

ELS MAPES A LA PREMSA: DEU ANYS DESPRÉS

Mariàngels Trèmols i Gironell

Departament de Política Territorial i Obres Públiques. Generalitat de Catalunya

Fa aproximadament deu anys estava a punt d'enllestir una tesi doctoral que amb el títol de: *Els Mapes a la premsa possibilitats i funcions de la cartografia periodística* vaig presentar a la Universitat de Barcelona el 1999.

En ella s'analitzava el paper social dels mapes de premsa i l'ús que aquests feien de la cartografia, mitjançant els infogrames espacials o mapes de premsa. En el període estudiat (1989-1997) s'havia observat un increment del nombre de documents, coincidint amb importants canvis tecnològics (rotatives i redaccions digitals, creació dels departaments d'infogràfics...), socials (canvis en els usos i costums de les societats occidentals), polític (període ric en transformacions geopolítiques) i econòmics (transformacions urbanístiques i infraestructurals).

Alhora i vinculat a tots aquests canvis anteriorment esmentats, neix una necessitat des de les empreses periodístiques de fer molt més atractius els diaris en format paper. En el període estudiat, comencen a aparèixer algunes capçaleres digitals, de les que els mitjans desconeixen la repercussió que poden tenir en un futur immediat. De fet, alguns analistes dels mèdia, vaticinaren llavors, que els diaris en format paper acabaran desapareixen.

En aquell moment doncs, els diaris més importants van portar a terme reestructuracions formals i van apostar decididament pels grafismes de tot tipus, per atraure a un públic més ampli, acostumats cada vegada més a les múltiples possibilitats formals dels audiovisuals. Per portar a terme tot això va caldre crear o ampliar els departaments d'infogràfics, dotar-los d'amplis recursos, apostant decididament per les noves tecnologies digitals. Ens trobàvem doncs, davant un variat ventall de propostes noves, que accionaven de manera molt clara sobre l'objecte d'estudi i que el feien encara més interessant.

La hipòtesi inicial plantejava, que l'ús de cartografia per part dels diaris, s'havia incrementat extraordinàriament en els darrers deu anys, però que aquest increment no portava aparellat l'ús correcta del llenguatge cartogràfic, ben al contrari, les facilitats tècniques, fruit de la consolidació de les eines informàtiques, no feien més que potenciar la banalització dels processos de producció, de manera que la qualitat, i sobretot els sistemes de control, anaven quedant arraconats a resultes de les facilitats de les aplicacions gràfiques i de disseny que els departaments d'infogràfics podien utilitzar.

Aquesta hipòtesi portava aparellada un plantejament: que l'emissor (diari) utilitzava els mapes com un recurs formal fàcil d'aconseguir i de manipular, sobretot a partir de la consolidació de la redacció digital. Així, es podia recolzar tot tipus de notícies, tinguessin o no implicacions geogràfiques, amb un mapa, fins i tot, cobrir espais destinats a fotografies, si aquestes no arribaven a temps. En canvi, el receptor (lector) buscava en els mapes, la informació espacial que no sempre trobava, sobretot si aquests no s'havien realitzat amb aquest objectiu.

Per a realitzar l'estudi, es van recollir aproximadament 4.000 notícies amb mapa, entre els anys 1989 i 1997, que van aparèixer en diaris de la premsa espanyola i estrangera. La part més experimental del treball però, es va fer amb els mapes que es van publicar en aquest període, en els diaris *El País* i *La Vanguardia*.

Es triaren aquests diaris, per què es consideraren representatius del panorama periodístic espanyol, i a més, els dos havien portat a cap canvis estructurals i apostat per les noves tecnologies, en el moment de començar la recollida, aspectes que foren fonamentals a l'hora d'escollir els mitjans a estudiar.

El material, es va ordenar per grups temàtics, entre d'altres: *Conflictes geopolítics*, *Urbanisme*, *Esports*, *Metàfores*, etc.,¹ es van analitzar les seves característiques qualitatives (mapa de situació, títol, símbol, llegenda,...), quantitatives (nombre de mapes, superfície, ...), dades geocartogràfiques (àrea, escala, projecció, ...), i les dades descriptives (nom, data, tema, grup, ...) en una fitxa de 27 camps. Es va recollir i catalogar les propietats de cada mapa i es va introduir en una base de dades, la qual va permetre fer una sèrie d'anàlisi valoratius.

