

DEL INTERÉS COMERCIAL A UN PLANTEAMIENTO CIENTÍFICO DE LAS RELACIONES ENTRE TURISMO Y CARTOGRAFÍA

Daniel Reinoso Moreno y José Sancho Comíns

Departamento de Geografía, Universidad de Alcalá, Calle Colegios, 2 - Alcalá de Henares - 28801
daniel.reinoso@uah.es y jose.sancho@uah.es

RESUMEN

El turismo en espacios rurales y naturales se ha convertido en una función económica importante con un claro impacto en el tejido social, especialmente en las comarcas más deprimidas. La cartografía siempre desempeñó un decisivo apoyo para la promoción de recursos turísticos y la publicidad de productos, equipamientos y servicios ofertados en un determinado territorio. Al uso puramente comercial de la herramienta cartográfica se le unió después un eficiente papel en los trabajos de ordenación territorial y planificación turística. La aparición de atlas temáticos dedicados especialmente al turismo, y más en concreto al que se desarrolla en ámbitos rurales y naturales, ha demostrado la idoneidad de la cartografía turística en un plano académico, además de que sea muy positivo, a la vez, su impacto a nivel social, institucional y técnico.

Palabras Clave: Turismo rural, cartografía turística, atlas temáticos.

ABSTRACT

Tourism in rural and natural spaces has become an important economic source with a profound impact on society, specially in most depressed areas. Cartography always played a decisive part in the promotion of touristic resources and the advertising of products, equipments and services offered in one particular area. To a merely commercial use of the cartographic tool, an efficient role in the works of territorial ordination and tourist planning, was added. The appearance of thematic atlas specially devoted to tourism, and more specially those developed in rural and natural spaces, has shown the ability of the touristic cartography in an academic plane, as well as its positive impact at social, institutional and technical levels.

Key Words: Rural tourism, touristic cartography, thematic atlas

INTRODUCCIÓN

El uso de los mapas en la promoción de los destinos turísticos tiene una larga tradición. La cartografía queda asociada, así, al turismo de manera efectiva, habiéndose afianzado con el tiempo ese lazo hasta tender en la actualidad otros muchos puentes de comunicación que aprovechan las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información.

Los valores que la cartografía pone al servicio de todos aquellos que tienen que ver con la actividad turística -gestores, promotores, planificadores, los propios turistas, etc.- son de notable calado. En primer lugar, destaca la principal virtud de los mapas: ofrecer información localizada. Esta es una cuestión esencial. Dónde es la pregunta clave que todo mapa contesta y eso en turismo resulta decisivo. La ubicación de recursos y productos turísticos en su contexto territorial, la accesibilidad y distancia entre aquellos y el turista potencial son informaciones, en suma, que el mapa ofrece sin

ambigüedad. En segundo lugar, cabe destacar el valor universal del lenguaje cartográfico; la expresión de los contenidos mediante las variables visuales, que ostentan la fuerza del simbolismo abstracto de lectura intuitiva y fácil, añade una relevancia muy notable al mapa hasta convertirlo en el documento más popular en manos de turistas y más utilizado en el campo científico y operativo. En tercer lugar, se debe señalar el poder sugerente que posee el mapa ante el usuario; en último extremo es una imagen a la que se le puede, y debe, dotar de una cierta belleza; esto implica que la información se reciba de un modo más amable, incluso con satisfacción estética. Por último, la cartografía hace menos esforzada la adquisición de una determinada información que tenga, naturalmente, implantación territorial; este es un aspecto a tener en cuenta si el destinatario, sobre todo, es el propio turista, aunque tampoco es desdeñable este valor de cara a sectores más especializados, en el campo científico y técnico.

El turismo despliega su actividad, obviamente, sobre un territorio. Lo hace a tenor de los productos ofertados o bien de los recursos aún inactivos que ostentan, sin embargo, un cierto atractivo. Las transformaciones espaciales son, como consecuencia del despliegue de la función turística, no pocas veces, de notable impacto. El paisaje acoge, en ocasiones, esos cambios sin mayor dificultad; en otras, las rupturas son más traumáticas afectando sensiblemente a la condición del recurso o a su contexto. Infraestructuras, equipamientos y servicios para el turista apoyan esa función que puede llegar a ser muy importante para un determinado territorio por su repercusión en el empleo, la vitalidad del tejido empresarial y, en suma, la creación de riqueza. El turismo, en definitiva, tiene una clara dimensión espacial y eso le hace objeto idóneo de la cartografía: distribución de recursos y productos, ubicación de servicios y actividades lúdico-recreativas, movilidad espacial del flujo turístico, repercusiones de la función turística en otros sectores de fuerte impronta territorial, etc.

Son numerosos los ejemplos que avalan esa feliz relación entre turismo y cartografía. La cartografía turística acumula una larga experiencia bien como servicio puntual (mapas murales, cartelería, folletos divulgativos, etc.), bien como herramienta de análisis sistemático del fenómeno turístico en un territorio. En este artículo nos vamos a referir al segundo de los aspectos que acabamos de citar, y más en concreto ceñiremos, en la última parte, su aplicación al turismo rural a partir de tres experiencias que hemos vivido en los últimos años: Atlas del Turismo rural de Castilla-La Mancha (2004), Atlas del Turismo Rural de la Sierra Norte de Guadalajara (2007) y Atlas del Turismo en Espacios Rurales y Naturales de España (2008).

EL TURISMO EN LOS MAPAS: DE LAS GUÍAS A LOS ATLAS

La planificación turística parte de dos supuestos: la existencia de recursos turísticos básicos en el territorio y la constatación de una demanda potencial una vez que aquellos se transforman, de hecho, en productos turísticos. Esas dos condiciones previas sustentan la verosimilitud de una hipótesis que planteara como posible el nacimiento y consolidación de un auténtico sistema turístico en un determinado territorio.

Un sistema turístico moviliza componentes muy diversos: los recursos; la demanda; los factores

que inciden en la oferta; y las empresas turísticas (López Olivares, 1993). De todos ellos, el que ostenta una clara implicación territorial son los recursos que, aun siendo de muy variada condición (naturales/antrópicos, materiales/intangibles, básicos/complementarios, permanentes/temporales, etc.), tienen ubicuidad y, por tanto, posibilidad de ser tratados sin mayor dificultad por la cartografía.

El proceso de transformar un recurso turístico en producto turístico tiene cierta complejidad. Intervienen en su construcción "los diferentes aspectos territoriales y socioeconómicos, desembocando en un producto heterogéneo de manera que se presenta como una pequeña dinámica socioeconómica en el ámbito de un sistema socioeconómico general" (López Olivares, 1993). En otras palabras, el producto turístico requiere de una base física (la existencia del recurso en un territorio), un proceso económico (una inversión monetaria necesaria para su puesta en el mercado y la capacidad financiera de una potencial demanda que lo consume), un significativo ingrediente social, que alude a la formación en el manejo sensato del producto turístico (equivalente a decir gestión sostenible del recurso), y la necesaria reflexión científica acerca de lo acaecido con el fin de evaluar aciertos y errores y obtener un aprendizaje para posteriores acciones (la conveniente I+D+i). En el Gráfico 1 queda sintetizado este proceso.

En efecto, aunque con otras palabras y sin alusiones explícitas a la sostenibilidad o a la formación del capital humano en la gestión del producto turístico, queda bien expresado en el ideograma el camino que recorre todo proceso que trate de generar un sistema turístico en un territorio. La cartografía, en la actualidad, instalada en el seno de las Tecnologías de la Información Geográfica, desempeña un papel importante en este itinerario, diferenciándose cuatro fases bien distintas que pasamos a comentar.

Como primer paso, la imagen cartográfica es la mejor expresión analítica del territorio. La realidad queda seccionada temáticamente haciéndose más fácil su aprehensión. El análisis espacial desmenuza un hecho extraordinariamente complejo como el territorio y vuelca en mapas los resultados, contribuyendo así al conocimiento científico, progresivo por necesidad, del ámbito geográfico estudiado. Los recursos turísticos territoriales son representados cartográficamente, lo que supone un valor añadido de enorme significación al mero inventario. Los mapas fijan la posición de los

