs de les diferents classificacions que s'han determinat, totes pobres o insuficients. Els intents es quedaven en superficialitats paisatgístiques o resultaven massa generals, amb objectes de fotografies que es desvinculaven del viatge.

El problema rau en que les fotografies periodístiques de viatges tenen una ample gamma de temes per fotografiar. Com assenyala Belenguer, el fotògraf de viatges és a la vegada "paisatgista, naturalista, retratista, fotoperiodista, reporter de societat, de temes etnogràfics..." (2002:171) . A més de ser també característiques professionals del sector la dinàmica de treball, la recerca de publicar el treball i el mateix desplaçament. Això és una reiterant des del passat, quan la primera forma de fotoperiodisme, les fotografies de combat es barrejaven amb el mateix viatge:

"els fotògrafs de la Guerra Civil [als Estats Units] van assistir a la construcció de la xarxa ferroviària intercontinental i es van unir als grups semimilitars de expedicions d'enginyers [...], les fotografies no només documentaven la construcció de la via ferroviària, sinó que presenten vívidament un viatge en vagó de tren a través del país" (Newhall, 1982: 94).

Tot depèn, doncs, de l'actitud del fotògraf. L'objectiu del professional podrà ser més creativa, subjectiva o de visió antropològica o naturalista. Però tot i així, la intencionalitat informativa i de publicar en un mitjà de comunicació definirà a tota forma de fotoperiodista de viatges. Mariano Belenguer proposa una tipologia de fotografia periodística de viatges segons la temàtica en cinc conjunts molt amples sense tenir en compte els aspectes tècnics o estilístics:

1. Fotografia de naturalesa. Un dels pilars de l'especialització per tenir un espai propi dins les publicacions especialitzades en la matèria, ja sigui de paisatges o éssers vius. És una fotografia realista i tota sofisticació tècnica encara donarà més sensació de transmissió de realitat.

2. Fotografia etnogràfica. És una tipologia freqüent per els llocs específics d'importància etnogràfica que transmet i serveix també dins la disciplina antropològica com a document gràfic. Intenta representar les altres cultures i col·laborar amb la feina divulgativa. De caràcter exòtic. Hi ha un debat obert sobre

la ètica professional, la representació de la realitat, la sensació d'intromissió, etc. Pot dividir-se en retrat etnogràfic, segons si l'objecte a mostrar és un individu i els seus detalls o un conjunt determinat; o fotografia etnogràfica de situació, amb la recreació de fets quotidians.

3. Fotografia social. En aquesta s'hi inclou la vida urbana i els paisatges d'arquitectura. També la visió social de situació i esdeveniments. Segueix un realisme, sense manipulació tècnica o pretensions creatives que condicionin el contingut. Aquí es barrejarien les situacions polítiques, socials, econòmiques o altres determinades que farien d'un país o una zona ser l'escenari d'una actualitat informativa que no tenen perquè ser aliens a la fotografia periodística de viatges.

4. Fotografia d'activitats i esports d'aventura. Inclosa dins el Periodisme Esportiu, aquesta varietat de fotografia pretén il·lustrar esports molt específics i minoritaris com l'alpinisme, el ciclisme, els cotxes tot-terreny, submarinisme, parapent, etc. Són activitats portades a terme en llocs aliens i exòtics. Són fotografies amb representacions complicades, que permeten jugar amb la creativitat sense deslligar-se de l'exigència d'un fotoreportatge realista.

5. Fotografia de manifestacions artístiques i arqueologia. Per publicacions concretes amb especialitzacions en art, història o arqueologia es comparteixen aquestes imatges pròpies de les periodístiques de viatges. Són manifestacions humanes actuals o històriques que tenen valor per l'antiguitat, la qualitat artística o la seva representació simbòlica. Intenten mostrar la peça en sí mateixa, i no el context on es troba. Prima la objectivitat, el realisme i el document que representi fidelment l'objecte fotografiat.

És evident, doncs, que el Periodisme de Viatges es farceix en bona part del complement de les fotografies al relat i, en conseqüència, de vital importància pel suport imprès i els seus professionals.

5.3. Internet

El panorama actual és un temps incert per la professió, per la indústria i pel Periodisme. Però també és una disruptiva amb oportunitats on cal adaptar-se als canvis i adaptar-se a aquesta flexibilitat del model productiu periodístic. Com sosté Ramón Salaverría, només el seu ús ha suposat un canvi gràcies a la convergència. Els professionals de la informació tenen nous reptes en un futur compartit amb les noves tecnologies perquè ara han aparegut com a suports, eines i productes en sí mateixos amb qualitats pròpies (2012: 12-14). Aquest és el cas d'Internet, un suport, doncs, que per la seva condició innovadora i transcendent s'ha considerat oportú fer-lo un objecte

d'estudi més en aquest treball. Justament aquesta naturalesa pròpia en fa difícil el seu tractament de manera homogènia, i encara avui irrompen investigacions en comunicació en relació (2010b: 569-574).

En Periodisme de Viatges, no hi ha pràcticament cap investigació que incideixi en el panorama digital. Les úniques referències han relacionat les pràctiques d'aquesta especialització amb les recomanacions generals. És per això que en aquest apartat es seguirà amb aquesta línia per, posteriorment, relacionar-ho amb el periodista seleccionat com a mostra per aquest treball.

Internet és un mitjà multimèdia, interactiu i hipertextual. En base a aquestes tres qualitats exposades pel professor Ramón Salaverría aquests trets propis són les que es considera que el diferencien dels altres mitjans: l'alta hipertextualitat i la possibilitat de navegació, l'alta dinàmica d'imatges, sons i tot tipus de textos i la seva combinació, l'alta capacitat de navegació del lector, i el diàleg entre aquest i el periodista. Això permet una narració periodística amb aprofundiment en un tema, sobretot en "gèneres periodístics específics" que de per sí tenen aquesta qualitat. Així doncs, un reportatge destinat al suport d'Internet serà (Cobo, 2012: 20):

- Multimèdia: en qualitat de combinació de diferents codis informatius en un mateix discurs informatiu. Els diferents elements, o mitjans, el formen: text, imatge estàtica, imatge sintètica, imatge en moviment i so.
- Hipertextual: en qualitat de que un text pot albergar un altre text. Que permet una unió i consegüent aprofundiment temàtic de l'escriptura. Aporta la capacitat de textos amb diverses dimensions, no lineals, i amb una organització jeràrquica (lectura *scroll*) o d'igualtat (presentació *shell* de lliure navegació). Que no només ofereix diferents nodes informatius, sinó que a més es poden ometre en el cas que ja sigui conegut pel lector o es convida a reviuere'ls.
- Interactiu⁷: amb la capacitat que l'usuari pugui relacionar-se amb l'emissor o interactuar amb el contingut. No només implica participació, sinó la qualitat tècnica de lliure navegació, relacionar-se amb altres, intercanviar continguts o modificar el mateix.

Les característiques especials d'aquest suport, doncs, té a veure en bona part per la combinació dels elements. Un tret que és convenient presentar amb més

⁷ La majoria són recomanacions pràctiques que tenen en compte la recepció i l'experiència de l'usuari, una qüestió que per les seves dimensions, requeriria un estudi més a fons.

deteniment, però tenint consciència que el debat encara està obert i de moment tot són recomanacions per cada un dels elements que el formen:

1. El text. La majoria de les regles tradicionals per escriure són vàlides per al mitjà digital: senzillesa, concisió, correcció, claredat i saber captar la atenció del lector (Cobo, 2012: 28). És recomanable ser breu i concís. Les habituals referències temporals subjectives com “ahir” o “avui” no serveixen perquè és impossible saber quan llegirà un usuari aquell contingut, per tant ha d'estar escrit amb referències exactes i datades. L'autora Sílvia Cobo proposa sis elements per una redacció a Internet eficaç:

1.1 Paraules clau. Noms propis, topònims i altres paraules que descriguin l'àmbit de contingut de la notícia. Les més comuns, sense usar sinònims poc habituals, que ajudarà a posicionar-se, descriure els continguts i ser trobats fàcilment en buscadors com Google. S'han de col·locar especialment als titulars (títol, subtítol i *lead*) i als titolets. Es pot marcar en negreta.

1.2 Titulars. Més enllà de les funcions informativa, d'atracció a la lectura i identificació o diferenciació amb d'altres notícies, a Internet el titular permet enllaçar la notícia i té un component de registre per a motors de recerca. A la vegada aquests es situen i visualitzen en pantalles i contextos diferents, amb freqüència aïllats del cos. Han de ser informatius i curts (sense metàfores), i que permetin identificar el contingut de la peça.

1.3 Enllaços. Probablement l'element més important d'Internet que converteix cada paraula en una porta d'entrada. Atorga nous sentits documentals per profunditzar i evitar reiterar. La seva dimensió semàntica aporta referència i context als termes enllaçats. S'atorga credibilitat al enllaçar els documents originals o les fonts que aporten transparència al procés informatiu, així com altres fonts per informació de context.

2. Imatges. Poden ser en quatre formats diferents: JPEG (.jpg) el més útil per compartir i mostrar a Internet per la qualitat alta però comprimida; TIFF (.tif) que permet millor qualitat que no perd en guardar-se però són massa grans per la web; GIF (.gif) que permet imatges en moviment; i PNG (.png) la grandària del qual és tant gran que pot tenir problemes per visualitzar-se. Per tant, en el producte periodístic es requereix una certa sensibilitat per afegir imatges amb una bona resolució (la ideal és 480x359 de mitjana) i hi ha òptimes possibilitats per tenir una bona imatge en el producte.