Els resultats de l'explotació va permetre anar encerclant els desajustos que es produïen habitualment en aquests tipus de mapes i que tenien l'origen en l'ús que se'n feia. El diari utilitzava el mapa com un recurs figuratiu, que permetia trencar la monotonia de la lletra escrita i establir un equilibri estètic dins la notícia. S'oblidava en canvi, o es deixava en un segon pla, l'essència mateixa dels mapes, que era donar informació sobre fets i fenòmens que succeïen en el territori representat, mitjançant el llenguatge cartogràfic.

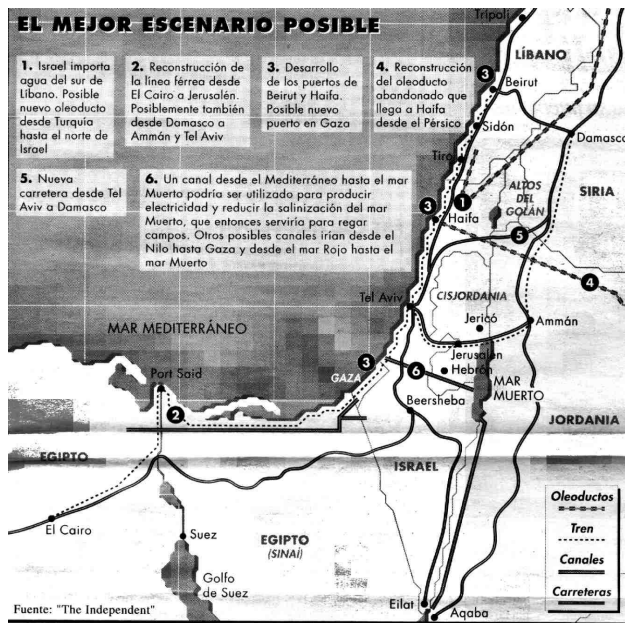
L'anàlisi dels resultats va confirmar en gran mesura les hipòtesis de partença, permeten arribar a algunes conclusions com per exemple: mostrar d'una banda una supeditació dels mapes a les facilitats tecnològiques; i de l'altre, un coneixement reduït dels recursos del llenguatge cartogràfic. La manipulació intencionada dels documents amb finalitats subliminals, que inicialment es va considerar clau per estudiar els mapes de premsa, va resultar sovint subordinada, per raons tan prosaiques com l'escàs coneixement del llenguatge cartogràfic, i per la urgència en que s'havien de realitzar els documents.

La tesi feia una recomanació i una aportació. La primera, aconsellant als diaris de fer un esforç per a sintetitzar en un llibre d'estil, les normes i els criteris bàsics per a realitzar els mapes de premsa amb coherència i amb un aspecte formal capaç d'identificar els mapes d'un diari concret i diferenciar-lo de la resta. La segona, des del punt de vista cartogràfic, com s'havia d'intentar solucionar determinats aspectes de tipus formal, gràfic i conceptual, que apareixien com l'origen dels desajustos observats en l'anàlisi realitzat, sense perdre de vista l'entorn d'aquests documents, en el complex procés de producció general d'un diari, i que sens dubte condicionava la qualitat d'aquests.

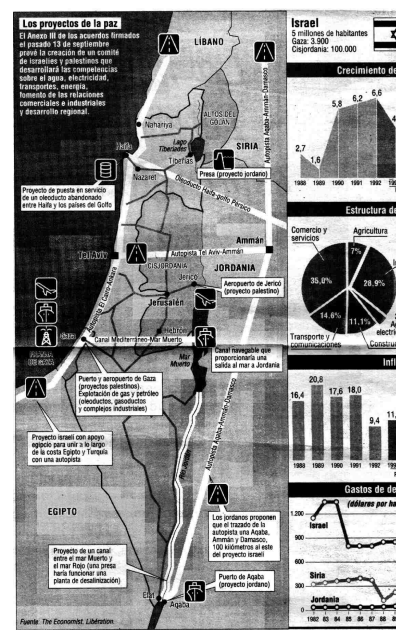
Les conclusions de l'estudi aconsellaven de situar als mapes de premsa al lloc que els corresponia, considerar-los com a informació espacial, que aquest fos el seu primer objectiu i que a partir d'ací, s'aprofités el seu sistema de representació per abordar altres qüestions. D'aquestes, la més important, la seva vinculació estreta amb el llenguatge gràfic, que el feia òptim per arribar al lector de manera fàcil i directa, fidelitzant-lo o aconseguint sumar-ne de nous, en un mercat cada vegada més saturat,

