

MAPAS DE VIAJES: UNA MIRADA GEOGRÁFICA A LOS MAPAS UTILIZADOS EN EL SUPLEMENTO TURÍSTICO DEL DIARIO CLARÍN

Cristian Coronel¹

RESUMEN

El presente trabajo *Mapas de viajes: Una mirada geográfica a los mapas utilizados en el suplemento turístico del diario Clarín*, tiene por finalidad analizar el material cartográfico del suplemento *Viajes* que se publica los domingos en el diario *Clarín*. Para este análisis se realiza un recorte temporal tomando las publicaciones de los meses de abril y mayo de 2015, teniendo en cuenta que durante esos meses los lectores podrían planificar sus vacaciones de invierno. El trabajo servirá para conocer qué destinos turísticos destaca la editorial del diario y cuál es la relación entre el contenido periodístico (la nota) y las imágenes que acompañan al texto.

El objetivo del trabajo es conocer qué tipo de material cartográfico se presenta en las publicaciones, cuáles son sus fuentes, que escalas utilizan, y fundamentalmente conocer qué información aportan estos mapas, para ello se hará un análisis de los mapas publicados.

A modo de conclusión se observa que los mapas no siempre refuerzan el contenido periodístico, sino que la editorial “juega” con los potenciales conocimientos que el lector puede tener del destino, por lo cual no hay una regla para la elaboración de estos mapas, sino que éstos utilizan distintos recursos: colores, área ampliada, escala, entre otros, para elaborar y publicar los mapas en el suplemento *Viajes*.

Palabras clave: Mapas, Viajes, turismo.

1 Alumno del Departamento de Geografía UNLP. cristianbsas@hotmail.com

Introducción:

El presente trabajo *Mapas de viajes: Una mirada geográfica a los mapas utilizados en el suplemento turístico del diario Clarín*, tiene por finalidad analizar el material cartográfico que se utiliza en el suplemento *Viajes* que se publica los domingos en el diario *Clarín*. Para realizar este análisis se realiza un recorte temporal tomando las publicaciones de los domingos 5,12 y 19 de abril, 3 y 10 de mayo de 2015, porque en esos meses previos al receso invernal los lectores podrían planificar sus vacaciones de invierno del mes de julio según los destinos que destaca la editorial del diario. Este trabajo serviría para realizar próximas investigaciones referidas a este tema, para ver cuáles son los destinos publicados en otros meses (previos a las vacaciones de verano o a un fin de semana largo), ver si la cantidad de páginas del suplemento es la misma en distintas épocas del año, analizar cómo es la relación entre el contenido periodístico (la nota) y las imágenes que acompañan al texto.

En este trabajo se observaran las imágenes que acompañan el texto, haciendo hincapié en los mapas, con el objetivo de conocer qué tipo de material cartográfico se presenta en las publicaciones, cuáles son sus fuentes, que escalas utilizan, y fundamentalmente conocer qué información aportan estos mapas. Para ello se hará un análisis del artículo periodístico y del mapa que lo acompaña para saber si éste se utiliza como un refuerzo del texto, saber si representa alguna utilidad o no (en referencia al artículo periodístico) o si por el contrario, puede provocar alguna confusión en el lector.

De lector a turista:

Eliseo Verón (1985) define a la lectura como un proceso sociocultural de “captura” de sentido de un texto o de un discurso. El semiólogo argentino elabora una teoría sobre el Contrato de lectura, que es la relación “entre el discurso del soporte por una parte y sus lectores por la otra. Ellas son las dos partes entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de lectura.” Es el medio el que propone el contrato. (Verón, 1985). Es decir que el diario, a través de su contenido editorial: las noticias que publica, los hechos que tematiza en la opinión pública y las imágenes con las que representa esos temas. El medio gráfico establece el contrato de lectura teniendo en cuenta las características del lector, es decir sabiendo a que tipo de lector está dirigida su publicación. El medio establece el contrato, en el caso del suplemento *Viajes* la redacción selecciona determinados destinos turísticos para ser publicados en el suplemento, de esta manera propone el contrato de lectura, mostrando a sus lectores los destinos ideales para ir de vacaciones y motivando el deseo de éstos en conocer los lugares sugeridos.