L'autora també aporta consells sobre elements formals. Són normes estilístiques formals que permeten millorar la llegibilitat dels textos. Concretament cal destacar els següents: Dividir un paràgraf quan aquest ja arribi aproximadament als 10 (és a dir, que unes 25 línies es divideixin en tres paràgrafs). Utilitzar llistes i enumeracions per facilitar les lectures i elements organitzatius de la informació com títols o subtítols, subratllar idees importants i paraules clau, i evitar la majúscula.

Pel que fa a la inclusió de noves plataformes vinculades en un contingut, les xarxes socials han irromput al món del Periodisme. Han permès tenir a l'abast una nova font informativa, una nova via de difusió dels continguts periodístics i, a més, poden ser l'eina individualitzant del professional. Una via d'expressió pròpia a través d'una identitat digital per forjar una marca personal (Cobo, 2012: 209-225).

Totes aquestes noves característiques del Periodisme a Internet també ha portat a qüestionar-se la teoria dels gèneres que s'hi apliquen. Especialment el dubte de si existiran nous gèneres exclusius d'Internet o, pel contrari, la teoria que fins ara es coneixia es pot aplicar al nou suport. De moment, les investigacions apunten que la hibridació dels gèneres és imminent i és agosarat establir una classificació de gèneres purament digitals. Tot i aquesta por evolutiva dels gèneres, hi ha projectes que, per la seva narració, presenten combinacions dels elements al suport d'Internet que permet anar més enllà de la condició d'un sol gènere. Es pot interpretar amb un reportatge, es crea interacció amb l'usuari en una peça a Internet, es pot crear permanència i renovació en la temporalitat d'un text, i es pot narrar d'una manera única gràcies als "itineraris multilineals" que ofereix aquesta combinació d'elements (Díaz Noci, 2004).

Precisament aquesta nova manera de narrar i explicar que ofereix el suport d'Internet presenta característiques pròpies d'un reportatge multimèdia. És a dir el gènere que permet narrar amb aquesta combinació d'elements. És doncs, la narrativa multimèdia, una manera d'explicar amb múltiples mitjans i plataformes, combinades entre sí i oferint una manera nova de consumir per l'usuari (interactivitat) i una nova manera de reporterisme per part del periodista mitjançant el que s'anomena la "narrativa transmèdia" (*multimedia storytelling*). El terme va ser acunyat per Henry Jenkins (2003) definint set principis que servien per tota mena d'històries, des de la ficció fins al Periodisme. Per tal de no desviar la línia del tema d'aquest treball, s'abordarà només l'enfocament periodístic de la narrativa transmèdia. Jane Steven la defineix així:

"una combinació de text, fotografia, videoclips, àudios, gràfics i interactivitat presentada en un espai web en un format no lineal en el qual la informació de cada mitjà és complementari,

no redundant. Cada part de la història està explicada per un mitjà diferent. Estant agrupats en una 'closca' que aporta informació de context, antecedents, etc" (Steven, 2014: para 2).

La mateixa autora divideix els productes periodístics que poden sortir de la narrativa transmèdia de dues maneres: la història de reporter (*reporter-driven story*), on la història en conjunt estarà feta per la investigació i recaptació d'informació única i exclusivament per part del "periodista de motxilla" (*backpack journalist*) que gravarà, farà fotos, entrevistarà, etc; i la història de productor (*producer-driven story*) portada a terme per un equip que tindrà una feina específica dins el projecte que estarà dirigit 1

Seguint en la recomanació de Stevens, la implicació de tants mitjans (amb llenguatges propis i coneixements específics) no resta importància a les pràctiques clàssiques per a tot reportatge: entrevistes preliminars a les fonts, identificar les idees bàsiques del camp a tractar, buscar tot allò que s'ha dit sobre el tema i en referència a les fonts, recol·lectar material visual... Apareix, però, una nova manera d'aquest reporterisme que congenia amb aquesta combinació mediàtica. Es tracta de la organització i esquematització de la història mitjançant l'*storyboard*. Aquesta pràctica permetrà al periodista: definir paràmetres de la història amb les fonts i el temps disponible; organitzar i focalitzar la història; i trobar el mitjà més adequat per a cada una de les parts.

Per identificar les parts de la història i poder-les dividir en els elements que més s'escauen, l'autora recomana primerament focalitzar-se en parts lògiques i no-lineals, com ara:

- El *lead*, que avisi de quina és la importància de la història
- Un esdeveniment o situació
- Un procés o com funciona quelcom
- Visions de pros i contres
- La història d'un esdeveniment o una situació
- Altres temes relacionats i planejats per la història

És a dir, no s'ha de pensar amb quin ordre aniran les parts, sinó en posar forma a les parts. Això ajuda a eliminar el pensament lineal, que és justament el que no és preferible si es vol potenciar la narrativa transmèdia. També hi entren en joc qüestions de disseny i programació. Amb recomanacions, per exemple, sobre la portada.

La *home* es comprèn per un titular, un *lead*, un establiment visual (pot ser una foto de fons o central, diapositives o *slides*, o un vídeo), i *links* a altres parts, que normalment serien subtemes del total de la història. Tot això cal que recordar que són

modos i tendències, recomanacions que poden canviar en poc temps i tots els consells deixaran pas a altres a mesura que es vagin explorant les possibilitats creatives" d'aquests llenguatges narratius (Eva Domínguez, 2013).

Aquesta necessitat de tenir coneixements de tots els elements que participen, per part dels professionals, s'ha anat mencionant al llarg de l'apartat. Però encara és més evident davant la proposta de preguntes i consells de Steven per esbrinar quin mitjà és més resolutiu per dividir les parts de la història:

1. Decideix quines peces de la història van bé amb el vídeo (accions, portar al lector a un lloc central de la història, o veure i escoltar un personatge central)
2. Decideix quines parts van bé en imatge estàtica (per emfatitzar amb emocions fortes, per aportar un punt important de la història, recrear un sentiment, dramatitzar, també combinades amb so per emocions fortes, panorama 360° amb àudio per submergir el lector en una localització)
3. L'àudio va bé amb vídeo o combinarà bé amb imatge estàtica? El bon àudio és aquell que és intens i real en imatge i vídeo. No es pot fer servir l'àudio sol.
4. Quina part de la història pot anar bé amb gràfics? Els gràfics animats mostren com funcionen les coses. Van allà on les càmeres no poden arribar.
5. Necessita un mapa una història? Si és un mapa de localització o en capes? GIS (Sistema d'informació geogràfica) i imatges en satèl·lit són eines importants perquè poden personalitzar una història d'una manera impossible per al text deixant als lectors determinar amb precisió coses a les seves pròpies ciutats o barriades.
6. Quina part de la història pertany al text? Usa'l per descriure la cronologia o l'ordre d'una història (combinat amb imatges), per descriure un procés (combinat amb gràfics), o aportar una explicació en primera persona d'un esdeveniment. Sovint, el text és el que sobra quan no pots combinar la informació amb imatge, vídeo, àudio o gràfics.
7. Assegura't que la informació en cada mitjà és complementari, no redundant.
8. La interacció significa donar al lector tant l'*input* com el control de la història

L'*storyboard*, doncs, ajudarà a dividir la història tenint en compte aspectes com els *links* que formaran el recorregut de les seccions (esquema de navegació), com

serà la *home* o pàgina d'entrada, i els elements multimèdia que s'inclouran. Segons l'autora, això ajudarà a identificar els recursos (temps, equip, assistència) que es necessitarà per completar la història i, si és necessari canviar coses per imprevistos, tenir altres opcions.

Han començat a irrompre projectes molt interessants de narrativa transmèdia, els reportatges multimèdia. Si bé no es poden estrictament classificar dins el Periodisme de Viatges, sí hi ha certs exemples de reportatges que tracten temes vinculants a l'especialització. Un d'aquests casos seria *Cali: la ciudad que no duerme*. Un reportatge d'*El País* multimèdia i interactiu sobre la cara nocturna d'aquesta ciutat colombiana a partir d'històries personals en el qual hi han col·laborat 8 periodistes i 4 fotògrafs. En matèria d'esports, destaca la *Cycling's Road Forward* que fa un seguiment de diferents ciclistes en competicions per la costa mediterrània de França, de la mà de diversos editors gràfics i professionals de la comunicació del *The Washington Post*. La realitat d'Hondures també s'ha tocat amb el tema de societat, en el conflicte de les plantacions i màfies titulat *Coffe vs Gangs* a la versió digital del diari britànic *The Telegraph*. I un exemple català, un dels Interactius de l'*Ara.cat* que denuncia la situació de les dones al país asiàtic de Cambodja: *Qui cus les nostres samarretes?*. També, ja centrant el suport d'Internet de la mà de mitjans especialitzats en viatges, *Altaïr* aposta per continguts multimèdia en la seva versió digital amb monogràfics (Bernades, 2015)⁸.

Els temps actuals són bastant favorables a aquest tipus de relats, i això s'ha vist reflectit en les apostes de diaris i organitzacions que sembla ser que recuperen la seva estabilitat econòmica i d'audiència. De fet, el mateix Salaverría esmenta les apostes de les grans capçaleres entre les sis tendències periodístiques en auge: el Periodisme de Gran Format o *longform journalism*, on la calma i l'espai generós poden tenir èxits com ha demostrat l'efecte *Snowfall*; i el Periodisme de Laboratori que busca noves maneres de narrar i definir llenguatges. Tot tenint en compte les fronteres mediàtiques cada cop més desdibuixades gràcies a Internet (2014: 17-22).