en el que només es mantindrien els que presentessin els productes més atractius, innovadors o de més qualitat.

1- La Vanguardia, 27 de febrer de 1994



2- El País, 10 de març de 1996



Deu anys després en quin panorama ens trobem?

Les capçaleres digitals, que en un moment donat, van fer témer als mateixos editors la desaparició dels diaris en format paper, desenvolupen una nova tasca, que res té a veure amb els diaris convencionals. Són en tot cas complementaris però no compateixen per un mateix espai. Els lectors poden o no ser el mateixos, però en un i altre format, busquen coses diferents. Aquest fet es pot observar fins i tot quan s'analitzen els infogràfic que un i altre poden oferir al lector. També es diferent el nombre i el protagonisme a les pàgines, i mentre en el diari en format paper, el mapa apareix juntament a la foto i al text, en el diari digital, pot aparèixer segregat en un camp de gràfics específics.

Podem dir doncs, que els espais de la informació s'han ampliat i tecnificat, la gent demanda informació, i les necessitats són diferents a cada moment, pel que els formats de la mateixa (analògica, digital), poden ser molt més àmplies del que s'havia considerat en un passat proper, i els suports també (paper, ordinador, telèfon, agendes electròniques....).

Aquesta multiplicitat d'espais informatius han ampliat extraordinàriament el paper dels infogràfics, sobretot en l'entorn digital. Molts d'ells són dinàmics i amb aquest dinamisme, solen expressar una cronologia o successió de fets i fenòmens.

En aquest període hem d'esmentar també un altre fenomen, el dels diaris gratuïts. S'editen de dilluns a divendres, amb un nombre de pàgines reduït i es distribueixen prop dels accessos als mitjans de comunicació de les grans ciutats. L'objectiu d'aquests, es arribar a un usuari urbà, no lector de diaris convencional (treballador, estudiant), i entretenir-lo informant, mentre fa els seus desplaçaments habituals. Quatre d'aquests diaris són entre els cinc més llegits de l'Estat espanyol.

La tecnologia en aquest període ha seguit avançant, però no s'han observat canvis tan radicals com els que van suposar passar de les redaccions i rotatives analògiques a les digitals. En tot cas s'han anat perfeccionant i permeten millorar els processos d'elaboració dels diaris, però sense canviar l'entorn de producció bàsic.

Han canviat la tipologia de les notícies?

Alguns dels temes que llavors estaven d'actualitat han deixat de ser-ho (illes Kúriils, Autovia de Leizarán, Efemèrides del 92), altres han seguit presents durant tot aquest període (cas dels conflictes cronificats a Palestina o Iraq), o han tornat a aparèixer, just en el moment en que s'ha iniciat aquest treball.

La independència de Kosovo, podria ser el paradigma. Declarada el 17 de febrer de 2008, i amb una gran repercussió mediàtica, va recuperar un dels temes que va ser cabdal a la tesi: la desintegració política, social i econòmica dels Balcans.

No obstant, el que sí que s'observa és que els grans grups que es van analitzar de manera sistemàtica a la tesi, i que englobaven la suma de temes singulars, com per exemple *Conflictes Geopolítics* (Palestina, Guerra del Golf Pèrsic, Guerra dels Balcans...) seguirien sent pràcticament els mateixos, ja que han canviat els focus de l'acció, però no els fenòmens que es representaven.