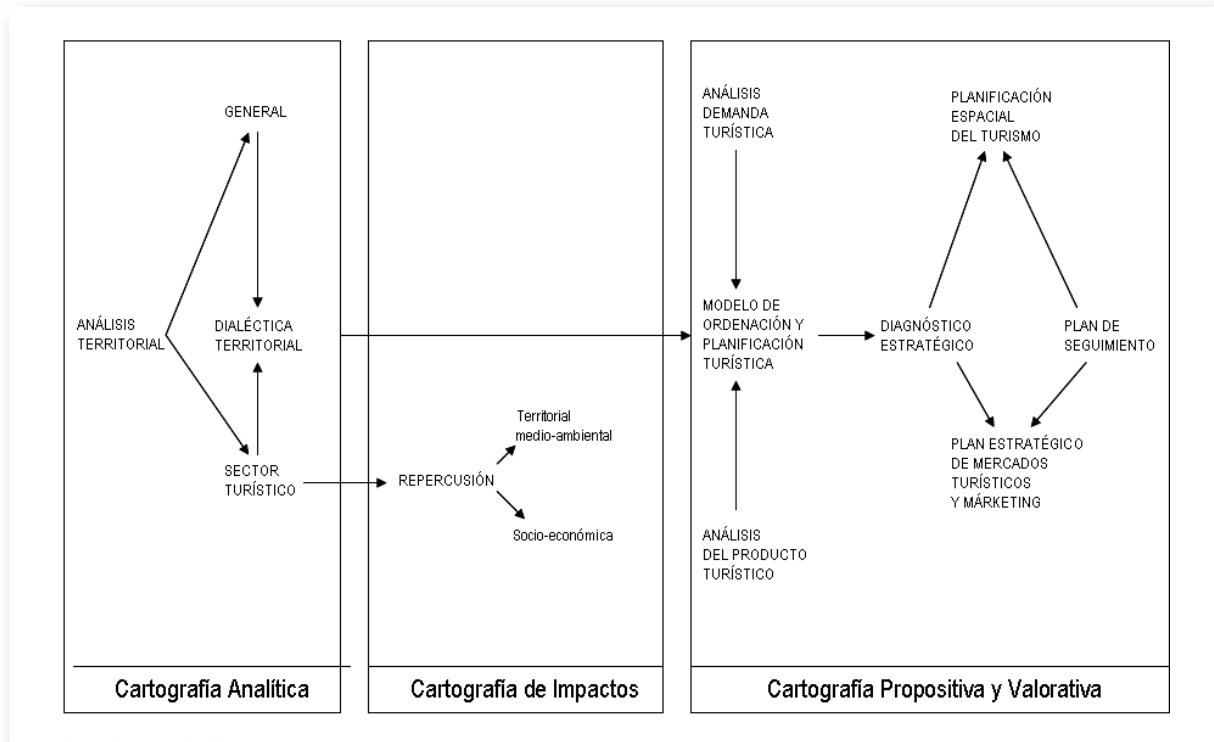


Gráfico 1.- Plan general para el análisis del desarrollo turístico. Fuente: López Olivares (1993, modificado).

recursos, establecen diferenciaciones tipológicas y pueden mostrar rangos y valoraciones analíticas de los mismos.

En segundo lugar, la cartografía posibilita hacer simulaciones de impactos ambientales y socioeconómicos, propios a la fase de exploración y manejo del recurso turístico. Una apreciación visual de la magnitud espacial de las afecciones y la intensidad diversa de las mismas se convierten en elementos cardinales para la toma de decisiones en orden a la corrección de impactos previsibles como consecuencia de la potencial puesta en escena del producto turístico.

En tercer lugar, la planificación turística requiere expresar en mapas la atribución espacial de funciones, la localización de productos turísticos básicos y complementarios, los flujos de demanda previsibles y la esperada consolidación del tejido social y económico. Es el momento de la cartografía propositiva.

Por último, los mapas vuelven a ser un recurso muy importante en la última fase de evaluación, seguimiento y aprendizaje. El sistema turístico construido puede distar más o menos del previsto; los impactos han podido variar en relación a la prognosis realizada; determinadas actuaciones han podido resultar exitosas frente a otras frac-

sadas. Todo ello abre el camino a la cartografía valorativa, auténtico punto y seguido en la gestión del desarrollo turístico.

Todos estos aspectos tienen un componente potencial, que la planificación trata de activar, y otro real, que es el camino diseñado por los agentes de desarrollo para que el afianzamiento del sistema turístico goce de seguridad, previsión y buen hacer. En este sentido, las nuevas tecnologías hacen factible concebir la cartografía como "herramienta abierta" que actualiza con facilidad contenidos y pone al alcance del técnico nuevas imágenes con el fin de apoyar su gestión.

El significativo papel de la cartografía en los procesos de análisis científico de un territorio y, sobre todo, de planificación y propuesta de acciones de desarrollo turístico parece fuera de toda duda. Las nuevas Tecnologías de la Información Geográfica han hecho incrementar, si cabe, la presencia de la cartografía en estos ámbitos, académico y operativo. Sin embargo, mucho más frecuente, y sobre todo de más larga tradición, ha sido la presencia de los mapas en las guías turísticas y folletos informativos. Bien es cierto que el rigor y la calidad no siempre acompañaron estas representaciones, bien sujetas a modos, intereses comerciales y promoción de tipismos que terminaban por anular parte del valor cartográfico del producto. Como

señala Domínguez Mújica, “el mapa fue perdiendo su carácter científico y quedó subordinado a las necesidades del reclamo turístico, como pone de manifiesto que se dotara, paulatinamente, de nuevos símbolos. Conservaba la utilidad que le otorgaba la representación sintética del territorio, pero perdía rigor, se vulgarizaba al servicio de la imagen turística que deseaba transmitir” (Domínguez Mújica, 2007).

Esta misma autora hace un excelente repaso a la utilización de la cartografía en la promoción turística de Canarias que va desde finales del siglo XIX y principios del XX, tiempos en los que se puede hablar de una cartografía científica al servicio de un turismo de élite, al pintoresquismo, racionalismo y tipismo de los años cuarenta y cincuenta de la anterior centuria y a la promoción del turismo de masas una década después.

Como señalábamos en un anterior trabajo (Sancho Comíns *et al.* 2001), las guías y folletos turísticos tuvieron siempre predilección por la información visual que necesariamente acompañó a la literaria y fotográfica. Unas veces, mapas, en otras ocasiones, planos y, en no pocas, meros bocetos o croquis espaciales acogían información temática referente a servicios y productos turísticos (alojamientos, museos, puntos de información turística, aparcamientos, miradores paisajísticos, iglesias, castillos, etc.) o reflejaban, con apoyo de fotografías o dibujos, hitos y tipismos del imaginario popular.

Más recientemente, se han incorporado a estas guías recursos complementarios como las fotografías aéreas oblicuas o incluso las imágenes obtenidas desde los satélites artificiales. Algunas de ellas toman el nombre de aeroguías. Sobre la imagen aérea se imprimen las informaciones que se juzgan de interés (recorridos y paseos, cimas con vistas panorámicas de interés, ermitas y monumentos, parques naturales, campings y otros servicios, etc.). Un texto breve, situado junto a la aeroimagen y siempre acompañado por fotografías oblicuas, sirve para descubrir el territorio inserto en aquella y ofrecer informaciones útiles como las características de las playas y puertos deportivos, teléfonos de interés general, e incluso algunos datos históricos de los asentamientos. Un claro ejemplo de esta modalidad es la Aeroguía del Litoral de Valencia y Castellón (García Alagorta 1997).

Mucho más cerca de la preocupación académica y, por lo tanto, despojada del cariz pragmático de lo

dicho anteriormente, están los atlas. Estos documentos tienen en los mapas el soporte esencial de comunicación de contenidos. El turismo también ha tenido en ellos un espacio como actividad económica de notable repercusión territorial y ha ido ganando en presencia e importancia con el paso del tiempo. Hagamos un somero repaso de la presencia del turismo en algunos atlas; puede resultar muy ilustrativo de cómo se ha resuelto el binomio cartografía-turismo en este tipo de obras.

En los atlas de carácter más general y de escalas más globales (mundiales, nacionales, y grandes regiones), se ofrece la localización de los recursos turísticos más destacados (lugares/monumentos de interés turístico, parques naturales, castillos, ruinas, balnearios, albergues de montaña, parrador, etc.), representados mediante signos/iconos similares a los utilizados en las guías turísticas y que, en cierto sentido, podríamos considerar como convencionales. Los ejemplos son múltiples, así que sólo citaremos algunos de los más conocidos: Atlas Mundial Gráfico Aguilar (Aguilar, 1976), Atlas Gráfico de España Aguilar (Echeandía, 1982) y Atlas Gráfico de Andalucía Aguilar (Echeandía, 1978). En este apartado se incluiría también el Gran Atlas Turístico de España y Portugal, editado por Nobel para el diario ABC en 1994. Aunque es el único documento que conocemos con el título de atlas turístico, su estructura es idéntica a la de las guías turísticas, y no responde a lo que cabría esperar por su denominación.

A escala continental, la información sobre turismo que aparece en los atlas se engloba, normalmente, en un mapa de actividades económicas, junto a la agricultura, industria y otros servicios. Al incorporar información tan variada, sólo se representan los elementos de interés turístico más destacados, sin hacer grandes distinciones entre ellos. Por ejemplo, en el caso del Grand Atlas du Continent Africain (Van Chi-Bonnardel, 1973) se diferencian estos cinco elementos: hoteles de lujo y de primera clase, hoteles de segunda clase, lugares arqueológicos, monumentos y centros turísticos.