Són moltes les variables que poden contribuir també a definir en un futur un Periodisme de Viatges a Internet, però que de ben segur, partiran d'idees com les que fins ara han estat fomentant mitjans tradicionals que, han vist en Internet, una nova manera d'explicar tot tipus de temes.

⁸ Segons Pep Bernades, a la ja mencionada entrevista realitzada per aquest treball.

6. Contacte

La perspectiva sobre què és el Periodisme de Viatges, els seus antecedents, el llegat que ha deixat i encara perdura, i quins suports avui dia es fomenten més dins el panorama espanyol, ajuda a tenir una idea del que s'ha fet i el que s'està fent. Però per justificar-ho, cal endinsar-se una mica més. Per això s'ha escollit a tres professionals de la informació, periodistes i a la vegada escriptors, que tenen pràctica demostrable dins l'especialització, autoria en productes sòlids i destacats, primeres incursions en nous suports, o amb una llarga trajectòria i experiència.

El suport més extens, el llibre, el representa Jordi Canal-Soler amb la seva primera obra *Viaje al blanco: último grado al Polo Norte*. A continuació l'altre suport més visual i competent del mercat, la revista, amb el testimoni d'Oriol Pugés que va fundar la ja mencionada *Rutas del Mundo* i compte amb un important fons d'articles i reportatges publicats a revistes del sector, diaris i suplementes. Per últim, el tercer perfil és el periodista i escriptor Agus Morales, redactor i coproductor del reportatge multimèdia #Éxodos per Metge Sense Fronteres (MSF).

Així que per saber de primera mà com és la seva pràctica en funció dels seus suports escollits dins el Periodisme de Viatges, s'ha escollit el mètode de l'entrevista en profunditat per basar els resultats de l'estudi amb les seves respostes personals.

6.1. Jordi Canal-Soler

El periodista, escriptor i fotògraf *freelance* Jordi Canal-Soler és també biòleg i té un Màster en Gestió i Direcció d'Empreses.

La seva experiència és ample en molts aspectes, i això li ha permès escriure articles tant diversos en temàtiques com els dofins de Hawai per la publicació *Zoo Oh!* de Barcelona o els recorreguts en trens per Alaska a *Hobbytren*. Canal-Soler està especialitzat precisament en Alaska i Hawai (tot i que ha escrit sobre viatges a altres països del món), en un intent de fer rendible la producció d'articles amb criteri de tot tipus de temes. Les seves firmes es troben en revistes especialitzades com *NOA*, *Altair* o *Viaja Ahora*.



Figura 2. Autoretrat de Jordi Canal-Soler, cedida per aquest treball.

També s'acompanya d'una bona càmera i, els seus coneixements en fotografia li ha permès vendre les seves imatges a publicacions on també ha col·laborat, com *National Geographic*. És important entendre la seva varietat en disciplines i recerca de múltiples enfocaments perquè *Viaje al blanco: rumbo al último grado del Polo Norte*, el seu primer llibre i objecte d'aquest estudi, conté en l'enfocament periodístic aquesta intencionalitat multidisciplinària entre les seves pàgines. El seu somni des de petit era reviure les aventures de Thomas Cook i Peary, fins que al 2009 va poder fer realitat la expedició 90°N amb el ja mencionat Ramón Larramendi. Era una oportunitat única que per un preu aproximat de 6.000 € quan la base russa de Barneo organitzava equips d'expedicions al Pol Nord. Un esperat viatge de 9 dies que es mereixia donar forma al seu primer llibre, publicat per l'Editorial UOC dins la col·lecció "Cuadernos Livingstone". El periodista actualment està en el complicat procés d'autopromoció de la seva primera obra, però ja té escrit un segon llibre sobre el seu altre destí hivernal, Alaska, amb una previsió de 500 pàgines endinsant-se en l'escenari de la història dels buscadors d'or.

P: De què t'ha servit aquesta trajectòria tant diversa i assumir un perfil de periodista polifacètic?

R: T'has de documentar molt i, per fer-ho, el tema t'ha d'agradar. Quan viatjo i trobo un bon tema que pot transformar-se en un article publicable, ho estudio a fons i ho aprenc. Sempre que aprofundeixes aprens i vas agafat un bagatge cultural que et queda per fer-ne d'altres per als propers viatges.

P: Com ha sigut el procés de producció de *Viaje al blanco*?

R: Respecte les altres coses que he escrit, aquest llibre és una excepció, perquè en gran part prové d'un procés de documentació anterior. Viatjar al Pol Nord era per a mi un somni de la infància. Vaig créixer llegint els llibres de les exploracions polars de Peary, Nansen o Cook. Aquests llibres em van fer tenir ganes de viatjar-hi i conèixer allò per mi mateix. Vaig repassar a la tornada, però la feina ja venia d'abans. Posteriorment, només investigava sobre allò que només vaig entendre un cop ho havia viscut, com ara les qüestions més tècniques sobre pressió



Figura 3. Instantània durant l'expedició, cedida per © Jordi Canal-Soler.

atmosfèrica, condicions del temps o mediambientals. Vaig anar a buscar la idea que volia explicar, no allò general. Ha estat una documentació més de reforç.

P: Fins a quin punt ha condicionat el viatge durant el procés de producció?

R: Com que tinc poca memòria ho havia d'apuntar tot a una llibreta. Per exemple, si volia explicar una sensació o trobava alguna cosa interessant al moment. El problema és que amb -40° graus i quatre capes de guants, t'ho has de treure tot fins a quedar-te només amb uns guants prims. En un viatge al Pol Nord així no pots escriure gaire estona, perquè agafes fred i, de fet, un dia em va quedar la mà insensible, i vaig passar realment por perquè se'm congelés la mà. Escriure en determinades circumstàncies pot portar conseqüències pel text. També havia d'escriure en llapis, perquè el bolígraf a -35° es congela i les *tablets* tampoc funcionen a certa temperatura. Podia haver esperat i escriure només durant les estones al campament o a la tornada, però per la immediatesa dels sentiments necessitava apuntar-ho. També poder fer fotografies m'ajudava a recordar a la tornada, ja que el propi paisatge després et suggereix una idea o un paràgraf. Per mi és important fer fotografies durant els viatges.

P: Al llibre esmentes que tenies la idea prèvia que l'Àrtic podia ser un paisatge monòton alhora de descriure'l, però al final has escrit un llibre de 150 pàgines...

"Fins ara hi havia pocs llibres que exposessin la part crítica de la història de Peary"

R: L'Àrtic no és avorrit ni monòton, té un canvi constant en textura i colors, gràcies a fets tant diversos com la densitat del gel. Això es pot descriure: gel compactat, que s'aixeca, forma crestes, presenta esquerdes... alhora d'escriure-ho, amb les fotografies, es pot narrar una descripció diversa per el lector i fer canviar la idea que tenim tots que el paisatge del Pol Nord és només una taca desèrtica blanca.

P: Perquè vas escollir el diari personal com a format narratiu?

R: Al principi no ho tenia pensat. Sempre porto un diari a sobre, però és molt tècnic i concís. Allà hi escrivia descripcions precises (hora, temps, pressió, etc) però també impressions, que després a casa memorava i ampliava. El format, quan el vaig enfocar, vaig pensar que era adequat per fer-lo partícip, ja que està escrit en present i fa que el lector senti que ell estigui vivint la expedició, com m'han comentat

algunes persones que l'han llegit. Aporta intensitat al que està succeint. El fa més autèntic.

P: Com has buscat informació sobre l'aspecte etnogràfic?

R: Ha estat durant les lectures posteriors. La mirada etnogràfica del llibre està limitada als esquimals de Peary, on allà s'explica la història i *modus vivendi* dels inuit, també altres que tracten la seva experiència, i això reforça la idea antropològica que entre abans i ara és diferent.

És una història tampoc molt coneguda ni les condicions de l'Àrtic. Detall diferències entre pol nord i sud, que la gent només té la concepció "alguna cosa molt freda que està a una punta del món". Pocs llibres exposaven aquesta crítica, per molts historiadors novetat.

P: Quins són els enfocaments del llibre?

En total n'hi ha tres de diferents. Per un cantó la història: al llarg del viatge explico les vivències dels exploradors antics, contrastant les seves aventures amb l'expedició actual (amb modernitat d'equip o previsions de logística). Està escrit en format diari, per reflectir la història del centenari de la primera arribada de l'home al Pol Nord, Robert Peary. Per diferenciar dels llibres sobre el Pol Nord que hi havia fins ara, però, no recaic en la exaltació de l'heroi i el superhome. Jo tracto aspectes més humans que a mi em preocupaven com la superació del fred o la por al perill i la soledat. A més hi ha una part crítica amb la història, ja que Peary no hagués arribat sense l'ajuda de quatre inuits i el seu esclau Helson, qui al retorn a Amèrica se'l va desbancar de la gesta per ser negre.

"Intento insistir amb el tema de l'escalfament global perquè el que fa el periodista és traslladar la realitat"

Un altre seria el relat d'auto-ajuda o de motivació per obtenir reptes. Primerament a nivell personal, amb la preparació física i psicològica que suposa fer-ho. I per altra banda, com en els negocis, a *Viaje al blanco* s'ha d'aconseguir un objectiu semblant als d'una empresa, com seria el treball en equip o superar dificultats que requereix d'estratègies. I cal marcar-se un objectiu tenint en compte uns criteris en base al que es pot anomenar SMART: *Simple, Medible, Alcanzable, Relevante, Tiempo acotado*.