Els mapes a la premsa actual

Els mapes de premsa no han estat al marge de tot aquest procés de millores tecnològiques i de canvis d'hàbits, ben al contrari, han entrat a formar part de tot aquest ventall inesgotable de possibilitats gràfiques, que la tecnologia ha posat tan fàcilment a l'abast i que ha permès recrear de manera tan original.

Segueix havent-hi els diaris en format paper (de pagament i gratuïts), i el seu interès radica, entre d'altres coses, en el seu suport que el fa més perdurable en el temps i més vulnerable a les errades. Està clar però, que pot arribar a molts menys lectors que les capçaleres digitals. Quan un diari digital posa un mapa a la portada, cosa que no passa gaire sovint, potencialment el poden veure milions d'internautes (mapa dels resultats de les eleccions generals de març de 2008),² en canvi si apareix al interior d'un diari en format paper, depenent de la rellevància del mateix, el podran veure uns centenars de milers de lectors.

No s'ha valorat de manera sistemàtica cap mitjà, com es va fer durant la tesi, perquè aquest tampoc era l'objectiu del treball. S'ha analitzat una mostra de diaris en format paper i d'altres de digitals. Del primers s'ha valorat l'aportació dels diaris de pagament (*El País*, *El Periódico*, *La Vanguardia*...) i dels diaris gratuïts (*ADN*, *20 minutos*, *Metro*...). S'ha fet aquesta subdivisió, acollint-se a la voluntat que tenen els mitjans de diferenciar ambdós tipus de premsa escrita.

En aquesta dècada i sobretot en els darrers anys, s'han advertit canvis importants pel que fa a utilitzar nous productes per a recolzar els infogràfics. Les ortofotos i fotografies àrees, que aleshores eren tan complicades d'aconseguir, s'han popularitzat gràcies a entorns digitals com el *Google Maps*, *Yahoo.Maps*, *National Geographic*...

que han obert tot un món de possibilitat, que els departaments d'inforgràfics han aprofitat al màxim.

Errades observades

S'observa en aquests tipus de documents, que representen una nova tipologia i que no s'havia estudiat anteriorment, un ús i abús, i sobretot una manca de revisió dels mateixos una vegada realitzat. És tan fàcil aconseguir el suport, i a la vegada tan resolutiu, que és en aquesta tipologia on s'observen més errades. S'han recollit uns exemples amb mapes de zones de Catalunya, extrets del *Google Maps*, on apareixen errades de localització importants.

3- La Vanguardia, 26 de febrer de 2008
Confusió entre la Riera de Gaià
(municipi del Tarragonès) i Riera de Gaià
(hidrònim del Bages)



FUENTE: Google Maps

LA VANGUARDIA

El escáner

LA RIERA DE GAIÀ

Comarca Tarragonès

Superfície 8,8 km²

Altitud 28 metros

Població 1.453 habitantes

Densidad de poblaci3n 165,8 habitantes

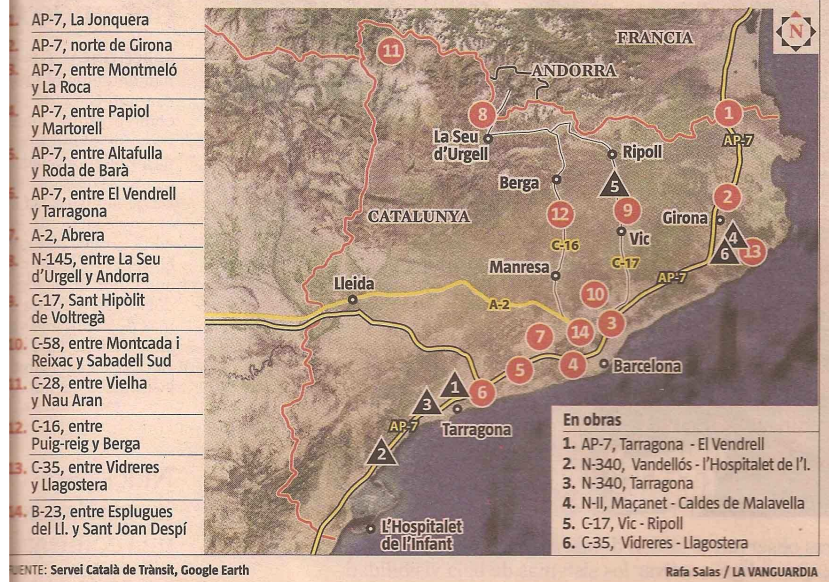
Actividades econ3micas Comercio, industria, turismo, y, en menor medida, agricultura y ganadería