Los atlas a escala nacional suelen incluir una sola lámina bajo el título de Turismo. Este es el caso de los atlas de Alto Volta (1975), Mauritania (1977), Costa de Marfil (1978) y Zaire (1978), realizados en Francia durante la década de los 70. En la lámina dedicada al Turismo aparece un mapa de todo el Estado con información general sobre infraestructura hotelera, recursos turísticos y principales rutas. Un ejemplo italiano, el “Atlante Generale

Metodico de Agostini" (Istituto Geografico de Agostini, 1984), dedica una lámina para el turismo y las comunicaciones; en esta, aparece un mapa de Italia a escala 1:4.500.000 con información sobre los recursos turísticos (balnearios, estaciones alpinas, zonas de interés artístico, etc.), junto a información sobre el número de turistas. Al lado de este mapa aparece uno de escala 1:12.000.000 con la red de transporte.

El Atlas d'Andorra (Gómez Ortiz, 1991), el Atlas Nacional de México (Instituto de Geografía UNAM, 1990) y el Nuevo Atlas Nacional de Cuba (Oliva, 1989) ofrecen una información más variada. El primero incluye información sobre establecimientos hoteleros y sobre la distribución espacial de refugios y camping (dos mapas); el segundo sobre los principales lugares de interés turístico, principales balnearios, capacidad hotelera y principales centros turísticos (cuatro mapas); y el tercero sobre recursos recreativos y regiones recreativas (en una lámina doble) y sobre alojamientos para el turismo (dos mapas y dos planos en una sola lámina).

A este mismo nivel, el Atlas de Israel (Survey of Israel, 1970) presenta una visión algo más completa que los anteriormente comentados. Dedicar dos láminas al tema del turismo, e incluye cinco mapas de Israel (áreas de interés natural o recreativo, lugares de interés histórico o religioso, entrada y salida de turistas, ocupación hotelera e infraestructura hotelera) y un mapa del mundo con el número de turistas por país de origen que visita Israel. Quizá, la mayor novedad de este documento es la integración de mapas de los recursos turísticos del país, junto a información de tipo más funcional (número de turistas, ocupación hotelera).

En el caso del Gran Atlas de España editado por Planeta (1989) aparecen uno o dos mapas por Comunidad Autónoma. Estos mapas forman parte de una composición más amplia que completa una lámina dedicada a actividades terciarias. No siempre son los mismos mapas; por ejemplo, en la Comunidad de Madrid aparece un mapa de residencias secundarias y otro de espacios naturales de interés; mientras que en Baleares, los mapas hacen referencia a la capacidad hotelera y al equipamiento para el deporte y el turismo; o en Cataluña sólo aparece un mapa con lo que denominan "recursos turísticos" (puertos deportivos, esquí, balnearios, parques, monumentos, etc.). En esta misma línea se encuentran el Gran Atlas de España editado por Plaza & Janés en 1997 y el

Atlas de España, incluido en la Enciclopedia Universal Ilustrada, editada por Espasa Calpe en 1998. Ambos siguen un enfoque similar, si bien el primero, incluye, como novedad, un mapa con la red de paradores nacionales y dos mapas sobre el Camino de Santiago.

En el Atlas Nacional de España (Instituto Geográfico Nacional, 1997) el turismo llega al estatus de capítulo, recibiendo el tratamiento específico que merece una actividad tan destacada para nuestro país. No es de extrañar que en una potencia mundial en materia de turismo como es España se preste una mayor atención a este fenómeno. Además, el Atlas dedica mucho espacio a los temas económicos, de hecho son los que alcanzan comparativamente un mayor desarrollo (cinco secciones). Se le asignó el Cuaderno 33 y apareció incluido en la sección IX que se tituló "Otras actividades y servicios", al mismo nivel que otros temas tan importantes como la Organización del Estado, la Sanidad, la Educación y la Ciencia, el Arte y la Cultura, etc.

Merece la pena referir su estructura temática y ponderar la importancia de cada uno de los aspectos tratados. A primera vista, se observa que el cuaderno se compone de una serie de mapas ordenados según una secuencia temática lógica, enriquecidos por unos recursos que le sirven de apoyo entre los que destaca un texto introductorio al comienzo, de trece páginas, en el que se aclaran algunas cuestiones conceptuales. Además, a lo largo del documento, se van insertando diversas fotografías, gráficos, y tablas estadísticas, recursos que, en suma, se complementan perfectamente con los mapas para la transmisión de la información temática. La serie cartográfica propiamente dicha, que lógicamente posee un mayor peso (33 páginas) que esa primera introducción textual, trata cuatro grandes temas a lo largo del documento. En primer lugar están situados los mapas dedicados a mostrar los recursos turísticos de España que ocupan 10 páginas, seguidos a lo largo de 12 páginas por los de la oferta. Dedicar después 9 páginas a tratar la demanda turística mientras que sólo una al empleo generado por el sector.

En cuanto a los atlas de escala regional, donde se inscribe la mayor parte de los Atlas que se publican en nuestro país en la actualidad, en general, dedican un espacio más extenso al tema del turismo que los de escala nacional, si exceptuamos el Atlas Nacional de España anteriormente comentado, aunque no existe homogeneidad entre los distintos documentos consultados.

Los atlas franceses de las regiones de Aquitania (Institut de Géographie et d'Études Regionales de l'Université de Bordeaux III, 1973) y Normandía (Association pour Atlas de Normandie, 1970), por ejemplo, publicados al inicio de la década de los 70, dedican dos láminas a temas relacionados con el ocio, aunque no aparecen en una sección específica sobre turismo. En ambos casos existe un mapa de residencias secundarias. Sin embargo, en tanto que el atlas de Aquitania presenta un mapa de equipamientos culturales (teatros, cines, etc), el de Normandía incluye uno de frecuentación turística (número de viajes, número de viajeros en hoteles, etc).

En España, todas las comunidades autónomas poseen o están realizando atlas temáticos sobre su territorio. En general, aunque varía de unos a otros, no dedican un espacio demasiado extenso a este fenómeno. En el caso menos favorable al tema que nos ocupa, algunos atlas regionales no incluyen ninguna lámina gráfica dedicada al turismo, si bien existen mapas sobre la historia de la región, que nos informan sobre las zonas de interés cultural; esto sucede en el Atlas de Castilla-La Mancha (Díaz Moreno, 1986) y Atlas Básico de Canarias (Alfonso Pérez, 1980). En el primer caso, existen 4 láminas con planos sobre la evolución histórica de las cinco capitales y Talavera de la Reina y Puerto Llano, una lámina con un plano de Toledo en los siglos XI y XII, y diez láminas sobre la historia de la región; todas ellas con elementos de gran interés turístico (arte visigodo, mozárabe y musulmán, arte románico y protogótico, arte y cultura del siglo XVIII, cañadas de la Mesta, etc.). En el segundo caso, se dedican dos láminas a la prehistoria (con la representación de cuevas-enterramiento, arte rupestre, etc.) y otras dos al siglo de la conquista (rutas seguidas por los conquistadores).

En este mismo caso se encuentra el Atlas de la Comunidad de Madrid (Mas Hernández, 1992), que no posee una sección dedicada al turismo, pero que incluye cuatro láminas con información relacionada con el mismo. La sección "Patrimonio cultural" ofrece dos mapas (cada uno en una lámina), uno con la cronología de los asentamientos y otro con los elementos y conjuntos de mayor relevancia. En la sección "La ciudad" se incluye un plano monumental de Madrid. Por último, en la sección "La agricultura y el paisaje agrario" aparece un mapa sobre espacios de ocio, que incluye zonas de caza, pesca, esquí, deportes náuticos, y refugios y alojamientos turísticos.

El término medio lo constituyen los atlas que incluyen una o dos láminas dedicadas expresamente al turismo. En este caso se encuentran el Atlas de les Illes Balears (Matas i Tort, 1979), con una lámina dedicada a la capacidad hotelera, el Atlas Básico de Andalucía (Pezzi Cerello, 1992), con una lámina sobre ofertas y recursos turísticos, el Atlas Interinsular de Canarias (García Rodríguez, 1990), con dos láminas sobre infraestructura turística e ingresos del sector turístico y principales urbanizaciones, y el CD-Atlas de Catalunya (Miranda, 1993), con dos láminas referentes a establecimientos hoteleros y a camping. Al igual que los atlas anteriores, todos estos documentos incluyen otra información de interés turístico (historia y cultura), pero fuera de esta sección.

Por último, los atlas regionales que dedican mayor espacio al tema que abordamos incluyen tres o cuatro páginas en la sección de turismo. En el Atlas del Territorio de Castilla y León (Ramírez, y Reguera, 1995), bajo el título "Turismo y Bienes Culturales", aparecen tres láminas con los siguientes mapas: bienes inmuebles de interés cultural; localización de hoteles, pensiones, paradores, balnearios y hospederías; localización de camping e instalaciones de juventud; centros de interpretación de la naturaleza; y estaciones de esquí.

En el Gran Atlas de Navarra (Floristán Samanes, *et al.* 1986) el título de la sección es "Turismo y Deportes", con un total de cuatro láminas, dos y media dedicadas a mapas. En la primera lámina gráfica aparecen cuatro mapas: conjuntos y monumentos artísticos; zonas de interés paisajístico; principales itinerarios turísticos; y zonas de residencia secundaria. En la segunda lámina aparecen los siguientes mapas: campos de fútbol; piscinas y complejos deportivos; pistas deportivas, gimnasios, golf, tiro y equitación; cotos de caza; cotos de pesca; y un plano con el patrimonio monumental, equipamiento deportivo y zonas verdes de Pamplona.