Una altra és defensa mediambiental. Gràcies als estudis científics que s'han fet i el que veiem nosaltres arribes a la conclusió que aquest lloc tant maco saps que

desapareixerà i s'ha d'intentar donar a conèixer per fer alguna cosa per salvar-lo. Intento donar força insistència al tema de l'escalfament global. Al final, el que fa el periodista és traslladar la realitat. El que està passant són coses dolentes, i per tant em vaig veure amb la obligació moral fer-ho.

P: Has escrit diversos articles arrel del mateix viatge. Com has adaptat l'experiència al enfocament d'aquestes peces per a les revistes?

"Tenia tantes idees transmetre que només hi cabien en un llibre. No té tantes doble interpretacions com un article"

Cada revista té el seu format i unes temàtiques primordials. Algunes tenen polítiques específiques com escriure de manera impersonal, o donar una visió genèrica, que qualsevol lector es pugui sentir identificat, sense o amb aventura, incloent sempre aspectes culturals... Altres més concretes, com *A toda aventura* [una revista argentina], volen la visió del viatger amb enfocament personal, saber les penalitats que has patit, amb particular insistència en el material utilitzat, etc. Així que del viatge al Pol Nord he escrit sobretot per a revistes de muntanya i excursionisme.

P: I perquè vas decidir escollir principalment el llibre com a suport per explicar el teu viatge?

R: M'he especialitzat amb Alaska però també amb Hawaii. El que m'atreu és la diversitat, el contrast, i el que et fa gaudir de l'atractiu de cada un. El Pol Nord era el viatge del meu somni, i quan escrius tens ganes d'explicar la raó per la qual t'ha agradat moltíssim i tens ganes que la gent ho descobreixi, tant allò bo com dolent. Com en altres llocs, és el contrast de les idees preconcebudes. A mi m'agrada molt llegir i escriure. Tenia tantes idees per transmetre, que només hi cabien en un llibre. No té tantes doble interpretacions com un article amb fotos on pots matisar com a lector per la pròpia experiència. Amb el llibre pots descriure en un sol sentit, una idea determinada. És més fidel explicar en un suport llibresc que no en l'audiovisual.

P: Com ha estat aquest procés de producció a la tornada de l'expedició de 9 dies de durada?

R: Vaig trigar tres mesos a escriure el llibre. Quan vaig tornar vaig estar uns quants dies sense parar d'escriure perquè estava fresc de la tornada. Però en plena crisi econòmica, només vaig poder publicar alguns articles i les editorials encara no confiaven en publicar-me el llibre. Fins que em van proposar participar en la col·lecció especial de viatgers de la UOC. A més, em van proposar

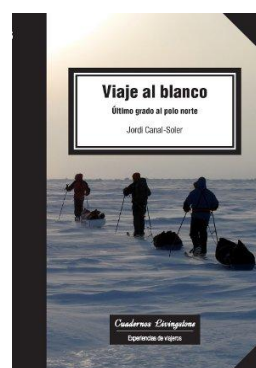


Figura 4. Portada del llibre *Viaje al Blanco*

reduir-ho perquè tenien una limitació d'espais i caràcters. Vaig retallar. Realment amb això te n'adones que tens coses que són palla. Així el llibre va millorar.

P: En aquest procés també hi entra la promoció del llibre...

R: Sí, i ha resultat ser el més difícil. T'has de promocionar tu, com a propi autor. Poden fer-ho les editorials s'hi volen, però si ets novell com jo has de buscar-te la vida. Has de tenir molta tirada de llibres o ser un autor mediàtic perquè els hi interessi. Però com que la meva editorial és la UOC i publica tant, no abasta per ajudar a tots els escriptors, així que les coses les has de fer tu. Per exemple, enviar el llibre a les revistes, demanar participar en programes de ràdio, televisió, proposar xerrades i conferències en centres cívics, de fotografia o d'excursionisme, etc. Jo abans d'escriure el llibre no en tenia ni idea de tot això, tot i que vaig fer un curs al Corte Inglés sobre com neix un llibre per aprendre tots els passos de distribució, edició i la difusió en els mitjans de comunicació. Perquè el llibre es ven d'un en un, i per això necessites publicitat.

6.2. Oriol Pugés



Figura 5. Foto d'Oriol Pugés. Font: revistatravelmanager.es

El següent periodista entrevistat és Oriol Pugés, de 56 anys, i el perfil de persona que estudia Economia per acabar deixant les fórmules i viatjar sense parar. Va créixer dins el món d'una empresa familiar, coneguda per editar capçaleres d'on han sortit molts

periodistes destacats en el panorama actual. Avui, la seva setmana pot estar dividida per diferents escales d'aeroports i explica allò que aprèn a les travessies a molts mitjans diferents. És fundador de la revista *Rutas del Mundo* per encàrrec del conseller delegat d'Edipress. Era l'any 1988 i a finals de l'any següent sortia el primer número. Ja no dirigeixi la revista. La imminent fusió amb l'editorial RBA al 2007 i l'actual propietat de MC Ediciones han afectat molts directors d'aquella generació. Continua col·laborant en portals d'Internet sobre viatges i, des de sempre, firma bona part dels reportatges en revistes especialitzades com *Viajar*, o en suplementos de diaris generalistes com *El Mundo*. Fidel al seu esperit viatger, la seva altra passió és la història i la ciència, i per això també és conegut per escriure articles científics i peces en publicacions com *Historia y Vida* o *Clío*.

P: Com a director i fundador de *Rutas del Mundo*, què buscaves en els periodistes i col·laboradors que participaven a la revista?

R: Els col·laboradors de la revista eren tots periodistes i fotògrafs. Tots professionals. Els unia en comú que la seva gran passió eren, i són, els viatges.

Alguns, la majoria, encara avui col·laboren en altres revistes, o treballen en revistes especialitzades en viatges competidores. Altres, potser pertanyen al món política, la premsa del cor... Una bona barreja. Un l'equip que era molt professional. Crec que, en els anys que vaig ser el director, gairebé 25 anys, vam fer una molt bona feina, molt reconeguda pels lectors, a qui fidelitzàvem de forma especial, molt més que cap altra revista de viatges del nostre país. *Rutas del Mundo* va ser la revista que més credibilitat va donar entre tots els competidors...

P: Per quin tipus de peces periodístiques apostàveu?

La meva passió era oferir articles de tots els continents. A *Rutas del Mundo* érem molt seriosos amb la nostra feina. La manera d'aconseguir la profunditat és amb la seriositat al treball. A cada número hi havia d'haver un article sobre Àfrica, un altre d'Àsia, també d'Europa... I per descomptat, escapades per Espanya.

"Els reportatges en primera persona és perquè volia que fossin vivencials, periodístics..."

P: Us reflectíeu en alguna altra publicació?

R: Sí. Mirava i estudiava las revistes de viatges espanyoles (totes) i també moltes estrangeres. Jo tractava de copiar el que mes m'agradava de cada una. En total, no exagero si et dic que mirava cada mes més de 40 revistes.

P: És habitual veure apartats com "on menjar", "com arribar" al final de tot en la majoria de les teves peces...

R: Sí, és una pràctica molt habitual. Són las dades pràctiques de cada un dels articles. Són indispensables. Tots necessitem saber on podem menjar, dormir, etc.

P: Les fotografies les ha de fer el mateix periodista?

R: Penso que no. Jo no sóc fotògraf, i una de las característiques més importants de *Rutas del mundo* és que les fotos havien de ser molt i molt bones. Jo sóc dels d'anar sempre acompanyat d'un fotògraf en els meus viatges.

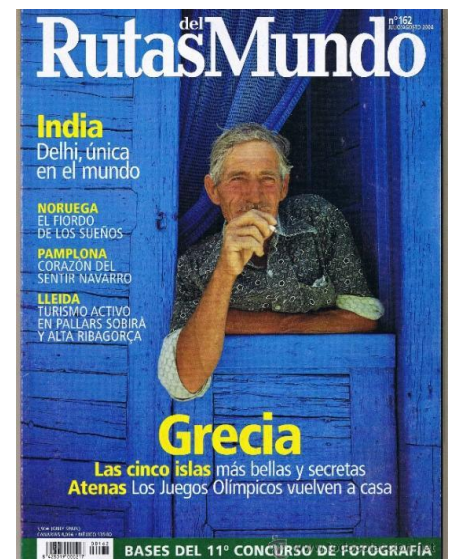


Figura 6. Portada *Rutas del Mundo* nº162, aleshores publicada per Edipress Myhsa. Font: *bibliotecavirtual.diba.cat*

P: S'ha d'escriure en primera persona al reportatge de viatges?

R: No és habitual, ho sé. Durant la meua etapa com a director, el fet que estiguessin escrits en primera persona és perquè volia que els nostres reportatges fossin vivencials, periodístics... Si no, més val agafar la Viquipèdia!

P: Quantes peces poden sortir per cada desplaçament?

R: No ho sé, exactament. Quan marxo de viatge a vegades surt tan sols una peça, a vegades dos, tres...

"A Rutas del Mundo tots eren professionals que els unia en comú la passió per viatjar"

P: Has escrit per revistes propietat de marques més destinades a la promoció. Què hi tens en compte a la hora d'escriure articles per aquest tipus de revistes?