Alcalde Jaume Casas (CiU)

Festividades Fiesta mayor (Santa Margarida, 20 de julio), fiesta mayor de Ardenya (23 de abril), fiesta de Santa Creu (14 de septiembre), recolecta de espliego para la festividad de Reyes, misa del Castellot para Sant Esteve

4- La Vanguardia, 15 de març de 2008
Es pot observar la situaci3n err3nia
de l'Hospitalet de l'Infant

Los tramos más complicados de la salida



FUENTE: Servei Català de Trànsit, Google Earth

Rafa Salas / LA VANGUARDIA

Segueixen havent-hi errades als mapes de premsa convencionals. Errades en la representació d'una llegenda, que interpreta de manera errònia a quin país corresponent uns vaixells de guerra representats al mapa,³ o en un mapa de situació, on Somàlia apareix aproximadament a Irán.⁴

També hi ha errades de contingut en els mapes que apareixen als diaris gratuïts. Aquests mitjans utilitzen menys el recurs, i solen ser més petits i menys elaborats, tot i que a vegades sí que han apostat de manera decidida per aquest.⁵

Dels recollits se n'han escollit dos suficientment representatius, de les errades més habituals d'aquests mitjans.

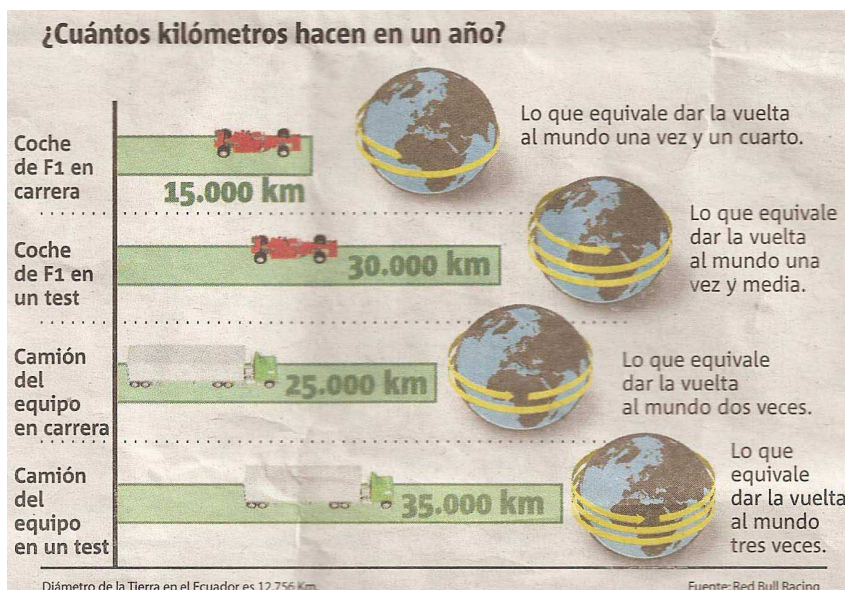
El primer és un mapa aparegut a *Metro* sobre el genocidi tibetà, en que la ciutat de Shangai apareix mal localitzada. Tenint en compte que és l'única ciutat que apareix al mapa de Xina, és molt probable que l'hagin confós amb la capital Pequín (Beijing), de fet la situen molt a prop del lloc que li correspondria.

5- Metro, 17 de març de 2008



El segon, és una il·lustració en que s'utilitza la Terra com a símil per a comparar els quilometres que fa un cotxe de fórmula 1 en diferents situacions. Per fer aquesta comparació s'utilitza el diàmetre de la Terra (12.756,28 km.) i és confon amb el perímetre (40.008 km.). A la il·lustració podem observar com un cotxe fent 15.000 Km. dóna una volta i quart a la Terra. Aquesta és l'errada més gran, però no l'única, ja que alhora de multiplicar i de representar-ho sobre la Terra tampoc han estat molt afortunats.