El siguiente nivel lo constituyen los atlas provinciales, entre los que podríamos considerar algunos de los citados anteriormente por tratarse de comunidades autónomas uniprovinciales (Madrid, Navarra). Pese a que podría pensarse que al ocuparse de un territorio más pequeño (mayor detalle espacial), el tema del turismo adquiriría mayor peso, esto no es así. La información que ofrecen estos atlas es muy similar a los regionales y, al igual que estos, muy heterogénea entre los distintos documentos consultados. En el Atlas de la pro-

vincia de Castellón (Sancho Comíns, 1982) se dedica una lámina al turismo, en la que aparecen cuatro mapas con los siguientes temas: alojamiento hotelero; situación y capacidad de los camping; monumentos de interés turístico; e itinerarios costa-interior de interés geográfico.

En el Atlas de la Provincia de Cádiz (Barragán Muñoz, 1995) aparece una sección dedicada a "La oferta turística", con un mapa sobre recursos y equipamientos turísticos y otro sobre la tipología de alojamientos turísticos (cada uno en una lámina). Además, incluye otra lámina dedicada a "Equipamientos y servicios" con mapas sobre la oferta histórico-cultural y los equipamientos deportivos (ambos en una misma lámina).

Para finalizar esta sección, el "Atlas Geográfico Provincial Comentado de Almería" (Díaz Álvarez, 1984) también incluye una sección dedicada al turismo ("El sector servicios: la importancia del turismo"), con mapas sobre las rutas y centros turísticos y sobre las plazas en alojamientos turísticos. No obstante, incluye información de gran interés en otras dos secciones: en "Los recursos: otras posibilidades naturales" se incluye un mapa de fuentes termales y manantiales dietéticos, y en "El entramado de la organización espacial: las rutas provinciales de especial interés" aparece el mapa de rutas de interés turístico, monumental y arqueológico.

Por último, han aparecido también atlas dedicados a espacios de extensiones más reducidas, como los comarcales o municipales. En estos documentos tampoco se dedica una sección muy extensa al turismo. El Atlas de la Marina Alta (Mas Llorens, 1993) incluye una sección titulada "El turismo y la urbanización" en la que incluye planos de la evolución histórica de Denia y Ondara y una doble lámina con el mapa de infraestructuras básicas (carreteras, pozos, depósitos de agua, depuradoras, etc.); como es evidente, pese al título de la sección, no se hace referencia a las actividades turísticas propiamente dichas.

En el Atlas de la Ciudad de Madrid (Buelo Rodríguez, 1992) no existe una sección dedicada al turismo, pero aparecen varios mapas sobre aspectos relacionados con este en la sección de "Actividades" (restaurantes, cines, teatros, auditorios de música, cenas y copas, museos y galerías de arte, instalaciones hoteleras, instalaciones deportivas y espacios libres y zonas verdes).

En resumen, debemos señalar la falta de uniformidad en cuanto al tratamiento de la información turística en los atlas. La heterogeneidad encontrada hace referencia, principalmente, a dos cuestiones. En primer lugar, no queda clara la necesidad de incluir una sección exclusiva para el turismo; de modo que, en algunos atlas no aparece tal sección, en otros aparece esta variable dentro de una sección más general (los servicios), en tanto que otros dedican una sección exclusiva más o menos extensa. Este hecho está altamente relacionado con la escala del documento, siendo más evidente la necesidad de incluir una sección dedicada al turismo cuando se trabaja a resolución espacial de mayor detalle, aunque no siempre se demuestra esta relación. En segundo lugar, no quedan claramente definidas las variables que entran a formar parte de esta sección. Como ya adelantamos, las actividades turísticas dependen de multitud de factores físicos y humanos, que pueden incluirse perfectamente en algunas de las secciones clásicas de un atlas temático (relieve, clima, hidrología, vegetación y fauna, red de comunicaciones, historia, etc.); por ello, es sumamente difícil decidir qué mapas deben formar parte de una sección dedicada a este fenómeno.

En los documentos consultados, en suma, aparecen mapas que aluden al turismo que podríamos englobar en cinco categorías:

- i) Recursos naturales y/o histórico-culturales. Son los más representados y los de mayor tradición, ya que son los más profusamente utilizados en las guías turísticas.
- ii) Relacionados con el punto anterior, aparecen planos monumentales de ciudades y rutas de interés turístico; las segundas son más frecuentes, aunque el número de mapas incluidos en los atlas consultados es muy inferior al de mapas dedicados a los recursos. Estos planos y rutas también son típicos de las guías turísticas.
- iii) Equipamiento hotelero y de camping y grado de ocupación de los mismos. Esta es una variable muy representada en los atlas consultados, la segunda tras los mapas de recursos turísticos.
- iv) Número de visitantes y procedencia de los mismos. En algunos casos, también se cartografía el número de salidas desde la región de estudio y el lugar de destino. Este tipo de información, especialmente la se-

gunda, no es demasiado frecuente en los atlas consultados.

v) El último factor que se incluye en la sección dedicada al turismo son las residencias secundarias, que se incluyen en aproximadamente el 30% de los atlas consultados.

La disparidad de soluciones a la hora de afrontar la cartografía del turismo es evidente. Nuestra experiencia en la realización de tres atlas específicos sobre turismo en espacios rurales y naturales puede resultar interesante para ver cómo se ha construido un discurso cartográfico sobre un tema muy concreto y a lo largo de un espacio extenso. En nuestro caso, por lo tanto, es el turismo el eje central y de él penden todas las informaciones y no al revés, como acabamos de ver en los ejemplos precedentes. En primer lugar, abordaremos en este trabajo la fundamentación conceptual que este tipo de obras requiere y, después, presentaremos el proceso concreto que hemos vivido en la ejecución de tres atlas del turismo en espacios rurales y naturales de los que hemos sido responsables.

ELEMENTOS ESTRUCTURALES Y CONSTRUCTIVOS DE UN DISCURSO CARTOGRÁFICO CON PERSPECTIVA CIENTÍFICA: APLICACIÓN AL TURISMO EN ESPACIOS RURALES Y NATURALES

El Tema del turismo en espacios rurales y naturales, como tantos otros fenómenos de fuerte implantación territorial, concita un interés multidisciplinar. A la hora de su análisis, estudio y, por lo que a nosotros corresponde, su representación cartográfica deben abordarse facetas muy heterogéneas que van desde el propio medio natural al bagaje patrimonial y a los productos turísticos, los servicios complementarios, el componente sociológico del flujo turístico, el perfil del tejido empresarial creado y, en suma, la repercusión económica que supone para un determinado territorio y sus gentes.

En nuestro caso, el mensaje o acopio temático se plasma en lo que denominamos “discurso cartográfico”, que en los atlas queda enmarcado, a su vez, por otros recursos de comunicación como las fotografías, croquis, gráficos, dibujos, ideogramas, imágenes satélite y textos literarios. Ciñámonos ahora en desvelar los elementos estructurales y constructivos que un discurso cartográfico, debe tener en cuenta cuando se ejecuta en un marco científico.

En primer lugar, entendemos por estructura la secuencia lógico-temática que sigue la presentación de contenidos. Esta puede seguir una opción clásica, rupturista o de tipo mixto. La primera tiene un perfil eminentemente analítico y ordena los contenidos según pertenezcan al complejo natural, sean bagaje histórico o remitan a las actividades que hombres y mujeres despliegan sobre el territorio. En el caso del turismo rural, se presentarían, en primer lugar, los recursos turísticos básicos (naturales y de origen antrópico, en definitiva el patrimonio natural y cultural); después podría seguir la representación cartográfica de las infraestructuras, servicios, equipamientos, recursos complementarios y productos turísticos, y, por último, cerrar con las actividades de ocio y recreación a realizar por los turistas (Gráfico 2).

Una segunda opción, más rupturista, podría encadenarse haciendo de la transversalidad de los temas el soporte estructural del discurso cartográfico. En este supuesto deberían elegirse contenidos clave a partir de los cuales podrían desgranarse aspectos más particulares, tejiendo una malla fuertemente correlacionada, integradora y, de alguna manera, mucho más cercana a las características de la propia realidad. Esta opción implica, a su vez, un planteamiento temporal en la ejecución del discurso cartográfico en tres fases que aparecen desglosados en el Gráfico 3.

Por último, una tercera opción (Gráfico 4), de cariz más sincrético o mixto, pretende aunar las ventajas de las dos anteriores. Por un lado, convierte el análisis cartográfico en pieza fundamental del discurso cartográfico, dado que entiende que la adquisición progresiva del conocimiento se acomoda mucho mejor a una presentación sectorializada de una realidad compleja como es la del turismo en espacios rurales y naturales. Por otro lado, no renuncia a crear en el mismo discurso cartográfico espacios de “recogimiento” o lectura más integradora de esa misma realidad diseccionada previamente. De esta manera, la secuencia de exposición temática adquiere un doble ritmo, alternando los tiempos de análisis con los de síntesis.