El lector, desde la comodidad de su hogar con el suplemento en mano, es motivado por las publicaciones y en caso de tener los medios económicos podría concretar el viaje, como el lector es un potencial viajero sabe que la actividad turística es una inversión que no le reportará nada tangible, ya que no se trata de comprar un bien material sino de comprar un servicio (aéreo, hospedaje, excursiones, paquete completo) que va a concretarse en el futuro, por lo cual percibe que el riesgo económico será más alto que si comprara un televisor de última tecnología, el cual estará disponible para su uso desde el momento de la compra.

Las publicaciones periodísticas sobre destinos turísticos son de gran importancia ya que permiten construir una imagen mental del destino y brindan información con la cual se puede planificar el viaje. Las fotografías refuerzan el deseo de conocer el destino, porque “el turista consume imágenes en diversas formas y soportes: Imágenes fijas (de folletos, guías de viajes, fotografías y tarjetas postales) e imágenes en movimiento (de películas, video y TV), tanto es así que la imagen puede ser considerada el motor de la actividad turística” (Santillán, 2011). El mapa es una imagen muy utilizada en estas publicaciones para reforzar la publicación periodística, con la finalidad de que el lector vea el mapa del destino, sepa qué otros atractivos turísticos hay cerca, sepa qué provincias (o países) están cerca del destino, cuáles son las vías de circulación, por lo cual los mapas aportan las relaciones espaciales del destino. Estas imágenes fotográficas o cartográficas son de gran importancia porque “la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino o un servicio concreto será decisiva para el proceso de toma de decisión y afectará al tipo de vacaciones elegido, aunque dicha imagen no se corresponda con la realidad” (Getino, 2002, 54).

Viajes y Miniguía

Las publicaciones periodísticas utilizan imágenes (fotografías, mapas, imágenes satelitales) para destacar y reforzar el destino turístico, con la finalidad de aumentar la expectativa del lector en conocerlo, estas imágenes se observan en cada página del suplemento, además de las imágenes de los avisos publicitarios que tienen mayor preponderancia en las páginas de *Viajes*. Las imágenes utilizadas por las empresas que publicitan en el suplemento tienen que ver con la actividad turística. Las empresas que ocupan el mayor espacio publicitario (una página entera, o más de una destinada al espacio publicitario) son: operadores turísticos (Amichi, Ati, Tts), líneas aéreas (Lan, Aerolíneas Argentinas) empresas de cruceros (Msc), sitios web de venta de pasajes y paquetes turísticos (Almundo.com, Avant Trip) bancos que ofrecen compra de pasajes en cuotas (Galicia).

La cantidad de páginas del suplemento no es fija, esta puede variar cada domingo de acuerdo a determinados parámetros, principalmente el empresarial ya que el suplemento pertenece a una empresa periodística, el multimédios grupo *Clarín*, que como toda empresa busca maximizar sus ganancias. El principal ingreso monetario para un periódico es la venta de espacio publicitario, por lo cual la cantidad de páginas del suplemento va a variar en función de las páginas que se destinan a publicidades, las principales se mencionaron en el párrafo anterior.

De los suplementos que forman parte de la muestra, la cantidad de páginas varía entre 20, 24 y 28, al recorrerlas se puede observar una mayor preponderancia de publicidad que de contenido periodístico, es decir mayor espacio publicitario que artículo periodístico. El suplemento más extenso es el del 12 de abril de 2015 que contiene 28 páginas, que son destinadas a espacio publicitario donde las empresas mencionadas en el párrafo anterior ofrecen sus servicios.

La relación entre el espacio publicitario y el contenido periodístico (las notas, los editoriales, las cartas de lector y las imágenes), es de cincuenta por ciento para cada uno, en algunos casos el espacio publicitario ocupa el sesenta por ciento de la publicación y el cuarenta por ciento restante es destinado al material periodístico.

En el suplemento *Viajes* del diario *Clarín* se destaca una sección fija titulada “**Miniguía**” en ella se responden preguntas que se pueden generar los turistas, estas respuestas están bajo los subtítulos: “¿cómo llego?, ¿qué hacer?, ¿dónde alojarse?, ¿dónde informarse?, ¿qué comer?” etc. Esta sección es acompañada con cartografía que representa el destino, siguiendo un modelo estándar de dimensiones: un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El mapa siempre tiene un área general y un área ampliada, se marcan con distintos íconos ciudades, capitales o el destino de interés, y en la parte inferior izquierda del cuadrado se representa la escala gráfica utilizada. Tanto la escala como el área general y el área ampliada no van a ser iguales en cada publicación, ya que esto depende del destino y del potencial conocimiento que el lector pueda tener de él, por ejemplo para representar lugares que el lector podría conocer como Tandil o Colonia del Sacramento, el área ampliada va a ser con más detalle y no es tan necesaria el área general. En cambio si se trata de un destino que no sería del todo familiar para el lector, como por ejemplo Maastricht, la ciudad holandesa, el área de representación cambia ya que se debe ubicar a la ciudad dentro del país y a este dentro del continente, mostrando los países vecinos, los mares cercanos y demás representaciones que ayuden al lector a construir la imagen mental del destino para ubicarlo en el mundo.