6- Metro, 25 d'abril de 2008



A vegades els mapes o infogràfics arribem de diferents agències de notícies i són fusellades sense advertir possibles errors, cosa que segurament ha passat en l'exemple anteriorment esmentat.

L'altre canvi important ha vingut de la mà de les capçaleres digitals i de les seves múltiples possibilitats tecnològiques on s'han pogut catapultar totes les novetats tecnològiques que sobretot la informàtica ha posat a l'abast dels mitjans.

Dins de les capçaleres digitals s'han consultat un nombre important de diaris nacionals i internacionals, que han permès adonar-se que els mapes que apareixen en aquets format poc tenen a veure a nivell formal amb els mapes estàtics que presenten els diaris convencionals.

Molts d'aquests mapes es poden considerar de tipus dinàmics. Aquest dinamisme, es posa de manifest representant fets i fenòmens, i permet-ne una representació cronològica, multilocacionals, etc. Tot un món de mobilitat cartogràfica s'ha obert al lector, que difícilment pot anar més enllà, quan observa un document d'aquest tipus, on la filigrana, dispensa qualsevol possible errada de contingut cartogràfic.

Cal esmentat que els dissenyadors i infografistes, han desplegat les seves grans dots d'il·lustradors i la capacitat tecnològica ha fet la resta. Està clar que darrera de tot aquest enginy, els recursos cartogràfics han quedat en un segon pla, i fins i tot s'ha de reconèixer que alguns ja no tenen molt sentit, si considerem el mitjà, el suport i la finalitat del producte (escala, coordenades, projecció...). Però altres en canvi han de ser reconsiderats, perquè les noves possibilitats tecnològiques els han donat un protagonisme que no tenien fa uns anys.

Moltes vegades coincideixen amb els elements locacionals, ja sigui mapes per situar dins un àmbit més gran del que es refereix el mapa concret, o la toponímia, que permet de manera molt senzilla ubicar el territori. Tot i que en aquest sentit, caldria unificar criteris (sobretot amb la toponímia que prové d'altres països), ja que és habitual que s'utilitzin diferents topònims per designar un mateix lloc.

No obstant aquest nou camp de grafismes cartogràfics digitals, que obren les capçaleres digitals, per la seva especificitat, complexitat i magnitud, mereix un anàlisi molt més acurat, que no permet l'espai que es disposa aquí.

Conclusions

Es pot concloure que en aquests quasi deu anys no s'han observat importants canvis formals molt importants en els mapes que apareixen a la premsa en format paper. El nombre absolut de mapes no s'ha incrementat, de fet en alguns mitjans, fins i tot han disminuït. *El País* per exemple, ha apostat darrerament per donar més protagonisme a la fotografia, incrementant-ne el seu nombre i l'espai que ocupa dins la notícia.

Les errades no sols no han disminuït, sinó que han crescut en nombre i gravetat. Denoten desconeixement i manca de revisió del document abans d'editar-lo. Els desencerts en la localització, la toponímia, l'ús de la llegenda o del mapa de situació són habituals, la qual cosa indica que el mapa segueix complint una funció dins la



notícia, que a vegades és més la d'omplir un espai i trencar la monotonia del text, que la d'informar espacialment.

Es segueixen utilitzant mapes de premsa en notícies amb poques connotacions geogràfiques, només com un recurs gràfic. En aquests casos, només podria estar justificat el seu ús si s'utilitzessin correctament els recursos del llenguatge cartogràfic, cosa que generalment no succeeix.⁶

Es segueix observant un excés de dades complementàries dins els mapes, senyal inequívoc que no es coneix ni es confia suficientment en el recurs del llenguatge cartogràfic. Hi ha una necessitat de remarcar alguns fets i fenòmens, que quedarien suficientment explicats si s'utilitza correctament la simbologia i la llegenda.

S'observa sovint una desconexió entre la notícia i el mapa. De fet la notícia no sol fer mai referència a aquest. Haurien de ser peces complementàries i en canvi a vegades sembla que es contradigui una a l'altre.