En concreto, nuestra experiencia nos ha mostrado la idoneidad de esta última opción en la que la parte analítica queda sustentada por la presentación desagregada de los recursos turísticos y los productos y servicios turísticos, y la parte sintética por la percepción integrada en el territorio de todos los recursos turísticos al mismo tiempo me-

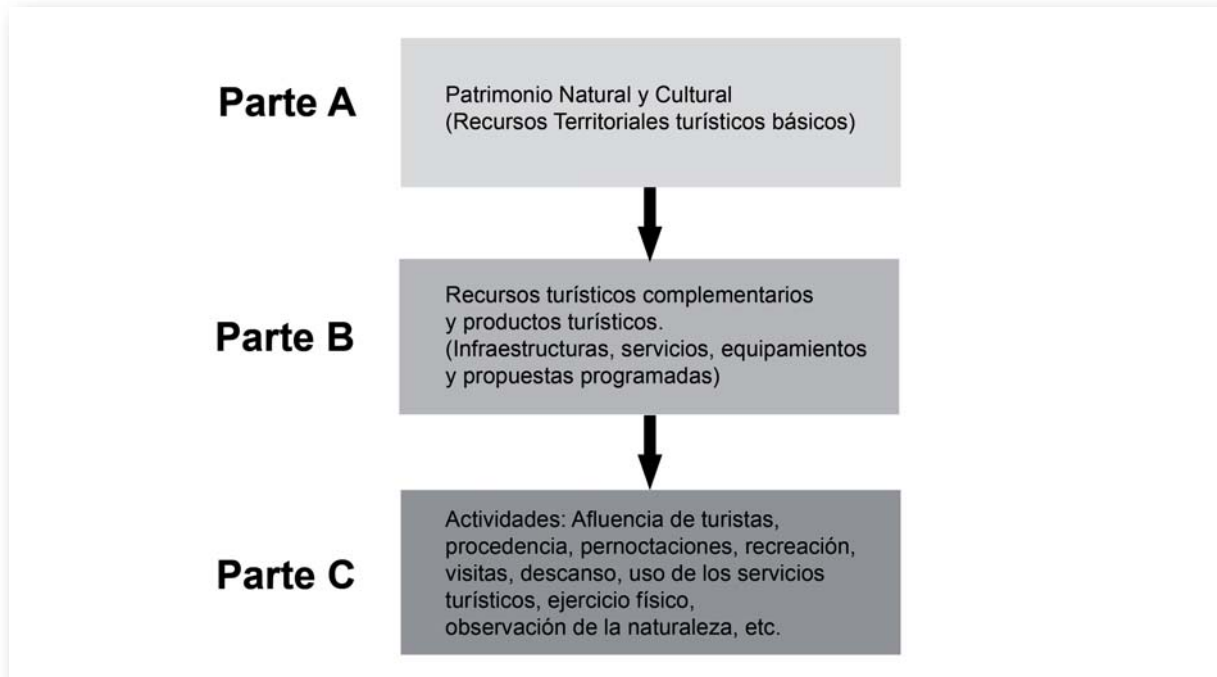


Gráfico 2.- Opción analítica descriptiva.

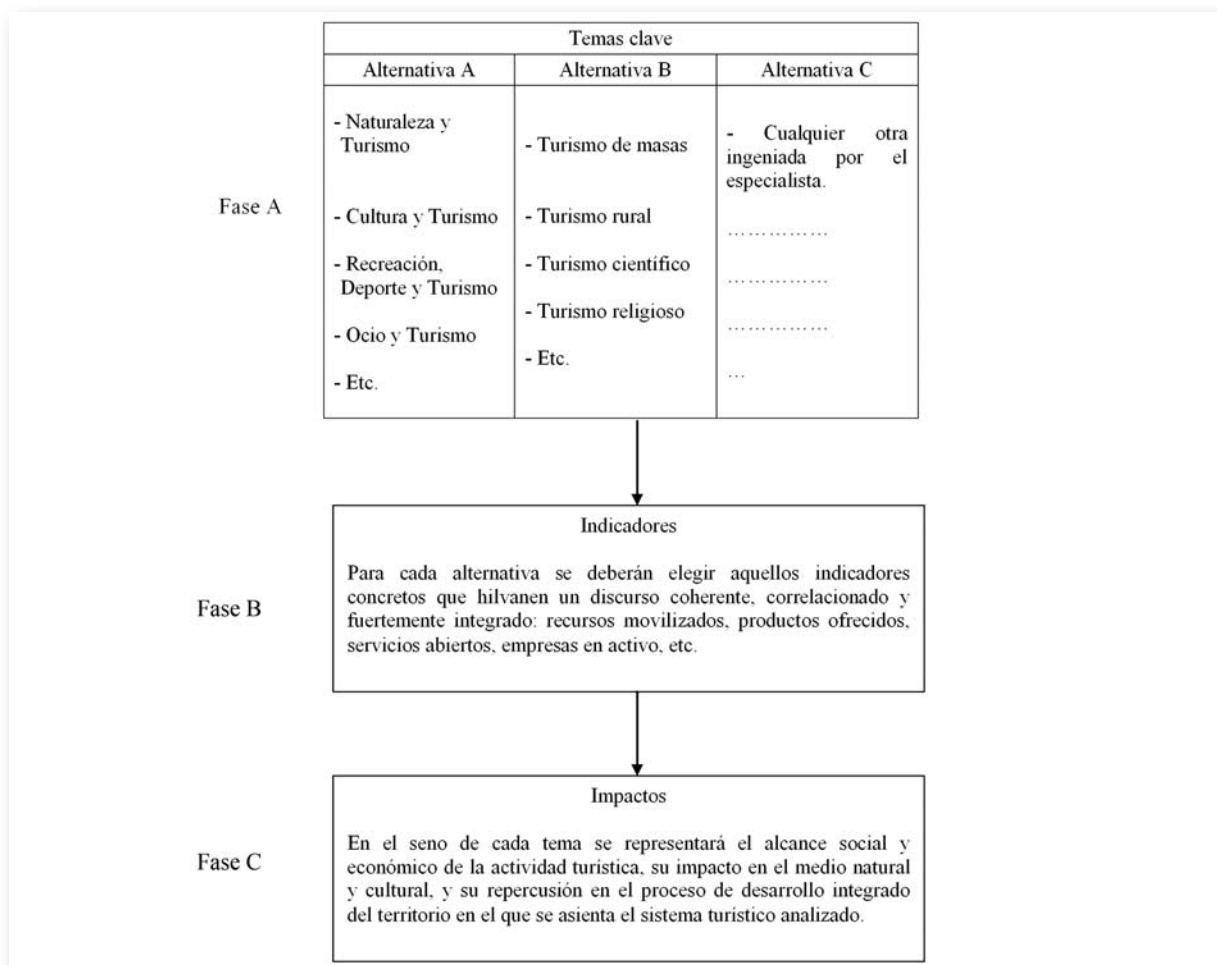


Gráfico 3.- Opción sintética transversal.

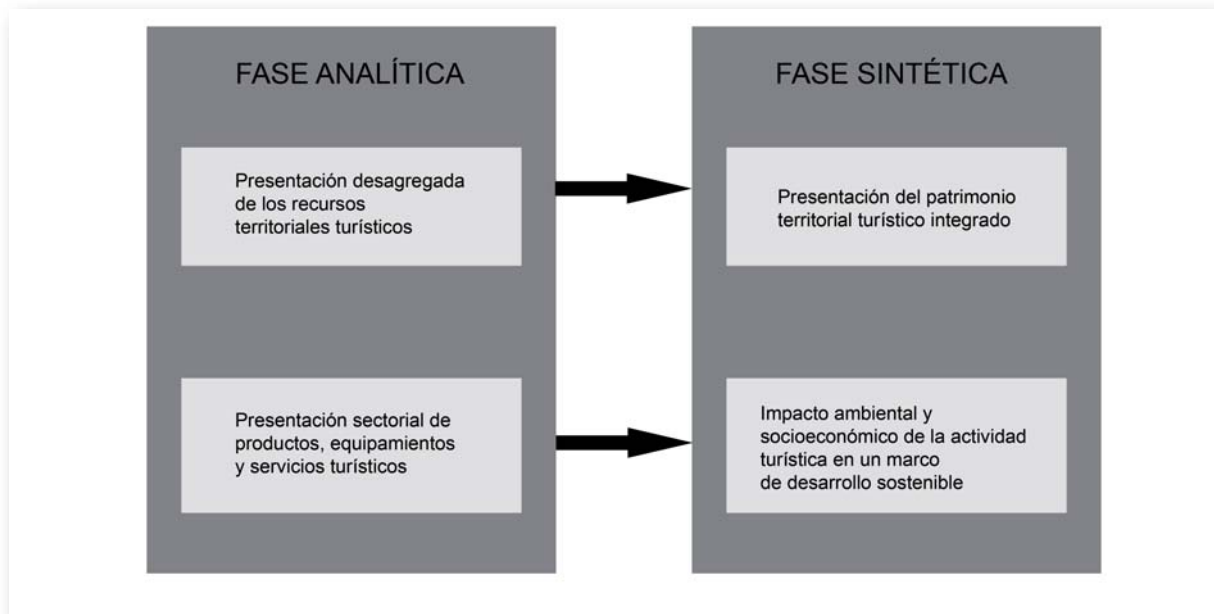


Gráfico 4.- Opción sincrética mixta.

dianter leyendas con un grado de generalización mayor, y la cartografía de los efectos globales de la actividad turística en el medio ambiente, la organización socioeconómica y el propio desarrollo territorial y humano.

