

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PERIODISMO DE VIAJES**

Curso: CUARTO

Semestre: 1º

Tipo: Formación Básica

Obligatoria

Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

La labor de un periodista es la misma en Coria del Río, Brooklyn, Cisjordania o Papúa Nueva Guinea. Se trata de contar historias que faciliten la comprensión del mundo, el porqué de las cosas. Lejos del periodismo gris, oficialista, de ruedas de prensa y teletipos, en la asignatura 'Periodismo de viajes' vamos a potenciar la capacidad de ir un paso más allá, de mirar detrás del muro, de poner nombre y apellidos a los datos, sin fronteras.

¿Cuál es la mejor manera de contar las revueltas árabes? Gobierno y oposición siempre tendrán dos versiones diferentes, y necesitamos escucharlas, pero para entender lo que ocurre y transmitirlo de manera sencilla y humana, nuestro verdadero objetivo es conocer al camarero del bar en el que se reúnen los manifestantes para organizarse, a la anciana que ha visto morir a sus nietos en la protestas y al guía turístico que se ha quedado en paro porque ya casi nadie quiere viajar a Egipto. El periodismo de las personas, no de los números.

Si nuestro medio nos envía a cubrir algún evento internacional, si elegimos ser *freelance* y probar suerte en ese lugar del mundo que tanto nos atrae, o si nos han concedido una corresponsalía tenemos que tomar decisiones importantes desde el primer minuto. Ajustar precios, elegir un alojamiento idóneo, buscar contactos previos en nuestro destino, ganarnos la confianza de las personas locales, las que sienten, padecen o disfrutan lo que está ocurriendo en ese país. Y andar, mirar, preguntar, comprender, y sobre todo empatizar antes de elaborar esa información que hará que nuestro público lo entienda todo y espere con avidez a la próxima.

En definitiva, esta asignatura dotará al alumno de la inquietud y capacidad crítica necesarias para contar buenas historias en cualquier parte del mundo. Ya sea para entrar en directo en un informativo, escribir un reportaje en un dominical, una conexión radiofónica o elaborar un documental, sabremos cómo llegar a la información y desmarcarnos del ruido y la competencia, cómo hacer prevalecer la profundidad antes que la inmediatez por la inmediatez. Más vale llegar segundos pero contar verdades que ser los primeros con una primicia poco documentada y errónea.

OBJETIVOS

El objetivo general de la asignatura es iniciar a los futuros profesionales de la información en el periodismo de viajes, proporcionándoles los elementos básicos en el terreno cognitivo e instrumental. De forma específica, se pretende orientar e instruir en los conceptos, recursos y mecanismos para el estudio de esta materia, tanto en las relaciones e interacciones entre sus fundamentos teóricos, como en la adquisición de competencias, habilidades y destrezas propias de esta especialización periodística. También generar actitudes positivas y creativas para su ejercicio profesional.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

- Saber aplicar los conocimientos básicos de la asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.
- Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Poder transmitir información, ideas, problemas y sus soluciones, de forma oral o escrita, a un público tanto especializado como no especializado.
- Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.
- Poseer habilidades y aptitudes que favorezcan el espíritu emprendedor en el ámbito de aplicación y desarrollo de su formación académica.

Competencias específicas:

- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
- Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.
- Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

TEMARIO

1. **El viaje como argumento narrativo y sus variantes** (ocio, cultura, política internacional, naturaleza, aventura, artes, comercio...). La situación de los mercados periodísticos nacional e internacional. Principales publicaciones y espacios en medios tradicionales y digitales. La integración multimedia y las redes sociales. Herramientas de trabajo para la recogida del material. Transmisión de datos. Aplicaciones móviles. El equipaje profesional. Periodista *freelance*, periodista de plantilla, periodista empresario. El corresponsal fijo y el enviado especial. El crítico y el especialista en hoteles, gastronomía, lujo, montaña, aventura.
2. **El boom de los programas de viajes.** Sutiles diferencias. Los publicreportajes y los encargos. Atención a lo que se escribe y lo que se lee.