Portadas de Viajes

A continuación se describen las tapas de cada uno de los suplementos que forman parte de la muestra para conocer qué destino fue publicado en tapa y con qué título:

- 5 de abril: "ARMENIA. Huellas milenarias."
- 12 de abril: "SALTA. Bajo el sol de Cafayate."
- 19 de abril: "REPUBLICA DOMINICANA. Irresistible."
- 3 de mayo: "El primer viaje a Europa."
- 10 de mayo: "I love Shanghai"

Los mapas del suplemento Viajes

A continuación se describen cada uno de los suplementos de la muestra, teniendo en cuenta los artículos periodísticos que son acompañados por mapas:

5 de abril: ARMENIA. Huellas milenarias.

En la publicación del 5 de abril, la nota central es "Armenia, detalles de una cultura milenaria" que ocupa cuatro páginas (10, 11, 12 y 13). En la nota se presentan fotografías (de distintos tamaños) del destino. En la mitad superior de la página 13 se encuentra la sección fija "Miniguía", en la cual se presenta un mapa con la finalidad de que el lector tenga una referencia espacial del destino. En esta sección se detalla la siguiente información (a modo de subtítulos) Cómo llegar, Atención (brinda información política que no es necesario visa para viajar a Armenia con pasaporte argentino), Moneda, Dónde alojarse, Cuánto cuesta, Dónde informarse.

Cartografía: En un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto se presenta un mapa de Armenia (Anexo 1), dentro de este cuadro, hay otro más pequeño de 1cm por 1 cm en el cual se representa un área general, en este caso la región del Cáucaso. El resto del cuadro es un área ampliada en el cual se representa el mapa de Armenia. Se utilizan 3 tipos de íconos, una estrella para marcar la capital (Jerevan), puntos para marcar las principales ciudades y un triángulo negro para representar relieve (Monte Aragats). En color celeste se representa el lago Seván. En esta representación cartográfica se utiliza como recurso el contraste figura/fondo. De un color los países vecinos (Georgia, Turquía, Irán y Azerbaijan) y de blanco el país que se quiere destacar: Armenia.

En este mapa se utiliza una escala gráfica (3cm = 200 km).

12 de abril: SALTA. Bajo el sol de Cafayate.

En la publicación del 12 de abril, la nota central es "Cafayate. El corazón de los Valles Calchaqués" que se desarrolla a lo largo de las páginas 16, 17, 18 y 19. En un sector de la página 19 (cuarto inferior izquierdo) se encuentra la sección fija "Miniguía" en la cual se

detalla la siguiente información (a modo de subtítulos): Cómo llegar, Dónde alojarse, Qué hacer, Dónde informarse.

Cartografía: En un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto se presenta un mapa de la provincia de Salta (Anexo 2), dentro de este cuadro, hay otro más pequeño de 1cm por 1 cm en el cual se representa un área general, en este caso gran parte del territorio continental argentino (desde Península de Valdés hacia el norte). El resto de este cuadro es un área ampliada en la cual se representa el mapa de las provincias de Salta y Jujuy. En esta cartografía se utilizan 3 tipos de íconos: estrellas para representar las capitales provinciales; puntos para representar dos ciudades de Salta: Cachi y Coronel Moldes; círculo rojo para representar el destino seleccionado: Cafayate. El contraste figura/fondo se utiliza para contrastar y diferenciar las provincias vecinas de Salta: Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero, y del mismo color los países vecinos: Chile y Bolivia. En este mapa se utiliza una escala gráfica (2,5cm = 200km).

En este suplemento (de 28 páginas) se encuentran más representaciones cartográficas, que siguen la misma lógica de representación: Dimensiones del cuadro, área general y área ampliada, contraste figura/fondo. Por ejemplo en la página 6 el título de la nota es "Aruba, la isla bonita del Caribe". En esta nota también se destaca la sección Miniguía (pero con menor información), solo responde a las preguntas: Cómo llegar, Dónde alojarse, Dónde informarse.