R: Quan faig un article de viatges intento explicar la meua experiència. És evident que faig promoció del destí, però el mateix passa quan es fan practiquen esports o es parla de gastronomia... La promoció va molt lligada a la nostra professió. El que sí puc confirmar és que si un destí no m'ha agradat, o no hi he estat ben tractat, no n'he publicat res al respecte.

6.3. Agus Morales



Figura 7. Imatge cedida per Agus Morales. Font: www.agusmorales.com

És jove periodista que no té problemes de definició. Agus Morales és escriptor Llicenciat en Llengua i Literatura, i periodista que ha treballat com a corresponsal a Pakistan i a la Índia per l'Agència EFE durant cinc anys. Davant una crisi professional, va decidir que la seva carrera havia de donar un gir. L'any 2011 es va realitzar i va ser seleccionat com a comunicador de la Unitat d'Emergències de Metges Sense Fronteres (MSF). Ha conegut de primera mà les problemàtiques del continent africà al Congo, Sudan, o Sierra Leone. Ha assistit als equips mòbils d'emergència durant el recent brot d'ebòla i les gestions en altres situacions de conflicte armat que el van portar a voler abordar les problemàtiques d'una altra manera. Així és com neix fa gairebé un any #Éxodos, un reportatge multimèdia interactiu finançat per la ONG . L'han coproduït ell com a redactor, en gràfics i programació web Quim Zudaire, i les imatges d'Anna Surinyach, amb els quals

estan engegant la campanya de recaptació per 5W, una nova revista de cròniques internacionals. Ha estat ponent a "Viatge y cooperació", a la 3a Jornada de Comunicació, Viatges i Aventura organitzada al novembre de 2014 pel Gabinet de Comunicació i Educació de la UAB, on va presentar #Éxodos als estudiants.

P: #Éxodos és un reportatge multimèdia que tracta la problemàtica dels desplaçaments en tres països diferents des de tres vessants: el refugiat, el desplaçat i el migrat. Com va sorgir la idea d'explicar aquesta situació d'emergència en tres països tant diferents?

R: Dintre de les diferents situacions d'emergència que treballem a MSF, hi ha una part que és el conflicte. Aquests tres moviments de població en tres països tant separats són provocats pel mateix: per la violència, per l'home. Són conflictes armats que no es tracten des d'aquesta perspectiva als mitjans tradicionals. A més, en el Periodisme es secciona el tema, sobretot geogràficament. Per la nostra pròpia dinàmica de la feina, que ens obliga a desplaçar-nos al lloc, ens va portar a intentar trobar un fil conductor amb el qual poguéssim abordar aquest tema.

P: Heu tingut llibertat des de MSF?

R: Sí, sobretot en matèria de recursos. Hem fet 5 viatges i un 6è que forma part de la reflexió. Són molt viatges per fer un treball així, avui dia un *freelance* o un mitjà no té recursos per apostar per això.

P: Consideres que #Éxodos és Periodisme de Viatges?

R: No és Periodisme de Viatges. Jo el reconec i l'entenc com que està vinculat a l'experiència i l'aventura. Però el meu viatge amb MSF té una finalitat que no és personal. Els protagonistes són els pacients, les víctimes del conflicte. La meua experiència personal no es manifesta externament. Perquè l'objectiu no és explicar el viatge que vam fer, sinó al contrari, no inhibir les persones.

"Les situacions d'emergència i dinàmica dels desplaçaments de la nostra feina ens va portar a pensar com abordar aquest tema"



Figura 8. Pàgina principal del reportatge #Exodos. Font: www.exodus.msf.org

P: Perquè veu escollir explicar aquestes tres situacions amb el format d'un reportatge multimèdia i interactiu?

R: És al model on estem anant. Els professionals de cada mitjà saben treure partit al màxim de cada un i nosaltres teníem la oportunitat de fer-ho al web.

P: Què ha condicionat que el reportatge l'hàgiu fet entre els tres?

R: Cada un tenia un paper dins la producció. Això fa que hagi de saber les necessitats de cadascú o fins on pot arribar l'altre perquè funcioni conjuntament. Una idea del text del periodista potser no funciona amb l'estructura de la programació web o les possibilitats d'imatges que es tenen. Val la pena treballar en equip per saber on té sentit centrar els esforços.

"La idea del text del periodista potser no funciona amb la del programador web o no es tenen imatges"

P: Quins aspectes específics que producció veu haver de tenir en compte?

R: Vam haver de fer un guió, i amb una productora externa (Claraboia) van fer el muntatge. A més ens van fer un *teaser* amb les il·lustracions que, en el fons, no deixa de ser una eina més de promoció.

P: Penses que tenies els coneixements específics per produir un reportatge d'aquestes característiques?

R: No, m'ha ajudat molt treballar amb les persones. A mi a les facultats no m'ho ensenyaven això: visió empresarial, multimèdia, nous formats, adaptabilitat, *full screen*, Periodisme de Dades, disseny... Als mitjans tampoc, has d'estar tu mateix ficat al dia d'això, i aquestes peces tant complexes encara no tenen un *feedback* definit. No tenen visites, encara és un moment verd. Tot i així, penso que al final acabarem amb aquest

model. Però no en tots els tipus d'articles, només alguns que puguin afinar amb un reportatge així. Al cap i a la fi, l'objectiu és fer passar un contingut específic (i complex com són els èxodes) i amb això intentes construir.

P: Creus que s'ha arribat a aquest equilibri en el cas del vostre reportatge?

R: Jo crec que sí, però haig d'admetre que són temes molt difícils de fer passar. Estàs fent comparatives de dades molt dures. Informacions que a més no es poden trobar a gairebé enlloc... De Sudan del Sud gairebé no hi ha dades. O per exemple el que passa a Mèxic. Això és bastant difícil d'explicar, i aquest era l'objectiu... que aquest contingut complex tingués una forma fàcil de fer entendre a la gent.

P: Com obtenies la informació?

R: Jo estic en contacte amb els equips d'allà, segueixo les notícies, estic en contacte amb els responsables de les cèl·lules de cada país, tinc amics periodistes ficats en el context, consumeixo els mitjans locals... Al final, es tracta de documentar-se bé i anar-hi. Sobretot anar-hi. Nosaltres vam estar dos vegades a Sudan, vam fer un viatge a Mèxic i a Síria només dos cops. Perquè al tercer intent no vam aconseguir entrar i vam anar per Turquia i Grècia, on vam conèixer l'Ahmed.

P: I com contactaves amb les fonts personals?

R: Als hospitals, en una zona de guerra, cada persona és una història. El difícil no és trobar la història, sinó que la persona la comparteixi. Tu has de tenir tacte per saber si incloure-la o no. El difícil és seguir-les. Perquè no es parla amb la persona mitja hora i prou. Els has de seguir perquè t'agafin la confiança d'explicar aquestes històries, amb olfacte i tacte, perquè t'ho expliqui i tu determinis si és segur o no per ell mateix que t'ho expliqui. Hi ha cert risc que no els tornis a veure mai més, però en general trobar els testimonis no és difícil.

"Has de tenir suficient coneixement per fer una peça amb profunditat. Per exemple amb la llengua"

P: Condiciona en la producció la situació de risc de les persones?

R: Sí. Jo sempre penso: fent aquesta entrevista estic perjudicant aquesta persona? No és el mateix entrevistar a Rajoy que a un refugiat sirianès. Això no li dóna una personalitat més positiva, però no és la mateixa situació. Condiciona i moltíssim. Parles amb una persona amb una història boníssima, la vols explicar, però no la pots fer perquè està amenaçada. Això m'ha passat molt sovint. Fins i tot si ell diu que sí,

que serà sempre ella al final qui més bé ho pugui pels rebels o el règim ho podrà valorar. No podem ser paternalistes, però no pot sentir-se coaccionada. Probablement el 60% de les històries no les pots fer. I en temes logístics i de producció... potser un dia parles amb ella i l'endemà no la tornes a veure. Hi ha molts condicionants.

P: Quins trets ha de tenir el periodista per poder fer aquest tipus de seguiment?

R: El tema dels valors morals, crec que has de tenir sensibilitat, voluntat de coneixement, ètica periodística. Les fonts són importants, l'origen de les informacions. I centrar-te en les persones, mostrar empatia. Si és una temàtica social, penso que és ideal que això ho pugui fer un corresponsal, perquè coneix la zona. Un enviat especial, per exemple, només hi podrà treure suc si té un lligam anterior. L'ideal és haver-hi viscut. Però no hi ha una fórmula matemàtica... són recursos, anar-hi i fer la feina ben feta. Per exemple també penso que el idioma és important. Jo parlo urdú. Això fa que en mi ja no veuen un periodista sinó alguna cosa més propera a ells. En canvi al Congo, per exemple, no considero que tingui el coneixement suficient per fer una peça molt controlada on jo pugui sentir-me còmode. Puc informar, de fet jo ho faig a MSF, però no puc fer una peça amb profunditat com #*Éxodos*. No parlo suahili ni cap dialecte. Tampoc podem ser maximalistes però s'ha de fer el que es pugui per treballar correcte. I el tema de la llengua és clau.

P: Quines dificultats us heu trobat a la hora de fer #*Éxodos*?

