

### La Cartografía, una industria en expansión

El mundo de los mapas no termina en los mapas topográficos nacionales de cada país, realizados con el máximo esmero y rigor científico, ni siquiera en los mapas derivados de aquellos, que configuran series nacionales a escalas 1:100.000, 1:200.000; o incluso 1:500.000.

Junto a este mundo, constituido básicamente por las denominadas agencias gubernamentales, coexiste otro, complementario de aquel, en el que puede incluirse a los editores de cartografía general, a los generadores de información espacial, a los productores de cartografía tridimensional (mapas en relieve), a los editores de guías de viaje y mapas turísticos, a los productores de globos terráqueos, a los productores de mapas y atlas educativos, etc., sin obviar a los canales comerciales: distribuidores, mayoristas, minoristas y librerías que hacen posible que todos estos productos lleguen y estén al alcance del gran público.



Igual que existe EUROGEOGRAPHICS agrupando a las NMA (National Mapping Agencies), en estos momentos con 43 organizaciones de 40 países europeos, existe otra organización IMTA (International Map Trade Association) representando los intereses comerciales de la industria cartográfica, en la que sin duda pueden encuadrarse todos los sectores citados.

Si bien IMTA nació en los Estados Unidos, su continuo crecimiento, con miembros en los cinco continentes, condujo a la creación de tres regiones: América; Europa, Asia y Oriente Medio (EAME) y Asia-Pacífico.

Recientemente se ha celebrado en Tours (Francia) la reunión anual del IMTA-EAME, a la que ha acompañado la habitual feria comercial, donde se dan cita productores, editores y distribuidores, que se configura como un verdadero escaparate del sector, al presentarse nuevos diseños, nuevos soportes, nuevas tecnologías y nuevos productos.

Este año, por ejemplo, se ha presentado como novedad los globos terrestres magnéticos levitatorios, sin eje de rotación, y al que un campo electromagnético permite permanecer en el aire, pudiendo desplazarse ligeramente hacia arriba y hacia abajo, y principalmente ser girado en el aire, sobre su eje de los polos. Otro producto que ha lla-

mado la atención ha sido la máquina distribuidora de mapas, que permite seleccionar en pantalla alguno de los 55.000 mapas de escala 1:24.000 del USGS (United States Geological Survey) y, con pago directo o con tarjeta de crédito, ordenar su impresión, que se realiza en menos de un minuto.

El mercado de cartografía turística está también en auge. Las productoras cartográficas europeas tratan de ofrecer al viajero mapas que les permitan moverse con seguridad por la región o el país que van a visitar y también guías turísticas de las principales ciudades, para un turista que no dispone de demasiado tiempo.

La cartografía, esa palabra inventada en 1839, en Portugal, por el vizconde de Santarem, se ha convertido en menos de dos siglos en una industria floreciente.

Para dar una idea de la importancia de este mercado emergente, el representante de la empresa francesa Cartotèque, dio unas cifras de ventas para aquel país en 2003 de 44 millones de euros en mapas; 7 millones de euros en atlas; 64 millones de euros en guías turísticas y 7 millones de euros en guías de senderismo. En total más de 122 millones de euros. Por eso, ante esa fuerza, en Tours estuvieron presentes más de 100 empresas y organizaciones del sector, casi la mitad de ellas con stand. ■