Cartografía: El mapa de esta nota (Anexo 3) se representa en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), es gran parte de América del Sur (desde la provincia de Córdoba en Argentina hacia el norte), se representa parte de América Central (Panamá) y el Mar Caribe. El área ampliada es la isla de Aruba, se utilizan dos tipos de íconos: una estrella para marcar la capital Oranjestad y puntos para marcar otras ciudades de la isla: California Lighthouse, Noord, Paradera, P.N. Arinok, Baby Beach, San Nicolás, Palm Beach. En el uso del contraste figura/fondo, en este mapa es bien clara esa diferenciación ya que en color celeste se representa el mar (en el mapa no se aclara de qué mar u océano se trata) y de color blanco la isla de Aruba.

El mapa cuenta con escala gráfica, pero al tratarse de una isla, la escala es menor: 1,5 cm = 10 km.

En la página 9 comienza la nota titulada "Con aire medieval" la cual se ocupa dos páginas. El artículo hace referencia a una ciudad del sur de Holanda: Maastricht, que cuenta con "un casco antiguo medieval" en esta ciudad de dos mil habitantes "se fusionan la cultura holandesa, la belga y la alemana" (*Viajes*, 12 de abril de 2015). En la última página se encuentra la sección fija "Miniguía". La información que se brinda en ella es: Cómo llegar, Dónde alojarse, Dónde informarse.

Cartografía: El mapa de esta nota (Anexo 4) se encuentra en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), que es la parte occidental del continente europeo. El área ampliada es Holanda y el Mar del Norte. Se utilizan tres tipos de íconos: estrella para marcar la capital Amsterdam, puntos para marcar otras ciudades como Groningen, La Haya y Rotterdam. Círculo rojo para marcar la ciudad de la cual hace referencia la nota: Maastricht. El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color los países limítrofes de Holanda: Alemania y Bélgica. También se utiliza este contraste para diferenciar el mar del continente: de color celeste el Mar del Norte y de color blanco Holanda.

Se utiliza una escala gráfica: 1,5cm = 100 km. En la página 12 se encuentra otro mapa, en este caso el de la República Oriental del Uruguay. El título de la nota es “Un relajado paseo gastronómico en la otra orilla del Plata”. La sección “Miniguía” solo tiene dos subtítulos: Cómo llegar y Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 5) sigue el mismo formato que los anteriores, un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), que es Argentina (en color blanco), Uruguay y el sur de Brasil. El área ampliada es Uruguay. Se utilizan tres tipos de íconos: estrella para marcar la capital de los países que aparecen en el mapa: Montevideo y Ciudad de Buenos Aires, puntos para marcar otras ciudades como La Paloma y Punta del Este y círculo rojo para marcar el destino de la nota: Colonia del Sacramento. El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color a Argentina, en color celeste el Río de La Plata y de color blanco a Uruguay.

Se utiliza una escala gráfica: 2,5cm = 300 km.

19 de abril: REPUBLICA DOMINICANA. Irresistible. La publicación del domingo 19 de abril cuenta con 28 páginas, el destino publicado en tapa es República Dominicana, se observa una fotografía de las playas paradisíacas con el siguiente texto “Irresistible. Aguas cálidas y cristalinas en las playas de Punta Cana, el impecable servicio de los resorts all inclusive, platos típicos y una escapada al casco histórico de Santo Domingo”.

En la página 4 el título de la nota es “A Coruña arde en la noche de San Juan”, cuenta con dos fotografías de la costa del Atlántico, una tomada de día y otra de noche. La sección “Miniguía” reducida en tamaño, solo responde dos preguntas: Cómo llegar y dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 6) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), en él se ve a la península ibérica, Europa occidental y el norte de África. El área ampliada es la península ibérica (España y Portugal) y el sur de Francia.

Se utilizan tres tipos de íconos: estrella para marcar la capital de España. Puntos para marcar otras ciudades españolas como Barcelona, Valencia y Granada. Círculo rojo para marcar el destino de la nota: La Coruña. El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color los países limítrofes de España: Portugal y Francia. De color blanco España. También el recurso figura/fondo se utiliza para diferenciar el continente del Mar Mediterráneo y del Océano Atlántico, que se representan con color celeste.

Se utiliza una escala gráfica: 2 cm = 400 km.