R: Que tot quadri. Fas un esquema mental, però aplicar-ho en situacions difícils provoquen molts canvis. Transformar tot l'arbre en realitat és un procés molt feixuc i complicat. Hi ha canvis de plans. Una mescla de planificació i improvisació, que és el correcte per mi. Però hi ha idees inicials que poden caure fora. Per nosaltres, Síria gairebé es queda fora per no poder fer el viatge i per falta de material. Vam haver de canviar de plans també Iemen per Mèxic. Perquè tries una cosa o una altra? Primerament, on és possible el que vols fer i, segon, què et quadra amb l'esquema inicial. Tot i que ja sabíem que hi havia un factor de risc important en el nostre projecte.

7. Resultats

Finalitzada la recollida d'informació i les entrevistes, es pot fer una valoració sobre quines qüestions estan d'acord amb la teoria exposada, quines es contradiuen, si hi ha alguna idea clau compartida entre els entrevistats, o si els suports que s'estudien són prou representatius per fer l'aproximació al periodista de viatges.

Com que en els tres casos les entrevistes no han sigut estructurades i enfocades a cada un dels suports, no hi pot haver un encreuament de respostes per a totes les qüestions. Si més no, una valoració general d'acord amb els testimonis dels tres professionals sí es possible. Amb les idees que més s'han reiterat es pot entreveure quines idees destaquen i coincideixen amb més força o si es desvien de la concepció que s'ha generat amb aquest treball.

La concepció de la figura del periodista de viatges, entre els entrevistats, és difosa. Molt clara en al cas del llibre pel que fa al retrat de l'experiència i l'amplitud de temes que es poden tocar. També en la revista especialitzada perquè toca tot tipus de temàtiques en diferents destinacions però cada una ho farà des d'una visió més o menys personal. Aquest exercici, però, ja et convertiria en periodista de viatges o, si més no, en un professional de la informació exercint la especialització. Perquè potser es treballa per altres mitjans, suports i es fan altres tipus de Periodisme. Els temes és el que més dificultats posa a la hora d'etiquetar el periodista de viatges perquè si són temes socials i la intencionalitat és de denúncia, es perd la part d'experiència personal però no l'aprofundiment. Però també hi ha peces periodístiques de viatges que denuncien amb l'autor més o menys omès. Els tres suports ofereixen al periodista de viatges expressar de la manera que s'esculli què ha vist en un viatge.

S'ha preguntat també per la producció del producte en el suport que representava cada periodista. En general, s'emmarca dins dels elements que s'han de tenir en compte en la producció periodística estàndard. Això és, documentar-se prèviament, identificar fonts en el lloc dels fets (en aquest cas el país visitat durant el viatge) i, posteriorment, reforçar les idees més complexes. Durant el viatge sí es van prenent notes i imatges o recursos gràfics per una posterior redacció més pausada i reflexiva. El procés productiu pot durar un o més viatges, abans i després d'aquest o aquests. A més, el total de productes per cada desplaçament pot ser entre un o tres aproximadament.

En el cas d'Internet, diferents eixos temàtics que poden ser consumits de manera independent formen un reportatge en total (per tant es considera un sol reportatge) i això sovint necessita la mirada de diferents especialistes (ja sigui per

infografies, mapes o il·lustracions, fotografia o programació web). Pel que fa al suport llibresc, aquest pot anar modificant-se per qüestions editorials. I en quant a la revista especialitzada, aquesta pot adequar una mateixa "peça verge" en altres segons quin enfocament s'esculli, quina temàtica hi predomini o quina finalitat pretengui.

En general el que es busca és l'aprofundiment, que necessitarà estar més o menys temps en el destí i, potser, altres coneixements com la llengua local per facilitar la recollida d'informació. A més, l'enfocament de la peça de els tres suports pot anar marcada per una constant en la història del Periodisme de Viatges, que és la narració des del "jo". Així doncs, la graduació dels dos també anirà entrelligat per la influència del suport, que determinarà si la mirada serà omniscient i permetrà més o menys extensió. S'ha fet un recull de les idees generals d'aquestes tres idees que són determinants pel periodista de viatges:

- **Aprofundiment.** La ampla possibilitat de temes i la tendència al reporterisme gràcies als suports que es subjecten al Periodisme de Viatges possibiliten les pràctiques precises per a aquest tractament informatiu. El reportatge és el gènere estrella i aprofundir és possible quan el viatge és cada vegada és de més durada i l'experiència personal vinculada al lloc. Això provoca que moltes línies editorials de mitjans vinculats al Periodisme de viatges busquin l'experiència com a veu de les seves publicacions.

- **Experiència personal.** És el que més pes té en l'especialització, pel seu llegat amb els antecedents històrics i per la possibilitat literària que tenen els reportatges, en revista si concorda amb la línia editorial i sobretot amb el llibre per qüestions d'extensió. La informació i divulgació, però, es pot fer sense l'experiència personal implícita i tocant una gran varietat de temes. Però en el cas del tractament de fons personals i responsabilitat professional del mitjà o institució, aquesta es veu inhibida i es desvincula de l'etiqueta de viatges.

- **Influència del suport.** La línia editorial marca la tipologia de reportatges i altres peces periodístiques que tindrà el mitjà. En aquest treball, però El suport ofereix la possibilitat de practicar el reporterisme, que fa del reportatge el gènere estrella del Periodisme de Viatges. Així es pot aprofundir en un tema i escollir-ne entre molts. Un professional o un altre podrà tenir una peça publicada en funció de l'experiència o la filosofia viatgera del mitjà. A més, les noves tecnologies han fet d'Internet una nova via per fer reportatges. I pel que fa al llibre, la seva extensió permet una clara immersió en el tema escollit, sobretot des de la visió personal que el llegat històric dels viatgers han deixat.

Aquest desglossament d'idees al voltant del periodista de viatges pot mostrar-se gràficament com una espècia de mapa conceptual amb fronteres. Amb la figura del triangle, es pot aprofitar per fer uns supòsits que podrien servir per marcar una espècie de frontera. És a dir, si una peça periodística del Periodisme de Viatges supera l'aprofundiment pròpia d'un reportatge, aquest es converteix en assaig o, fins i tot, una observació acadèmica o disciplinària. En el cas de l'experiència personal, una pèrdua del rigor periodístic i un abús dels recursos literaris podrien arribar al llindar de les autobiografies o una pròpia novel·la. I en quant a la influència de la entitat per la qual es treballa, pot transformar una peça en informació corporativa o promocional. És important trobar l'equilibri per no desviar la posició de professional exercint Periodisme de Viatges si hi ha voluntat de considerar-se com a tal.



Figura 9. Triangle conceptual de la figura del periodista de viatges. Elaboració pròpia

És evident que en tota investigació quedaran fronts oberts i aquest treball en presenta uns quants. Un element que no s'ha incidit gaire en les entrevistes però que també ha demostrat ser un fet de pes és la línia editorial. Això té a veure amb la ideologia i les finalitats que té el mitjà de comunicació o institució propietària del producte, que influencia clarament en la manera de treballar del periodista i pot modificar les idees preconcebudes d'un producte. Fins i tot això pot motivar al professional a exercir un altre tipus de Periodisme en altres suports. El que s'ha arribat a entreveure en aquest treball és només una mirada superficial i és clarament un element a tenir en compte.

Un factor que també és important, sobretot de cara a Internet i la viabilitat dels mitjans, és l'audiència. Mesurar les visites amb tècniques d'investigació digitals o fer

un estudi amb més deteniment a les tècniques comercials pot donar resposta a nous horitzons de cara a les pràctiques més fomentades entre els periodistes de viatges.

I per acabar, la via d'investigació per al futur més evident és aquella que el mateix Mariano Belenguer ja va utilitzar: fer un anàlisi quantitatiu de temes i gèneres utilitzats en suports com el llibre, Internet o, fins i tot, productes audiovisuals. Intentant seguir trobant sinergies, i arribant cada vegada més a perfilar aquest tipus d'especialització.

Com a última part dels resultats, corresponen les respostes als quatre objectius:

1. S'ha vist que el Periodisme de Viatges neix des de la primera publicació en un mitjà de comunicació d'una crònica sobre un destí descobert (Cròniques de les Índies) i que les formes actuals prenen forma a partir dels viatges durant la Il·lustració, que pretenien per un cantó difondre les més variables ciències i aportar lliçons de vida a les persones per a la seva formació. Una finalitat divulgativa, doncs, que el caracteritza.

2. Hi ha molts noms i casos en el panorama espanyol que fan de l'especialització una branca molt viva del Periodisme. Vinculats tant en els suports estudiats com en d'altres, molts han defensat amb passió el Periodisme de Viatges, han deixat un llegat professional important, i han demostrat que es pot viure d'això o combinar-ho amb altres activitats, tant des de la corresponsalia com la informació generalista en múltiples suports.

3. Hi ha diferents suports que fomenten el Periodisme de Viatges en les seves múltiples formes i així ho mostra el seguit de noms i cognoms de professionals de mitjans de comunicació molt diferents amb els quals es pot relacionar. En aquest treball, s'ha escollit el llibre per la seva rellevància i per adoptar una tendència molt pròpia d'aquesta especialització: l'experiència personal. També la relació amb l'aprofundiment hi té a veure, ja que la seva extensió pretén tocar tots aquells temes que la especialització ofereix. Això ja s'entreveia durant les obres que escrivien viatgers dels temps passats, explicant les cultures d'altres països o difonent descobriments i ciències. La revista especialitzada, que a Espanya té un llarg llistat de publicacions que des dels setanta i vuitanta han consolidat aquest tipus de Periodisme de Viatges, més funcional i de servei, però no menys profund o professional. En quant a Internet, aquest suport encara juga en desavantatge pel que fa a l'exercici concret dins l'especialització, però ha demostrat ser una excel·lent opció per narrar i escriure reportatges d'una manera

nova, d'acord amb els temps canviants i que, de ben segur, donaran una cara nova al Periodisme de Viatges i a la resta d'especialitzacions. La temàtica més aventurera i exòtica, juntament amb l'experiència personal, són encara característiques del periodista de viatges que no s'han entrevist amb força, si bé els mitjans de comunicació més destacats del món global estant començant a entreveure l'èxit comunicatiu que el suport ofereix.