3. **Escribir en movimiento.** Los recursos narrativos. El guión de un libro y de un documental. En tiempo presente o en pasado: el punto de vista y el tono. El apunte del vivo. La memoria. Qué género elegir: reportaje, crónica, diario, entrevista, noticia. La edición del texto en bruto. Errores frecuentes y cómo evitarlos y corregirlos.
4. **Mi estilo, ese gran desconocido.** ¿Cómo arranco un texto/vídeo para atrapar al lector oyente/espectador? El interés humano, siempre en la maleta.
5. **Realidad frente a estereotipo.** El periodismo de viajes como medio para comprender un mundo complejo, y su perversión cuando sirve para perpetuar imágenes sesgadas. La mirada de viajeros extranjeros sobre España.
6. **El poder de lo cotidiano.** Los lugares donde pasa la vida: mercados, bares, plazas, tiendas... Las comparaciones no odiosas ayudan mucho. La importancia del contexto.
7. **La formación multidisciplinar del viajero periodista.** Enriquecer el viaje con la visión de la antropología, la historia, las bellas artes, la literatura, la economía, la ecología, las ciencias físicas. La importancia de los idiomas y de las habilidades comunicativas no verbales.
8. **Relatos de grandes viajeros del pasado.** Heródoto, Goethe, Cabeza de Vaca, Ibn Battuta, Alí Bey. **Relatos de periodistas y escritores viajeros del siglo XX y XXI.** Armada, Leguineche, Kapuscinski, Fisk, Theroux...
9. **De la idea a la publicación:** cómo se planifica y ejecuta un proyecto. Identificación del destino, la historia y el recorrido. Elección del momento justo. Fuentes de documentación. Producción del viaje: transportes, alojamiento, visados, colaboradores locales (traductor, 'fixer' o guía, conductor). Búsqueda de contactos. Financiación. Presupuesto. Acuerdos de venta previos. Trámites burocráticos. El trabajo de campo en el destino. El regreso: escritura, edición, verificación, revisión, montaje final, posproducción. La venta y comercialización de los trabajos escritos y audiovisuales, identificando los medios de comunicación que mejor se ajusten a cada reportaje propuesto. Derechos de autor. Publicación, promoción. El contacto con el público y con las personas que han colaborado en el proyecto.
10. **¿Dónde grabo?** La idoneidad de lo diferente. Huir del tópico, escapar del plano mil veces visto. No imitar al que llegó antes.
11. **La aventura por necesidad.** El relato de y sobre migrantes, soldados, comerciantes, refugiados.
12. **Ética periodística.** La relación con los protagonistas de la historia. La utilidad social del periodismo de viajes. La necesidad de la hospitalidad recíproca. El peligro del soborno al periodista por intereses comerciales y políticos. Defensa ante los grupos de presión. Derechos y deberes. **Todo se complica.** Trucos para conseguir lo que queremos. Lo ético y lo no ético. Los cínicos no sirven para este oficio. ¿Cuál es el límite?
13. **Aspectos psicológicos. El miedo a lo desconocido.** Los prejuicios. La creación de puentes de comunicación con los habitantes del lugar de destino. El conocimiento de sus costumbres y límites. La empatía en la entrevista. Habilidades de negociación. El control del estrés. La capacidad de comprensión.
14. **La cobertura de conflictos sociales, guerras y desastres naturales. Evaluación de riesgos.** Medidas de protección. Precauciones sanitarias. Emergencias. Apoyo diplomático. Seguros.
15. **Fuentes para costear el viaje:** inversión de recursos propios; créditos; patrocinios y mecenazgos empresariales, institucionales o particulares; entidades y universidades que conceden becas; hospitalidad de ONG; invitación a viajes organizados por empresas, gobiernos, festivales, congresos, instituciones internacionales, y el precio de perder la independencia; financiación con donaciones colectivas o 'crowdfunding'; negociación de los costes que cubre la empresa periodística que encarga el trabajo; adelantos editoriales; socios; anunciantes.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etcétera (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.