En la página 12 y 13 la nota es “4 imperdibles de Houston” en la página 13 se encuentra la sección “Miniguía” respondiendo a las preguntas Cómo llegar, Dónde alojarse y Dónde informarse. Cabe aclarar que en esta oportunidad no se incluye cartografía en la sección. En la página 16 comienza la nota central, el destino destacado en portada es República Dominicana, la nota lleva el título “Placeres de una tierra codiciada” y se desarrolla en las páginas 16, 17, 18 y 19. En la última página de la nota se encuentra la sección “Miniguía” en la cual se responde a las preguntas: Cómo llegar, Moneda, dónde alojarse, cuánto cuesta, Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 7) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), en el cual se representa América Central y las islas del Caribe. El área ampliada es la isla de República Dominicana. Se utilizan dos tipos de íconos: estrella para marcar la capital de la isla Santo Domingo, y puntos para marcar otras ciudades como Puerto Plata, Cabarete, Samaná, Punta Cana y La Romana. También se representan islas más pequeñas como Isla Soana e Isla Beata.

Se utiliza el contraste figura/fondo para marcar con color blanco la isla de República, en color gris Haití que limita con la isla. Y en color celeste el Mar Caribe y el Océano Atlántico (que aparecen con sus toponimios).

Se utiliza una escala gráfica: 2 cm = 200 km.

En las páginas 22 y 23 se desarrolla la nota “El Calafate, sinfonía otoñal”. En la página 23 la sección “Miniguía” responde a las siguientes preguntas: Cómo llegar, Dónde alojarse, Paquete, Cuánto cuesta, Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 8) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa es la República Argentina que se representa en un cuadro más pequeño (1cm de ancho por 2 cm de alto. El área ampliada es la provincia de Santa Cruz. Se utilizan tres tipos de íconos: estrella para marcar la capital de la provincia: Río Gallegos. Puntos para marcar otras ciudades patagónicas como Comodoro Rivadavia y Puerto Deseado. El Glaciar Perito Moreno también se marca con un punto. Círculo rojo para marcar el destino de la nota: El Calafate.

El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color blanco a la provincia de Santa Cruz, el sur de la provincia de Chubut y el norte de la provincia de Tierra del Fuego. De color gris el sur de Chile que limita con Santa Cruz, y de color celeste el Océano Atlántico.

Se utiliza una escala gráfica: 1,8cm = 300 km.

3 de mayo: El primer viaje a Europa

En la publicación del domingo 3 de mayo el título de tapa es “El primer viaje a Europa”, en la cual se publica una foto de la Catedral de Berlín en un día de primavera con gente tomando sol en el césped verde.

En la página 6 se desarrolla la nota “El secreto mejor guardado del Caribe”, el destino destacado es Puerto Rico. La nota es acompañada de una fotografía, su epígrafe es “Ruinas. El castillo San Felipe del Morro, del Siglo XVI, es uno de los mayores atractivos del Viejo San Juan”. Esta imagen es una fotografía aérea con el estilo *Ojo de pájaro* en la cual se puede ver desde el aire un extremo de la isla y el castillo. Cabe aclarar que la misma no fue tomada por un fotógrafo del diario sino que es extraída de la Compañía de Turismo de Puerto Rico. No es habitual que se publiquen fotografías aéreas con esta técnica.

Dentro de la nota se encuentra la sección “Miniguía” en la cual se responden las siguientes preguntas: Cómo llegar, Dónde alojarse, Qué hacer, Atención (aclarar que para viajar a la isla se requiere visa para ingresar a los Estados Unidos), Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 9) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), en el cual se ve la porción norte de Sudamérica, la porción sur de Norteamérica y Centroamérica. El área ampliada es la isla de Puerto Rico. Se utilizan dos tipos de íconos: estrella para marcar la capital: San Juan y puntos para marcar la ciudad de Ponce. En el mapa se observa una línea interna que marca el contorno de la isla, se puede suponer que es un camino o una ruta, pero en el mapa no se aclara qué es. En el mapa están marcadas otras islas más pequeñas como Isla de Culebra y Vieques. Se utiliza el contraste figura/fondo para marcar en color blanco a Puerto Rico y en color celeste el Océano Atlántico. Al tratarse de una isla que no tiene países limítrofes, no se utiliza otro color para marcarlos (como en el caso de República Dominicana, que con color gris se diferenciaba a Haití).

Se utiliza una escala gráfica: 2 cm = 100 km.