Els mapes del temps, la primera tipologia que va començar a aparèixer de manera sistemàtica a la premsa mundial, ha anat evolucionat des d'un estil clàssic, amb simbolismes una mica anacrònics, a un altre de més modern, que utilitza simbologia descriptiva.

Molts acudits, icogrames d'articles de fons i anuncis, segueixen inspirant-se en elements geocartogràfics per arribar al lector amb enginy i sensibilitat. Es comprova que aquest tema gràfic és inesgotable, que les seves significacions subliminals estan plenament consolidats i són molt adequades per arribar al lector de manera directa.⁷

No vull acabar però sense esmentar que la complexitat dels mitjans de comunicació escrits, fan molt difícil la tasca diària, que està sotmesa a pressions de producció importants, on els errors estan a l'ordre del dia. Tampoc vull desmerèixer la tasca que fan els infografistes o *maperos*. Només s'intenta analitzar els objectius, els continguts i les finalitats dels mapes de premsa i aportar una visió dels mateixos.

Els mapes que apareixen a la premsa han de tenir una personalitat pròpia, han de ser abans que qualsevol altre cosa, mapes de premsa, i des d'aquesta premissa s'han d'analitzar. A nivell formal poden ser més frívols que els mapes convencionals i es poden permetre més llicències, tot i que mai s'ha de perdre de vista que estan donat una informació espacial i que aquest és el veritable objectiu del document. Cal no confondre al lector, per aquesta raó, s'han de respectar unes normes mínimes de qualitat.

Notes

¹ À.TRÈMOLS, *Els Mapes a la Premsa*, Tesi Doctoral, presentada a la UB, Barcelona, 1999

² Webs de *El País* i *La Vanguardia*, 10 de març de 2008

³ Publicat a *El País* 13 d'abril de 2008, pàg. 52

⁴ Publicat a *El País*, 13 d'abril de 2008, pàg. 9

⁵ Publicat a ADN, 5 de març de 2008, pàg. 4 i 5

⁶ Publicat a *El País-Negocios*, pàg. 8, 24 de febrer de 2008

⁷ Veure, *El País*, 6 de maig de 2007, pàg. 19, i 22 de juliol de 2007, pàg. 2, *La Vanguardia*, 26 de gener de 2008, pag. 76



BIBLIOGRAFIA

- AAVV. *Medias: information ou manipulation*, Editions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles, 1999
- P. CHARAUDEAU, *Les Médias et l'information: l'Impossible transparente du discours*, De Boeck, Bruxelles, 2005
- E. DE DIEGO, *Contra el mapa*, Siruela, Madrid, 2008
- M. MCEACHREN, *How maps work: representation, visualization and design*, Guildford Press, Nova York, 1995
- A. LARRONDO, A. SERRANO et alt., *Diseño periodístico en Internet*, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial, DL 2007
- M. MONMONIER, *How to lie with maps*, University of Chicago Press, Chicago, 1991
- M. MONMONIER, *Mapping it out, (Expositons Cartography for the Humanities and Social Sciences)*; University of Chicago Press, Chicago, 1993.
- F. ORMELING, «Mass media maps as objects of cartographic thought and theory», *Reihe C. Kartographie*. Vol 16, Berlín, 1997, pàg. 22-33.
- W. SCHARFE, «German journalistic cartography. The first readers' poll on maps in newspapers», *Proceedings 17th International Cartographic Conference*, Barcelona, 1995, pàg. 282-283
- W. SCHARFE: «The Development of Consciousness in Cartography of Mas Media Maps», *Reihe C. Kartographie*, vol, 16, Berlín, 1997, pp.1-21
- J. M. SPOOL, «Playgrounds for data: Inspiration from NYTimes.com interactives», *User Interface Engineering*, Gener 2008
- M. TRÈMOLS, «The social importance of geocartography in the spanish media», *Reihe C. Kartographie*, vol 16, Berlín, 1997, pàg. 219-22
- M. TRÈMOLS, *El Mapes a la premsa: possibilitats i funcions de la cartografia periodística*, Tesi Doctoral, presentada a l'Universitat de Barcelona, l'any 1999