Una vez elegida la opción lógico-temática que sustenta el discurso cartográfico se abre el proceso de construcción del mismo. Para ello, se necesita atender a cuatro factores: las bases cartográficas, la simbología temática, la coherencia de los elementos singulares en el marco común y la inserción del mapa en un contexto informativo plural. Veamos cada uno de estos aspectos.

Las bases cartográficas son el soporte en el que va a ser instalada la información temática específica, en nuestro caso, referida al turismo en espacios rurales y naturales. Ello requiere que sea elegida la escala y, sobre todo, se precise el contenido informativo que debe llevar el mapa básico. No es sencillo dar con acierto este paso, pues debe tenerse en cuenta, al mismo tiempo, la conveniencia de la base a cada tema, el respeto a una homogeneidad del conjunto del discurso cartográfico y la economía de medios. Eso quiere decir que no podemos elaborar una base específica para cada tema, cosa que sería ideal, sino respetar unos criterios comunes de estilo para el conjunto del discurso cartográfico y evitar gastos innecesarios. En el Gráfico 5 se observa una ficha de composición del mapa base que hemos utilizado habitualmente en nuestros trabajos y puede servir para conocer la especificidad requerida en cada

caso, aunque luego deban acomodarse los requerimientos a los criterios comunes aludidos.

La atribución de la simbología temática se erige como un aspecto esencial de la redacción cartográfica. Se trata de atribuir variables visuales a los contenidos temáticos a ser representados. El conocimiento de la sintaxis cartográfica se vuelve imprescindible y el respeto al libro de estilo condición ineludible. Bien sabemos que el lenguaje visual atesora unas posibilidades muy grandes que la creatividad del cartógrafo debe saber aprovechar; por otra parte, la racionalidad intrínseca del propio lenguaje lleva a utilizarlo con rigor en aras a producir un documento claro, legible y preciso. Nuestra experiencia nos ha llevado a diseñar una "ficha de asignación temática" (Gráfico 6), en la que, habitualmente, cada especialista de los diferentes aspectos tratados en el discurso cartográfico, señala su preferencia simbólica, aunque es el cartógrafo y el equipo de redacción cartográfica quienes toman la decisión final sobre la variable visual elegida. Esta está en función de dos constantes: el tipo de inserción en la base cartográfica y el respeto al libro de estilo del conjunto del discurso cartográfico.

La tercera cuestión a tener en cuenta en esta fase de construcción del discurso cartográfico es que este consta de piezas singulares pero solidarias a un marco común. Es decir, se trata de construir "individualidades" (son los mapas concretos) que eslabonan una cadena. Lo peculiar del discurso cartográfico es que puede leerse indistintamente

- **TÍTULO DEL MAPA:**
- **APARTADO TEMÁTICO:**
- **ESCALA:**
- **EXTENSIÓN TERRITORIAL** (en caso de ventana, indique coordenadas):
- **ELEMENTOS BÁSICOS DE LA BASE CARTOGRÁFICA:**

Elementos básicos		Si / No	Observaciones
Hidrografía	Ríos		
	Embalses y Lagunas		
	Canales y Acequias		
Curvas de Nivel	500		
	1000		
	1500		
	2000		
	Otras		
Tintas Hipsométricas			
Sombreado Orográfico			
Carreteras	Autovías		
	Nacionales		
	Autonómicas		
	Otras		
Ferrocarril			
Núcleos de Población	Capitales de Provincia		
	Más de 50.000 hab.		
	20.000 - 50.000 hab.		
	10.000 - 20.000 hab.		
	5.000 - 10.000 hab.		
	3.000 - 5.000 hab.		
Toponimia Básica			
Toponimia Específica			
Límites Administrativos	Provinciales		
	Municipales		

Gráfico 5.- Ficha de composición básica.

- **TÍTULO DEL MAPA:**
- **SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN** (Coropletas, Isolíneas, Símbolos Proporcional, etc.):
- **LEYENDA Y VARIABLES VISUALES** (Tamaño, Color, Valor, Forma, Orientación Simbólica):

VARIABLES VISUALES	UMBRALES Y PROPUESTAS CONCRETAS
Tamaño	
Color	
Valor	
Forma	
Orientación	

- **FUENTE DE DATOS**
- **OBSERVACIONES**

Gráfico 6.- Ficha de asignación temática.

de principio a fin o viceversa, o incluso comenzar por cualquier eslabón, a partir del cual cada usuario puede seguir una línea argumental propia. Para ello, conviene que las “unidades cartográficas” sean discretas y, a la vez, muy permeables. Una manera concreta de solucionar este desafío es atribuir autonomía a cada doble página del atlas, de tal manera que se presenten temas específicos que conciten interés por sí solos y, al mismo tiempo, abran la curiosidad a otros contenidos que están en los demás eslabones del discurso cartográfico.

Por último, el discurso cartográfico queda hilvanado a un contexto donde otros recursos de comunicación son concomitantes. Fotografías oblicuas y verticales, imágenes obtenidas por los sensores a bordo de los satélites artificiales, croquis, esquemas, gráficos y textos acompañan solidariamente a los mapas. Esta composición multiforme y heterogénea debe guardar coherencia en sí, es decir, en cada una de esas “individualidades” a las que nos referíamos en el párrafo anterior, y en relación al marco superior en el que se insertan. Para ello, se precisa fijar bien el sentido complementario de los recursos desplegados en una doble página, de tal manera que su lectura sinóptica contribuya a la percepción plural de esa realidad encerrada en mapas, textos y demás imágenes; por otro lado, el libro de estilo fijará, una vez más, los criterios de coherencia para el conjunto del mensaje desarrollado a lo largo del atlas.

EL TURISMO EN ESPACIOS RURALES Y NATURALES: EXPERIENCIAS Y APRENDIZAJE EN LA EJECUCIÓN DE TRES ATLAS TEMÁTICOS

El turismo en espacios rurales y naturales, como es bien sabido, y en este número de Serie Geográfica queda patente, está adquiriendo un significativo papel en el entramado socioeconómico de ese amplio territorio interurbano de nuestro país. La atención que se le presta a este fenómeno es creciente desde los centros de investigación y las universidades. No debe resultar extraño, por lo tanto, que, por nuestra parte, en los últimos ocho años hayamos desarrollado tres proyectos que, al fin, se convirtieron en la publicación de tres atlas temáticos sobre el turismo rural. El primero de ellos referido a un espacio regional -Atlas del turismo rural de Castilla-La Mancha- (2004), el segundo a un ámbito comarcal -Atlas del turismo rural de la Sierra Norte de Guadalajara- (2007), y el tercero al conjunto de España -Atlas del turismo en espacios rurales y naturales de España- (2008).

En los tres casos, los condicionantes generales que hicieron factible tal empeño son los mismos. En primer lugar, cabe señalar el interés social. En efecto, el turismo masivo de sol y playa, sin dar muestras por el momento de fatiga alguna, encuentra un excelente complemento en las tierras de interior. Una parte de la población, todavía minoritaria, elige para su descanso y recreo los espacios rurales y naturales donde el sosiego es mayor y se puede alcanzar un trato más íntimo con la naturaleza, las raíces culturales y los paisajes tradicionales. Otra buena parte de los turistas que siguen confiando en el reclamo del litoral frecuenta también el interior en fines de semana, días sueltos o periodos cortos. Unos y otros, de manera creciente, engrosan la demanda de un turismo que tiene en la calidad y excelencia su sello inconfundible.

Este movimiento hacia los espacios rurales y naturales coincide, además, con el declive de su tradicional función agraria. Esta ya no es, en muchas comarcas, la actividad primada; en otras, siente los embates de la Política Agrícola Común que propicia su desmantelamiento; y en casi todas se debilita por la falta de vitalidad demográfica y viabilidad económica. Sin que sea deseable su ocaso, sí debe reconocerse que, en adelante, la mencionada actividad agraria estará acompañada de ese incipiente abanico multifuncional (turismo, recreación, artesanía, gastronomía, producciones alimentarias de calidad, oferta cultural, conservación ambiental, valoración paisajística,...).

Junto al interés social se sitúa la preocupación institucional. Los organismos responsables de la política rural europea, los propios Estados, las regiones y comunidades autónomas y los entes locales o comarcales han emprendido acciones bien concretas con el fin de diversificar la estructura socioeconómica de los territorios rurales y, de manera específica, fomentar la función turística-recreativa en los mismos.