En la página 8 el título de la nota es “Los pliegues del Cáucaso”, el destino sugerido es Georgia. La sección “Miniguía” responde a tres preguntas: Cómo llegar, Dónde alojarse y Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 10) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm), en la cual se ve parte de los continentes de Europa, Asia y África. Se utiliza el contraste figura/fondo para marcar con color blanco al destino de la publicación, Georgia, y con color gris a los países limítrofes: Rusia, “Azerb” (Azerbaijan), Armenia y Turquía, todos estos países están en el área ampliada del mapa. Se utilizan tres tipos de íconos: estrella para marcar la capital de Georgia, Tbilisi y puntos para marcar otras ciudades como Batumi y Kakheti, y un triángulo para marcar el Monte Khazbegi. Con un color de una tonalidad distinta, que no es celeste (como en las publicaciones anteriores), se representa al Mar Negro.

Se utiliza una escala gráfica: 2,5cm = 300 km.

En las páginas 12, 13, 14 y 15 se desarrolla la nota central con el título “El primer viaje a Europa” en la cual se observa una mayor presencia de fotografías, pero en esta nota no se publica la sección “Miniguía”, tampoco a lo largo de las cuatro páginas de la publicación se presenta ninguna cartografía.

A lo largo de la nota se recomienda visitar Madrid, Barcelona, París, Londres, Amsterdam y Roma, se dan consejos para el viajero sobre qué hacer en esas ciudades, pero como se mencionó anteriormente no se presenta ningún mapa de estas ciudades, tampoco un mapa de Europa en el cual se pueda brindar información de cómo o qué manera desplazarse entre estas capitales europeas.

En la página 22 se publica un destino bonaerense la localidad de Azcuénaga, con el título “El exquisito sabor de Azcuénaga” la nota aporta información sobre la gastronomía del lugar. La sección “Miniguía” responde a las siguientes preguntas: Cómo llegar, Cuánto cuesta, Dónde informarse. El destino se presenta como una “espada” por su cercanía a la Ciudad de Buenos Aires, a tan solo 114 kilómetros.

Cartografía: El mapa (Anexo 11) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general del mapa es la provincia de Buenos Aires que se representa en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm). El área ampliada es la zona noroeste de la provincia. La información que presenta este mapa es más detallada que los mapas que se describieron anteriormente: El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color gris a la Ciudad de Buenos Aires y en color blanco a la provincia, con color celeste al Río de La Plata. Con puntos se marcan las ciudades de Luján, Pilar, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y Zárate, y con círculo rojo se marca el destino central de la nota. En este mapa se marcan las rutas nacionales 3, 7, 8 y 9, también se observan otras rutas que atraviesan la provincia en sentido norte-sur, pero no se indica qué rutas son.

Se utiliza una escala gráfica: 1,5 cm = 40km.

10 de mayo: I love Shanghai.

En la publicación del domingo 10 de mayo el destino que se publica en tapa es Shangai, en esta ciudad china la historia convive con modernos rascacielos, el título es “I love Shangai”.

En la página 8 comienza la nota “Siguiendo la Costa Oeste, como en una road movie”, la cual finaliza en la página 11 en la cual se encuentra la sección “Miniguía” en ella se responden las preguntas de Cómo llegar, Dónde alojarse, Cómo moverse, Atención, dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 12) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general es la totalidad del continente americano que se presenta en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm). El área ampliada es el sector occidental de los Estados Unidos, en el cual se pueden ver 16 estados con su división política, pero sin sus nombres, sólo uno de ellos lo tiene: California, el destino sugerido en esta nota.

El contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color gris a los países limítrofes de México y Canadá. De color blanco los estados del oeste de los Estados Unidos y de color naranja el estado de California, dentro de este estado se marcan con puntos las ciudades de San Francisco, Carmel, Los Ángeles y San Diego. De color celeste el Océano Pacífico.

Se utiliza una escala gráfica: 2cm = 700 km.

En la página 14 comienza la nota central “Shangai. Donde el futuro ilumina el pasado”, la nota finaliza en la página 17 con la sección “Miniguía” en la cual se responden preguntas como Cómo llegar, dónde alojarse, Qué visitar, Cómo moverse, Atención (aclara como obtener la visa para ingresar a China), Moneda y Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 13) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general es el continente asiático que se presenta en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm). El área ampliada es China, el contraste figura/fondo se utiliza para marcar con color blanco a China, con color gris a los países limítrofes Rusia, Mongolia e India. Se utilizan tres tipos de íconos, con estrella la capital china Beijing, con un punto se marca a Hong Kong en el sudeste de China y con un círculo rojo el destino de la publicación Shangai. En el mapa de China se observan líneas que representarían rutas o caminos, pero en el mapa no se hace ninguna referencia a ellos.