4. El periodista de viatges pot tenir esperit de corresponsal, pot treballar per un mitjà generalista o descobrir per primer cop una destinació. És el suport, vinculat amb unes pràctiques i uns gèneres més o menys consolidats, el que determinarà que el professional ha exercit o no l'especialització. L'experiència és una de les habilitats més valorades per facilitar l'aprofundiment als temes i l'execució de bones pràctiques periodístiques. Amb l'experiència, doncs, hi va lligada en bona part l'estada al lloc, ja que quant més temps es roman o s'investiga *in situ* el tema que l'envolta, més bon tractament informatiu se li donarà. Això es podrà veure reflectit en el suport escollit, que requerirà més o menys extensió, una filosofia del viatge en concret, i unes pràctiques periodístiques determinades.

8. Conclusions

El Periodisme en estat pur és encara avui impossible de classificar, perquè ni a nivell acadèmic ni a nivell de pràctiques del dia a dia dels professionals que l'exerceixen no hi ha homogeneïtat. Determinar què és el Periodisme de Viatges com a especialització i fer una aproximació de la figura del periodista de viatges es presenta, doncs, com obrir una porta plena de matisos. Però justament aquesta naturalesa fa que el periodista de viatges sigui un professional amb una infinitat riquesa de possibilitats conceptuals. Talment com un viatge en sí mateix per aprendre i difondre molts amplis aspectes de la vida. Igual que els qui s'embarcaven a trepitjar noves terres desconegudes i ho escrivien en els primers mitjans de comunicació, o els qui es formaven intel·lectualment a través del viatge per tot el món durant l'era de les ciències en la Il·lustració.

Amb la recerca d'aquest treball, s'ha pogut entreveure la dificultat per emmarcar una especialització com el Periodisme de Viatges. Una especialització d'aquestes característiques no es pot establir únicament amb la via dels gèneres. El Periodisme de Viatges ha demostrat oferir uns suports que li han permès, com en la premsa, exercir la interpretació amb gèneres com el reportatge i la crònica; la informació en forma de notícies i peces funcionals; la prescripció amb gèneres d'opinió, o una mescla de tots en un sol suport com seria el llibre. Hi tenen cabuda tots

els macro-gèneres, en funció d'uns suports que es regeixen tant pel mercat com per la visió personal. Algunes revistes han demostrat deixar-se emportar per la demanda comercial i la temporalitat, i altres han mantingut la seva filosofia il·lustradora i parsimoniosa representada per una marca pròpia que encara avui evoluciona a noves fórmules. És l'adaptació, en part, als nou panorama comunicatiu. Totes amb la seva pròpia línia editorial però amb una tendència en gèneres i seccions. Precisament aquests gèneres, d'una ampla possibilitat de joc, fan que el periodista de viatges pugui tocar una possibilitat de terrenys com l'aventura, l'esport i el medi ambient; com l'art i cultura urbana, els conflictes socials o les tradicions més exòtiques.

De la mateixa manera que la temàtica tractada, els reportatges del Periodisme de Viatges poden narrar una història amb intencionalitats i enfocaments molt diversos. Des de la opinió vista des de l'experiència més personal del periodista, fins a la omissió completa del professional que es limita a observar empíricament què succeeix en un racó del planeta. Tot plegat permet informar, interpretar, divulgar i entretenir sobre el món. Aquestes pràctiques estan clarament condicionades pel suport o fins i tot la línia editorial del mitjà o la institució, que reclamarà amb més o menys llibertat un enfocament d'intencionalitat. També el llegat històric dels textos de viatges que eren testimonis d'expedicions científiques de diverses disciplines tindrà a veure amb aquesta aportació que ofereix aquesta especialització. Camps que d'altra banda, i si no fos pel Periodisme de Viatges, potser no es tractarien en ambiciosos dosis per altres suports.

Aquesta riquesa en segments de reportatges impresos també s'ha vist plasmada en altres suports més nous, com el digital, que s'ha volgut encabir en aquest treball. #Éxodos és un reportatge multimèdia, un tipus de missatge dins el gran canal que està trastocant la manera de fer les coses, Internet. Aquest gènere híbrid acull el que s'entén per reportatge i ofereix noves possibilitats de llenguatges amb la riquesa d'un conjunt d'elements. La narració d'Agus Morales denuncia la realitat social de tres països molt diferents entre sí. Tres punts geogràfics que només són tractats per entitats no governamentals, amb problemàtiques molt complexes sense *background* per la societat global, i que requereix d'un ampli coneixement per explicar-se d'una manera que, perquè arribi més enllà de les fronteres mediàtiques, només podia ser en forma de reportatge. Aquí no s'ha trobat experiència personal, però sí un seguit de viatges puntuals que han necessitat documentació i immersió lingüística.

L'altre cas que s'ha exposat és *Viaje al Blanco*, el llibre de Jordi Canal-Soler. Aquest periodista i fotògraf va realitzar, durant el centenari de la primera arribada de

l'ésser humà al Pol Nord, una expedició de 9 dies. Si bé és cert que la documentació prèvia ja hi era des de ben petit, el destí no oferia molta informació al respecte i el que representa un gran reportatge s'ha basat en l'experiència personal i contrastada. Amb una riquesa en àmbits d'enfocaments que només un llibre possibilita a la hora d'explicar un viatge.

El seu testimoni va lligat a l'exemple d'Oriol Pugés qui, sent director d'una revista especialitzada de viatges espanyola de renom i col·laborador habitual en altres mitjans, reforça la idea que la premsa facilita la múltiple producció de peces per viatge. On l'enfocament pot ser molt ric i divers, també concentrant la primera persona en àmbits temàtics on l'aventura o el factor esportiu hi té predomini. Hi ha moltes revistes que fomenten la seva pròpia visió de les mil opcions que ofereix el Periodisme de Viatges. En quant als desplaçaments, aquests poden estar motivats per altres raons professionals, siguin corresponsalies o viatges puntuals. Les fotografies són un element important, la bona imatge i el pes gràfic que de per sí defineix aquest suport.

Observant la condició de cada suport, doncs, es pot veure que influencia en la pràctica del periodista, l'aprofundiment en el tema, la visibilitat de l'experiència personal, i en la mateixa concepció del Periodisme de Viatges. Així doncs, el periodista de viatges no és una figura que alci la mà i afirmi ser-ho. No és una firma ni un habitual. És una experiència en el desplaçament, que tractarà amb unes pràctiques periodístiques concretes condicionades pel suport escollit: un tema en un destí, que tastarà més personalment o no, que denunciarà o recomanarà; i que escriurà amb un toc literari en mil pàgines d'un llibre, els caràcters limitats d'una revista farcida de fotos, o sota la custòdia d'una institució que busca noves maneres de fer arribar el seu missatge. Podrà ser un corresponsal, un enviat especial o un viatger que visita Cuba per primer cop. Sigui quina sigui la intencionalitat (en menor o major grau d'informar o interpretar) que el professional busqui, el tema que tracti, o el suport escollit amb les pràctiques que corresponen, el periodista de viatges pot ser també altre un tipus de periodista. Tindrà una essència rica com la mateixa especialització, que li permetrà oferir una experiència comunicativa sobre un lloc del món sempre diferent però sempre professional.

9. Bibliografia

Belenguer, M. (2002). *Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística* (1ªed). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Bergamini, O. (2013). *La democrazia della stampa: storia del giornalismo* (2ª ed ajornada). Bari-Roma: Laterna.

Canal-Soler, J. (2014). *Viaje al blanco. Último grado al polo norte*. Cuadernos Livingstone: experiencias de viajeros (1ª ed). Barcelona: Editorial UOC.

Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas. Kit de supervivencia en la era digital* (1ªed). Barcelona: Editorial UOC.

Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo: cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Periodismo Activo 1 (1ª ed). Barcelona: Publicacions i Edicions Universitat Barcelona.

Manfredi Mayoral, J. L. (2000). *Manual de producción periodística*. Colección Universitaria: Ciencias de la Información. Sevilla: Ediciones MAD.

Newhall, B. (1982). *Historia de la fotografía*. Barcelona (3ªed). Barcelona: Edicions Gustavo Gili.

Rajoy Feijoo, D. M. (2013). "El círculo polar y la renovación de la imagen del mundo de Verne". Dins M. P. Tresaco, J. Vicente Pérez, M. L. Cadena Monllor. (Coords.), *De Julio Verne a la actualidad: la palabra y la tierra* (p. 197-214). Saragossa: Prensas Universidad de Zaragoza.

Reverte, J. (1997). "El viaje como creación". Dins *Revista Occidente*, 193 (p. 37-46).

Reverte, J. (2008). *La aventura de viajar. Historias de viajes extraordinarios* (1ª ed). Barcelona: Debolsillo.

Rivas Nieto, E. P. (2006). *Historia y naturaleza del Periodismo de viajes: desde el antiguo egipto hasta la actualidad* (1ª ed). Madrid: Miraguano Ediciones.