La Universidad siempre ha estado despierta ante los nuevos desafíos que la sociedad y los territorios le plantean. Parece lógico que los universitarios, desde su propio bagaje de conocimientos científicos y técnicos, inherente a su quehacer, participen con su trabajo en el esclarecimiento de un fenómeno tan llamativo como es el afianzamiento del turismo en los espacios rurales y naturales. Son numerosos los debates, congresos, reuniones científicas y publicaciones que los diferentes grupos de investigación sobre el mundo rural han impulsado en los últimos años.

Por último, cabe señalar la exigencia que los equipos de gestión territorial manifiestan en cuanto a la utilidad de las herramientas cartográficas. Son, en efecto, instrumentos de apoyo a la decisión que contribuyen a dotar de mayor sensatez a la planificación territorial. Un Atlas permite tener una idea más veraz de la compleja madeja de elementos naturales, sociales y económicos que integran la realidad; además, sus informaciones siempre están localizadas, lo que permite tener en cuenta el componente espacial de la decisión (Gráfico 7). La ejecución de un Atlas Temático se puede asemejar mucho a la construcción de un edificio: tiene unos fundamentos o cimientos, esconde una estructura y diseña distribuciones y elementos decorativos. En nuestro caso, los cimientos son las bases cartográficas y la información temática; la estructura se identifica con la opción lógico-temática o secuenciación sintáctica y, por último, la creación de espacios habitables y con cierto valor estético con la redacción cartográfica, la composición analógica y el apoyo literario.

En efecto, el edificio del Atlas debe tener unas sólidas bases cartográficas. Decisiones acerca de las escalas a manejar, procesos de generalización, opciones de composición cromática y efectos visuales importan mucho para que, después, se

pueda insertar la capa temática sin menoscabo de la misma. Los datos temáticos deben reunir dos condiciones necesarias: veracidad y especificidad. Es decir, el rigor en la obtención de los datos debe presidir el proceso de su adquisición; ponderar, contrastar y verificar son acciones ineludibles que la investigación asocia al trabajo de creación de la base de datos temática. La especificidad debe corresponderse a los objetivos de contenido del Atlas; es decir, fijados los fines precisos en cuanto a qué se busca con el Atlas y a quiénes va dirigido se eligen aquellas facetas concretas en orden temático que interesa tratar.

Sobre esos cimientos ya se puede levantar la estructura. Se precisa definir lo siguiente: la secuencia lógico-temática que debe engarzar los contenidos específicos; los soportes por dónde circulará la información temática con sentido coherente; la construcción, en suma, de un hilo conductor que dé cohesión a toda la obra. Las presentaciones analíticas y sintéticas podrán ser alternantes; los recursos y productos turísticos se verán acompañados por las instalaciones, servicios y actividades de recreación y turismo; y una presentación del marco general del desarrollo rural permitirá tener una visión más ajustada y ponderada del papel del Turismo en los actuales modelos



Gráfico 7.- Razones que avalan el interés del turismo en espacios rurales y naturales.

de incentivación y promoción de comarcas rurales deprimidas. Quizás no se perciba desde el exterior, como en una casa, pero la estructura resulta decisiva por apoyarse en ella todo ese amplio espectro de información turística (Gráfico 8).

Por último, tres son los aspectos que rematan la obra del Atlas: la redacción cartográfica, la composición analógica y los textos. Son la parte visible, directamente inteligible, que se ofrece al lector. Los mapas temáticos son redactados con la debida atención a la composición de las capas básicas y la correcta utilización de las variables visuales. La simbología se convierte en pieza clave. Color, dimensión, valor, orientación y forma constituyen los elementos visuales simples que con la destreza del cartógrafo se convierten en un lenguaje capaz de transmitir cualquier contenido.

Un atlas temático contiene hoy una enorme riqueza de recursos visuales, además del mapa como elemento primordial. Fotografías oblicuas y verticales, imágenes procedentes de los sensores a bordo de satélites artificiales, croquis y gráficos, vistas tridimensionales, dibujos artísticos e ideogramas acompañan a los mapas temáticos. Su integración en un cuerpo coherente, equilibrado y atractivo no resulta fácil. Todos ellos deben per-

mitir una lectura que no distorsione el hecho esencial que se quiere representar; unos deben decir de otros y, en manera alguna, pueden provocar la sensación de pérdida del sentido unitario. Al modo como salimos y entramos de unas habitaciones a otras sin perder la noción de que estamos en una misma casa, así también percibimos toda la riqueza de imágenes de un atlas con el ánimo que este cumple un objetivo común en todas sus partes.

Los textos literarios que acompañan la información analógica se conciben hoy como imprescindibles. Un atlas temático no puede estar constituido por mapas exclusivamente, ni siquiera por estos y el correspondiente aparato de imágenes complementarias; los textos literarios, rigurosos científicamente y accesibles a un público general, son necesarios. Ayudan a entender mejor mapas e imágenes y aportan un marco de reflexión muy propicio al diálogo entre el usuario y el Atlas propiamente dicho.

Dados los condicionantes generales citados, cada uno de los tres proyectos a los que nos hemos referido, lógicamente, tiene sus propios impulsores. Por interés institucional, suelen ser organismos públicos quienes promueven la ejecución de estos



Gráfico 8.- Claves de la ejecución de un atlas temático.

atlas temáticos. En nuestro caso, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el entonces denominado Ministerio de Ciencia y Tecnología apoyaron nuestro proyecto de Atlas de Turismo Rural de Castilla- La Mancha. La Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Norte de Guadaluja, un GAL titular de una Iniciativa Comunitaria LEADER, lo hizo para el segundo de los atlas citados más arriba. El Instituto Geográfico Nacional ha acogido en el marco del Atlas Nacional de España la monografía sobre Turismo en Espacios Rurales y Naturales de España.

La ejecución de un Atlas requiere de la participación de numerosos especialistas, tantos como temas específicos se traten en el proyecto. Ello hace necesaria una fase preparatoria intensa en la que el Equipo de Dirección Científica y Técnica debe explicar con detalle a todos los colaboradores los objetivos y el denominado "libro de estilo".

Los objetivos hacen explícitos los propósitos en cuanto a contenidos y usuarios potenciales; esto delimita el grado de detalle con que deben abordarse los temas y el tipo de lenguaje a utilizar. Al mismo tiempo, se presenta ante los especialistas la estructura temática del atlas, hecho que redundará en un beneficio particular para cada colaborador, dado que este conoce el marco general en el que se inserta su trabajo.

El libro de estilo está integrado por un conjunto de prescripciones técnicas que aluden al diseño de la maqueta, utilización de elementos gráficos

y fotográficos, primacía cartográfica, apoyos literarios, citas bibliográficas, conformación de las minutas cartográficas, etc. Sólo así el trabajo será coherente y el Atlas adquirirá una personalidad propia.

En la fase ejecutiva los especialistas hacen su trabajo individual siguiendo las pautas marcadas anteriormente. Los productos finales de su intervención son los siguientes: esbozo de una pre-maqueta donde se plasme la ideal distribución de elementos gráficos y literarios en la doble página; minuta cartográfica con los requerimientos específicos en cuanto a escala, fuentes y composición del mapa base y con sugerencias en orden a la simbología temática; soportes fotográficos digitales o analógicos con la debida referencia de autor y texto a su pie; croquis, gráficos o bocetos y un texto ajustado a los huecos de la caja de impresión una vez distribuidas las imágenes anteriormente citadas.

El Equipo de Dirección Científica y Técnica revisa con atención el material suministrado por cada colaborador, homogeneizando el estilo de los textos, ajustando el diseño de la maqueta y dando instrucciones precisas para la redacción cartográfica. Una vez completado este trabajo, se generan los documentos electrónicos adecuados para proceder a la filmación e impresión (Gráfico 9).

En los tres atlas de los que hemos sido corresponsables de su dirección científica y técnica subyace el mismo proceder. Esta es, quizá, una de las



Gráfico 9.- Proceso de elaboración de un atlas temático.

aportaciones que merece ser reseñada y, sin duda, para nosotros ha sido un aprendizaje muy valioso. Comentar con detalle la estructura de contenidos de cada uno de los atlas cae fuera del propósito de este artículo. Sí podemos ofrecer los respectivos índices temáticos que sintetizan el discurso cartográfico que sustenta a cada uno de ellos.