Se utiliza una escala gráfica: 2 cm = 2000 km

En la página 21 el destino publicado es Mendoza, con el título “Bodegas en plan cinco estrellas”, se observa una fotografía del Valle de Uco con una bodega boutique la cual tiene un “espacio dedicado al arte”. La sección “Miniguía” responde a las preguntas Cómo llegar, Dónde alojarse, dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 14) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general es el mapa de la Argentina continental que se presenta en un

cuadro más pequeño (1cm por 1 cm). El área ampliada es la provincia de Mendoza. Se utilizan dos tipos de íconos, estrella para marcar la capital de la provincia y puntos para marcar otras ciudades mendocinas como Tunuyán y San Rafael. Con tipografía roja se marca a la capital provincial que es el destino de la publicación.

El mapa no presenta mucha información, solo se marcan las ciudades mencionadas, no se marcan rutas ni ríos. Es un mapa de color blanco, y con color gris se marcan tanto las provincias limítrofes (solo aparece publicado el nombre de San Luis, aunque se ve parte de la provincia de San Juan), con el mismo color se representa a Chile.

En la página 24 el destino la publicación son los Saltos del Moconá, el título es “Aguas que se derraman con furia en la selva” En la fotografía se ven los saltos misioneros, el epígrafe es “FRESCURA. Las aguas de Moconá se vuelcan desde paredones de roca basáltica, de 3 a 10 metros de altura”. La sección “Miniguía” responde a las preguntas Cómo llegar, Dónde alojarse, Cuánto cuesta, Dónde informarse.

Cartografía: El mapa (Anexo 15) se presenta en un cuadro de 4,5cm de ancho por 5cm de alto. El área general es el mapa de la Argentina continental que se presenta en un cuadro más pequeño (1cm por 1 cm). El área ampliada es la provincia de Misiones. Se utilizan tres tipos de íconos, estrella para marcar la capital de la provincia Posadas, puntos para marcar otras ciudades misioneras como Puerto Iguazú, A. del Valle, San Vicente, El Soberbio y Oberá y con círculo rojo el destino destacado los Saltos del Moconá. En este mapa se pueden ver los dos ríos que limitan la provincia, el Paraná y el Uruguay. El contraste figura/fondo se utiliza para diferenciar con color blanco a la provincia, de color gris está el resto del mapa (no se mencionan provincias ni países vecinos), solo se puede leer “Paraguay” al costado izquierdo del río Paraná.

Se utiliza una escala gráfica: 2 cm = 400 km.

Qué nos muestran los mapas

Del análisis realizado de los suplementos que forman parte de la muestra, se puede inferir que las publicaciones cartográficas del suplemento *Viajes* no siguen un patrón para representar en el mapa una porción del territorio. Lo único que está estandarizado son las medidas del recuadro en el que se va a presentar el mapa, que son 4,5 cm de ancho por 5 cm de alto, los íconos, es decir marcar las capitales con una estrella y el contraste figura/fondo se utiliza el color blanco para marcar en el mapa el destino.

Los mapas publicados no hacen referencia a quién/es lo elaboraron, no podemos conocer si los realizó, si un periodista del suplemento, un diseñador gráfico, o un profesional de la cartografía dentro de la redacción, tampoco sabemos de donde son

obtenidos esos mapas o si son proporcionados por organismos oficiales (de turismo, el Instituto Geográfico Nacional, embajadas, etc).

Se observa que si el destino no está dentro de los potenciales conocimientos que el lector pueda llegar a tener de él, como el caso de Georgia o Armenia, el mapa brinda más información espacial de la ubicación del país, como en qué continente se encuentra, con qué países limita, que mares u océanos cercanos hay, etc. Por el contrario, si el destino publicado está dentro de los conocimientos que el lector pueda tener, el área ampliada es mayor, como en el caso de Colonia del Sacramento o Azcuénaga, donde la escala gráfica utilizada era de 2 cm = 40 km.