Soler, P. (2011). La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. Dins de L. Vilches (coord.), *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la era digital*. (p. 189-233). Barcelona: Editorial Gedisa.

Tonello, F. (2013). *Il giornalismo americano*. (3ª ed) Roma: Carocci editore.

10. Webgrafia

Altair Magazine. (2015). Consultat 15 abril 2015, des de: <http://www.altairmagazine.com/>

Corominas, M. (2006). Capítol 20. Producció periodística: tendències contemporànies. *Informe de la Comunicació de Catalunya 2005-2006, Part II*, 299-303. Consultat 13 abril 2015, des de: http://www.portalcomunicacion.com/informe_07/pdf/cat/informe0506_cap20_cat.pdf

Diari Ara. (2014, setembre 28). Consultat 10 març 2015, des de: <http://interactius.ara.cat/cambodja/>

Díaz Noci, J. (2004). *Los géneros periodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. Consultat 13 març 2015, des de: <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>

Domínguez, E. (2013, febrer 27). El "efecto scroll" en la información. *La Vanguardia*. Consultat 10 març 2015, des de: <http://blogs.lavanguardia.com/elcuartobit/el-efecto-scroll-en-la-informacion-27126>

El País Colombia. (2014). *Calí, la ciudad que no duerme: historias de una noche caleña*. Consultat 24 febrer 2015, des de: <http://www.elpais.com.co/reportaje360/web/edicion-cali-nocturna.html>

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la web: Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Consultat 15 març 2015, des de: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. Consultat 2 maig 2015, des de: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

Morales, A. et alt. (2014). *#Éxodos*. Consultat 11 febrer 2015, des de: exodus.msf.org/es/

Rubio, A. (2014). Periodismo Turístico y formación especializada de tercer ciclo. Dins F. Esteve Ramírez, i J. C. Nieto Hernández (ed), *Nuevos Retos del Periodismo Especializado: Vol 1 Colección Universidad*, Madrid, Schedas, 69-86. Consultat 10 maig 2015, des de: books.google.es/books?id=roeaAwAAQBAJ&pg=PT48&dq=especializaci%C3%B3n+periodismo+de+viajes&hl=ca&sa=X&ei=H69MVbrAFYroUtSSgJgJ&ved=0CDYQ6AEwAg#v=twopage&q=especializaci%C3%B3n%20periodismo%20de%20viajes&f=true

Rubio, J. (2009). Algunas cosas que nos enseñan los viajes. Dins J. Rubio, F. Javier Gómez i M. Vallejo (eds.), *Viajes y visiones del mundo*, Málaga, Mediterránea, 259-320. Consultat 10 maig 2015, des de: <http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/6870/Algunas%20cosas.pdf;jsessionid=AE874127A44FE41332843ABAE39CCD07?sequence=1>

Salaverría, R. et al (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. Dins *El Profesional de la Información*, 19 (6), 568-576. Consultat 16 maig 2015, des de: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/13561>

Salaverría, R. (2010). ¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales. Dins Campos Freire, F. (coord.) *El cambio mediático*. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 236-249. Consultat 16 maig, des de: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/7259>

Salaverría, R. (2012). Medios y periodistas, ¿un futuro compartido?. Dins *El futuro del periodismo*, Cuadernos Evoca, 7, 11-14. Consultat 16 maig 2015, des de: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/22428>

Salaverría, R. (2014). *Periodismo en 2014: balance y tendencias*. Dins *Cuaderno de Periodistas*, 29, 10-22. <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2015/01/09-22-SALAVERRIA.pdf>

Stevens, J. (2014). Tutorial: Multimedia Storytelling: Learn the secrets from experts. Consultat 4 març 2015, des de: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/>

Telegraph Media Group. (2014). *Coffe vs Gangs*. Consultat 3 abril 2015, des de: <http://coffeevsgangs.telegraph.co.uk/>

The Washington Post. (2013, febrer 27). *Cycling's road forward: can Joe Edombrowsky ride out of lance Armstrong's shadow?* Consultat 3 abril 2015, des de: <http://www.washingtonpost.com/sf/wp-sports/2013/02/27/cyclings-road-forward/>

Tremblay, G. (2005). El informe McBride, siempre de actualidad. *Tema monográfico: El Informe MacBride, 25 años después. Contexto y contenido de un debate inacabado*, Quaderns CAC, 21, 21-22. Consultat 15 març 2015, des de: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q21_ES.pdf

10. Annexos

Ressenya del llibre *Viaje al Blanco: último grado al Polo Norte* de Jordi Canal-Soler, dins el marc de l'assignatura optativa "Periodisme de Viatges i Mediambient" de 4rt del Grau de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona. La tasca consistia en redactar la ressenya, amb unes pautes formals establertes, fent una síntesi de l'obra i proposant un altre títol. A més, es demanava sintetitzar en tres punts quines han estat les premisses més importants que s'havien après amb la lectura del llibre de Periodisme de Viatges i destacar tècniques periodístiques identificables i estudiades al llarg de l'assignatura.

S'ha considerat oportú, doncs, exposar la ressenya en aquest treball com a exercici complementari de la lectura i anàlisi com a suport llibresc escollit.

Títol: "Viaje al Blanco; Último grado al polo norte"

Autor/Director: Jordi Canal-Soler

Altres dades d'interès: Cuadernos Livingston (Experiencias de viajeros); Editorial UOC. Barcelona, juliol 2014. [ISBN 978-849-064-230-6]. 148 Pàgines.

Títol Alternatiu: "**Mi yo, noventa grados al norte**"

Reflexió: Partint de la idea clàssica de periodisme de viatges, d'estil llibresc, d'un gran reportatge, i oportunitat per aprofundir en una temàtica o zona geogràfica, la proposta de Canal-Soler no només es desmarca per una destinació molt diferent (ni més ni menys que la coordenada de 90°N a l'Àrtic), sinó per apostar per una lectura fàcil, austera i molt personal. La necessitat d'atendre a qüestions tècniques, termes científics i informacions vitals per la situació del medi, requereixen una doble aproximació (es parla de les qualitats del fred i la naturalesa del gel, de les condicions fisiològiques del contacte amb les baixes temperatures, etc). Qüestió que l'autor, al meu parer, resol molt bé gràcies a les comparacions, a les sensacions humanes, etc. Aquest recurs per exposar termes científics i explicar àmbits més tècnics, a més de l'acompanyada presència durant el viatge de diferents referències històries, aporten el valor periodístic al text. Que reitero, es val molt de l'aspecte narratiu en primera persona, acceptat dins l'especialització. Justament això és el que vull reflectir en la meua proposta de títol, potser és agosarat apostar per una visió individualista, però crec que retrata molt bé l'experiència viatgera, imprescindible per relacionar el coneixement i l'aventura personal, per transmetre la lliçó prima: cal afrontar les pròpies

pors, per reconèixer-se a un mateix. Es tracta d'un diari de viatge. Així és com el viatger, aquí, està per sobre del professional. Per fer-ho, Jordi Canal-Soler viatja a un "desert blanc" íntim, però per altres seria allò que et suposés un repte, un desig per complir, una aventura improvisada. La lectura es fa molt amena, perquè el discurs és directe, i es nota que no hi ha hagut una profunda reflexió posterior, que s'ha volgut arrelar al moment, a les sensacions i emocions d'estar vivint durant 10 dies a -40°. No hi ha shock cultural durant el procés productiu de la obra, sinó que es sap reflectir el "viure el moment" ad hoc. Tot va acompanyat d'unes coordenades, que encara fiquen més al lector en el paper d'explorador, reencarnant al llarg de les experiències dels expedicionaris la història de la recerca del Pol Nord, els seus protagonistes, i les fites i repercussions per a la ciència i la humanitat. L'autor té un punt a favor, poques persones han fet un viatge de les seves característiques, han vist el que els seus ulls han vist: no han sentit el seu alè congelar les seves barbes, no han buscat foragitar pensaments entre paisatges blancs i canviants, no han patit per la seva vida al creuar un gel verge ni han vist un ésser viu en dies observar-los atentament. Per bé que hi ha una intencionalitat racional, no deixa de poder entreveure's un aire romàntic en l'escriptor-explorador que emprèn el viatge. Qualsevol descripció aportarà aquell exotisme, aquella sensació de desconexió i això atreu la lectura sobre un àmbit, si bé tecnificat, desconegut i atractiu. Les impossibilitats de l'home sempre han cridat l'atenció, però sobretot les personals, on hi juguen un paper molt important les relacions emocionals amb el jo interior. Tinc una cosa molt clara el dia que pugui conèixer l'autor en persona: per un moment, he sentit com a meva l'arribada al Pol Nord. I crec que és la millor manera d'acabar aquest comentari i deixar en constància què, com i perquè llegir aquesta obra.

Consells extrets del llibre:

1) Els límits són imprevisibles, aquesta és l'aventura personal, i per molt entrenament i creguis que et coneixes a tu mateix, posar-te a prova només et demostrarà que encara et falta molt per aprendre i de tot se'n treu una lliçó. La vida és un viatge etern.

2) Val la pena fer una recerca exhaustiva de què han fet els altres, què han fet bé i malament, això et farà contemplar possibilitats i aspectes per millorar la teva experiència, i a més, t'ajudaran a mirar de sentir-la d'una manera diferent, més íntima.

3) La vida es basa en instants curts, concisos, però molt intensos. D'aquests són dels que més s'aprèn. Pot ser que veure en un GPS marcat el grau 90° N en sigui un.