INDICES DE LOS ATLAS

ATLAS DEL TURISMO RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA

- I. Naturaleza, Espacio Rural y Turismo
- II. Marco Geográfico
- III. Recursos para el Turismo Rural
- IV. Ámbitos de Interés Turístico
- V. Equipamientos y Usos Turísticos
- VI. El Turismo en el Desarrollo Rural
- VII. Castilla-La Mancha, Mapa Básico y Ortoimágenes

ATLAS DEL TURISMO RURAL DE LA SIERRA NORTE DE GUADALAJARA

- El atlas paso a paso
- El marco geográfico
- Los recursos del turismo rural
- Los territorios del turismo rural
- Equipamientos y usos turísticos
- El turismo en el desarrollo rural
- Cartografía básica y ortofotomapas

TURISMO EN ESPACIOS RURALES Y NATURALES. MONOGRAFÍAS DEL ATLAS NACIONAL DE ESPAÑA

- I. Recursos territoriales y patrimoniales
- II. Oferta turística y recreativa en áreas rurales y naturales
- III. Turismo y desarrollo en el mundo rural
- IV. Las comunidades autónomas

CONCLUSIÓN

El turismo en espacios rurales y naturales ha requerido la atención de los organismos de investigación, las universidades, las instituciones responsables de la gestión territorial y despierta un creciente interés en la sociedad.

El nuevo perfil socioeconómico del mundo rural acoge con esperanza la consolidación de la actividad turística que puede incidir en una revaloriza-

ción de su patrimonio natural y cultural y contribuir decisivamente a la revitalización de un tejido empresarial que había languidecido en los últimos decenios.

Los Atlas temáticos son documentos con preeminencia cartográfica que se han mostrado muy útiles para la expresión visual de la función turística en territorios rurales y naturales. Tanto en su parte analítica como en las presentaciones más integradas muestran una gran capacidad de comunicar de modo sencillo, accesible para un amplio público, y a la vez riguroso, la compleja realidad territorial, social y económica del turismo rural.

El éxito de estos proyectos cartográficos se basa en una feliz conjunción de ciencia y técnica. Se precisa, la existencia de un equipo multidisciplinar que aporte, por un lado, el conocimiento científico y, por otro, el dominio de los resortes técnicos que van desde el diseño de un libro de estilo, la elección de una estructura del discurso cartográfico coherente, sólida y sugerente, hasta la construcción final del entramado de comunicación con los mapas temáticos y demás recursos analógicos y literarios.

El aprendizaje acumulado a lo largo de estos últimos años como consecuencia de la ejecución de los atlas citados puede resultar válido para emprender nuevos proyectos. Un atlas es, por definición, una obra abierta, inacabada, que exige continuidad y, al mismo tiempo, el mejor de los guías para conocer la compleja realidad de la que formamos parte. Un atlas es, parangonando a M. Proust, como una "llave mágica que nos abre en nuestro interior la puerta de estancias a las que no hubiéramos sabido llegar solos".

BIBLIOGRAFÍA

ABC (1994). *Gran Atlas Turístico de España y Portugal*. Madrid, Ed. Nobel.

Alfonso Pérez, L. (1980): *Atlas Básico de Canarias*, Santa Cruz de Tenerife, Editorial Insular Canaria, 85p.

Amiran, D.H.K. (1973): *Atlas of Jerusalem*, The Hebrew University of Jerusalem, Dep. Of Geography, Berlin, Walter de Gruyter.

Barragán Muñoz, J.M. (1995): *Atlas de la provincia de Cádiz*, Cádiz, Diputación de Cádiz, 15p.

- Buero Rodríguez, C. (1992): *Atlas de la ciudad de Madrid*, Madrid, Ed. Ideographis-aurelio Moreno, S.L, 306p.
- Crespo Redondo, J. (1993): *Gran atlas de España*, Madrid. Ed. Aguilar, 586p.
- Díaz Alvarez, J.R. (1984): *Atlas geográfico provincial comentado de Almería*, Granada, Editorial de Andalucía, 134p.
- Díaz Moreno, J.L. (1986): *Atlas de Castilla-La Mancha*, Toledo, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 127p.
- Domínguez Mújica, J. (2007). La cartografía en la promoción turística de Canarias (1880-1970). *Boletín de la AGE* 44: 279-300.
- Echeandía, T. (1978). *Atlas Gráfico de Andalucía Aguilar*. Madrid, Ed. Aguilar.
- Echeandía, T. (1988). *Atlas Gráfico Mundial Aguilar*. Madrid, Ed. Aguilar.
- Echeandía, T. (1988). *Atlas Gráfico de España* Aguilar. Madrid, Ed. Aguilar.
- Enjalbert, H. (1973) Institut de Géographie et d'Études Régionales de l'Université de Bordeaux III: Atlas d'Aquitaine, París, Éditions Technip.
- ESPASA-CALPE (1998): *Atlas de España*. Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana, Madrid, Ed. Espasa-Calpe.
- Floristán Samanes, A. et al. (1986): *Gran Atlas de Navarra Gráfico-histórico*. Tomo I: Geografía, Pamplona, Caja de Ahorros de Navarra, 248p.
- Fremonti, A. (1970): *Atlas de Normandie* R6912 (44), París, Éditions Technip.
- García Alagorta, G. (1997): *Aeroguía del litoral de Valencia y Castellón. La guía más completa y práctica para visitar las costas valenciana y castellanense*. Colección Aeroguías Planeta, Barcelona, Ed. Planeta, 112p.
- García Rodríguez, J.L. (1990): *Atlas Interinsular de Canarias*, Santa Cruz de Tenerife, Ed. Club Canario del Libro, 126p.
- Gómez Ortiz, A. (1991): *Atlas d'Andorra*. Andorra la Vella, Conserlleria d'Educació, Cultura i Jovenut, 131p.
- Instituto Geográfico de Agostini (1984): *Atlante Generale Metodico de Agostini*, Novara, Ed. Agostini.
- Instituto de Geografía UNAM (1990): *Atlas Nacional de México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Instituto Geográfico Nacional (1995): *Atlas Nacional de España*. Sección IX, Cuaderno 33 (Tomo IV): Turismo, Madrid, Centro Nacional de Información Geográfica.
- Laclavere, G. (1978): *Atlas de la République du Zaïre*, col. Les Atlas Afrique, París, Éditions Jeune Afrique, 72p.
- López Olivares, D. (1993): *La ordenación y planificación turística integrada de los recursos territoriales turísticos*. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castellón
- Mas Hernández, R. (1992): *Atlas de la Comunidad de Madrid*, Madrid, Comunidad de Madrid, 87p.
- Mas Llorens, M.A. (1993): *Atlas de la Marina Alta*, ALICANTE, CAM- Fundación Cultural, 117p
- Matas i Tort, J. (1979): *Atlas de les Illes Balears*. Geogràfic econòmic històric, Barcelona, Ed. Diàfora, 87p.
- Miranda, J. (1993): *CD-Atles de Catalunya*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament de Política Territorial i Obres Públiques, Institut Cartogràfic de Catalunya.
- Oliva, G. (1989): *Nuevo Atlas Nacional de Cuba*, La Habana, Instituto de Geografía de la ACC-Instituto Cubano de Geodesia y Cartografía.
- PLANETA (1989): *Gran Atlas de España* (7 tomos), Barcelona, Ed. Planeta.
- PLAZA & JANÉS (1997): *Gran Atlas de España*, Barcelona, Ed. Plaza&Janés.
- Pevon, I. (1975): *Atlas de la Haute-Volta*, col. Les Atlas Afrique, París, Éditions Jeune Afrique, 47p.
- Pezzi Cerello, M. (1992): *Atlas Básico de Andalucía*, Granada, Editorial Andalucía, 102p.
- Ramírez, G. y Reguera, J.M. (1995): *Atlas del Territorio de Castilla y León*, Valladolid, Junta de Castilla y León, 142 p.

Sancho Comíns, J. (1982): *Atlas de la provincia de Castellón*, Madrid, Editorial Confederación Española de Cajas de Ahorro.

Sancho Comíns, J. *et al.* (2001): Atlas temáticos: Entre la difusión científica y cultural y el apoyo a la gestión territorial, *Jornadas técnicas sobre topografía, cartografía, fotogrametría, geodesia y teledetección*. Universidad de Alcalá, Guadalajara, p. 239-268.

Sancho Comíns, J. y Panadero Moya, M. (2004): *Atlas del Turismo Rural de Castilla-La Mancha*. Ministerio de Ciencia y Tecnología, Instituto Geográfico Nacional, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Universidad de Alcalá y Universidad de Castilla-La Mancha, Madrid, 340 p.

Sancho Comíns, J. y Reinoso Moreno, D. (2007): *Atlas del Turismo Rural de la Sierra Norte de Guadalajara*. ADEL Sierra Norte, Madrid, 176 p.

Sancho Comíns, J. y Vera Rebollo, F. (2008): *Atlas del Turismo en espacios rurales y naturales de España*. Atlas Nacional de España. Instituto Geográfico Nacional, Madrid, 360 p.

SURVEY OF ISRAEL (1985): *Atlas of Israel. Cartography physical and human geography*, Tel-Aviv, Survey of Israel.

Toupet, G. y Laclavere, G. (1977): *Atlas de la République Islamique de Mauritanie*, Col. Les Atlas Afrique, París, Éditions Jeune Afrique, 64p.

Van Chi-Bonnardel, R. (1973): *Grand Atlas du Continent Africain*, París, Éditions Jeune Afrique, 335p.

Vennetien, P. (1978): *Atlas de la Côte d'Ivoire*, Col. Les Atlas Afrique, París, Éditions Jeune Afrique, 72p.