En el caso del mapa de California, el título de la nota hacía referencia a las rutas del oeste de los Estados Unidos, "Siguiendo la Costa Oeste, como una road movie" la nota invita al lector a armar un itinerario ideal "entre 15 y 20 días. Hay que considerar que los tramos entre ciudad y ciudad pueden llevar unas cuatro horas aproximadamente" (*Viajes*, 10 de mayo de 2015). En el mapa que acompaña esta no se observa ninguna ruta o ningún camino para que el lector sepa como conectarse entre las ciudades, ya que la nota lo invita a hacerlo por tierra "El auto es mejor reservarlo con antelación para salir andando directamente desde el aeropuerto. Sin peajes, con estaciones por doquier con nafta barata (3,5 dólares por galón) y GPS, el trayecto resulta encantador" (*Viajes*, 10 de mayo de 2015). En el mapa solo se representan a las ciudades californianas de San Diego, Carmel, Los Ángeles y San Francisco como puntos sueltos, sin ninguna conexión entre sí, por lo tanto podemos ver que los mapas utilizados no se condicen con el texto, es decir el artículo periodístico describe determinados recorridos y cómo hacerlos, y el mapa muestra otra cosa (la ubicación de las ciudades en el estado de California), pero no porque rutas hacer esos recorridos y conectar por tierra entre las ciudades mencionadas. Esta falta de relación entre el texto y el mapa también puede verse en el caso de la provincia de Mendoza publicado el 10 de mayo de 2015, en el cual se observa muy poca información respecto al destino. Si bien la nota invita al lector a conocer las bodegas boutique del Valle de Uco, cercano a la capital mendocina, el mapa no contiene mayor información, solo se marcan a las ciudades de Mendoza, Tunuyán y San Rafael dentro del mapa de la provincia.

Cuestión de escala:

Los mapas utilizados en el suplemento *Viajes* utilizan una escala gráfica en el margen inferior izquierdo del recuadro. La escala utilizada en cada mapa no es la misma y varía según la porción del territorio que se represente. Esto tendría que ver con los conocimientos que el lector podría tener del destino, si es un lugar que él podría conocer,

como un destino de la provincia de Buenos Aires o la costa uruguaya del Río de La Plata, el área ampliada va a ser mayor y se el mapa va a brindar mayor información, utilizando una escala pequeña, como en el caso de Colonia del Sacramento en la República Oriental del Uruguay, la escala utilizada fue de 2,5 cm = 300km. En el caso de una localidad del interior de la provincia de Buenos Aires: Azcuénaga, en el recuadro del mapa se representa un sector de la provincia de Buenos Aires, en este caso la escala es de 2 cm = 40 km.

En el mapa de Aruba, donde en el recuadro se representa a una isla del Caribe, la escala utilizada es 1,5 cm = 10 km, la escala es pequeña, porque al tratarse de una pequeña isla del Caribe, se pudo utilizar una escala menor.

En cambio si se trata de un destino que no es habitual para el lector, como Armenia, China u Holanda, el mapa debe brindarle mayor información sobre la localización de este destino. En el caso del mapa de China, en el recuadro se presenta a un país de grandes dimensiones como lo es China, por eso la escala utilizada es 2 cm = 2000km.

La escala gráfica utilizada se adapta según el área que se representa, porque como se describió anteriormente, la información que se presenta en el mapa, tanto como el área a la que pertenece va a estar en función de los potenciales conocimientos del lector.

A modo de conclusión se destaca que las publicaciones periodísticas sobre turismo utilizan imágenes para reforzar lo que se transmite en la nota, esto se observa en el uso de fotografías para complementar y reforzar el texto, pero en el caso de los mapas no siempre sucede lo mismo, como en el caso del mapa de California.

Las fotografías observadas en estos suplementos refuerzan y complementan a la nota, al decir de Getino (2002) “inducen en la expectativa que puede tener el individuo en el momento de tomar decisiones sobre un lugar de destino” Se puede concluir que las fotografías utilizadas cumplen esa función, en el caso de los mapas, es una aproximación al destino turístico, para que el lector, en caso de interesarse en él, en principio sepa dónde queda y qué lugares cercanos hay en el espacio, es decir se utiliza para que el lector tenga una localización general. En caso de ser un lector inquieto busque, por sus propios medios, más información, imágenes o mapas del lugar, ya sea en buscadores de internet o en las páginas web sugeridas en la sección “Miniguía” bajo el título Dónde informarse.

BIBLIOGRAFÍA

Getino Octavio. (2002) *Turismo Entre el ocio y el neg-ocio*. Buenos Aires, La Crujía.

Moles Abraham y Costa Joan (1999). *Publicidad y diseño*. Buenos Aires, Ediciones Infinito.

Consultas electrónicas:

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Escala cartográfica*. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/geografia/escala-cartografica>

Cuadernos de Geografía. Revista colombiana de Geografía. Universidad Nacional de Colombia, 2014. Verón Eliseo. *El contrato de lectura*. París, 1985.

https://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf