

## La función del paisaje como activo social y su uso como factor de producción

M. Picornell Cladera<sup>1,2</sup>, C.I. Ramis Cirer<sup>1,2</sup>, J.M. Arrom Munar<sup>1,2</sup>, L. Reynés Trias<sup>1,2</sup>, F. Cànoves Bauçà<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup> Grup d'Investigació en Territori, Turisme i Oci (GITTO), Institut d'Estudis Ecològics (INESE). C. Reis Catòlics 152, 07.008 Palma de Mallorca.

<sup>2</sup> Departament de Ciències de la Terra, Universitat de les Illes Balears. Ctra. de Valldemossa s/n, 07.122 Palma de Mallorca.

inese\_gitto@yahoo.es, mateupicornell@ono.com

**RESUMEN:** El paisaje, que es dinámico y cambiante, funciona como un ecosistema y reúne todas las condiciones para ser considerado patrimonio pues tiene un contenido natural, social, cultural, económico, científico, técnico,..., en conjunto reunido y acumulado. Estas características hacen que el paisaje sea un recurso, instrumento y factor imprescindible y a la vez limitante en la ordenación de los usos del territorio. Hay también una parte de peligro cuando la visión conceptual es parcial y cerrada en ella misma, sin contemplar el resto de vertientes geográficas y ambientales, sobre todo cuando el paisaje es objeto de actividades profesionales con visión unilateral o sectorial o de negocios como materia prima y factor de producción o como un bien libre, sin respetar el concepto patrimonial de activo social que sobre todo a de tener. El paisaje no puede considerarse de forma unilateral o sectorial y mucho menos como bien libre que permita la eliminación de parte de sus elementos y componentes, no sólo en la forma sino también en su función.

Nuestro objetivo es defender y comprobar que el paisaje es patrimonio social. Para ello debemos partir de ciertas hipótesis que nos aporten toda una serie de condiciones, factores, variables, elementos, componentes y relaciones que contiene el paisaje en toda su complejidad para poderlo considerar como un bien público y activo social, con todos los valores que le corresponden y la necesidad de una gestión específica, planificación y uso racional.

La metodología seguida consiste en analizar, de manera sintética, el amplio marco conceptual del paisaje desde un punto de vista ambiental, en sentido holístico, para conseguir un resultado de paisaje ecosistema.

**Palabras-clave:** paisaje, lugar, territorio, activo social.

### 1. INTRODUCCIÓN

El marco conceptual del paisaje es muy amplio y diverso, lo que hace difícil una definición generalizada y específica. Para cada disciplina puede haber una visión diferente que puede ir desde la geografía física o la humana y la ecología, geología botánica, literatura, arquitectura, arte, turismo y hasta toda una diversidad de sensaciones para cada una de las diferentes percepciones e interpretaciones.

Para emprender el estudio del paisaje partimos del concepto de lugar, entendido como la concentración y distribución de hechos y realidades en un espacio y las relaciones, ligámenes, causas y consecuencias entre ellos. Así el paisaje es lugar, que muestra la relación entre lo natural y lo que se ha transformado, como han evolucionado los hechos y el papel que ha jugado el hombre y toda la función social que ha significado (Aguiló, 1999:13-24). A partir del concepto de paisaje como lugar y entendiendo el lugar como el conjunto de hechos, funciones, factores y variables, tangibles e intangibles, relacionados y ligados, con causa efecto sobre el territorio; en este sentido el paisaje refleja la realidad ambiental de manera holística de cada lugar, que también recoge el proceso histórico que en él se ha producido.

La protección preventiva y gestión del paisaje exige incluir el valor de los constituyentes ambientales, en base a una economía ambiental y no a la convencional de sistema cerrado. Por tanto la idea de activo social nos lleva a la propiedad comunal del paisaje como bien público, que en ningún caso significa ausencia de propiedad y valor.

### 2. EL MARCO CONCEPTUAL DEL PAISAJE

Tradicionalmente la palabra paisaje ha tenido un simple concepto escenográfico, sin más significado

que el de las variables estéticas. El paisaje era una estampa pictórica a la que si se le pudiera poner un marco parecería un cuadro. Actualmente el paisaje es objeto de profundos estudios, de manera científica, enfocados hacia la realidad del territorio. Según Folch (1999:248) el concepto actual del paisaje define que cualquier fragmento de territorio, natural o intervenido por el hombre, configura un paisaje, es decir, “un conjunto de referentes físicos y funcionales susceptible de ser percibido como un fenómeno en si mismo. El paisaje refleja la realidad ambiental de cada lugar”, que también recoge el proceso histórico que allí se ha producido. Así el paisaje tiene un contenido sociológico. El paisaje puede ir asociado a recuerdos de cosas agradables y bellas; puede tener un sentido estético de armoniosa combinación de formas y colores del territorio; configuración de sistemas naturales, vegetación, fauna, aire, rocas,...; actividades socioeconómicas y culturales; actividades urbanísticas; inspiración poética; etc. Es decir, puede haber tantos paisajes como percepciones. Según L. Cancer (1999:24), “hay tantos paisajes como observadores, ya que cada persona sugiere sensaciones diferentes”. Según Polakowski (1975, apud Cancer 1999:24), la percepción de la belleza de un paisaje es un acto creativo de interpretación por parte del observador. De similar opinión es Morgan (1978, apud Cancer 1999:24) al identificar el paisaje como “una imagen subjetiva de la superficie terrestre” y negar su realidad objetiva ya que afirma que “el paisaje no existe como tal más que a través del fenómeno psicológico de la percepción”. Según Aguiló (1999:16), “algunas localizaciones concretas despiertan poderosamente nuestra atención y consiguen activar nuestros sentimientos”. Según Aguilera Klink (1996), en el paisaje se deben aplicar dos aspectos fundamentales: a) el hombre no se apropia de recursos aislados sino de ecosistemas y b) el ejercicio de la propiedad privada es imposible en el contexto de ecosistema.

Copeta (2009: 17) analiza el territorio y el paisaje a través del concepto de identidad, que de esta forma quiere convertirse en categoría descriptiva. Según la autora, “la vida de un concepto es compleja, sufre continuos cambios, y está sujeta a reformulaciones que responden a un nuevo contexto ideológico.

En geografía esto es interesante en tanto en cuanto está fuertemente relacionado con nociones como las de lugar y paisaje”. El paisaje es también territorio o parte de él; es dinámico y cambiante y no escenario estático; tiene vida y posibilita la reacción de los sentidos corporales; es historia y muestra social, cultural y económica; es frágil a determinadas acciones humanas y a la vez mejorable. Algunas expresiones que refuerzan estos conceptos: “el paisaje es la suma de constituyentes naturales y sociales, entendimientos culturales, científicos y técnicos, reunidos y acumulados”; “el paisaje es mezcla, integración, huellas, reunión de miradas sin tiempo, escenario común de vivos y muertos”; “el paisaje es acumulador histórico” (Picornell et al, 2009: 1277-1292)

## **2.1. Las percepciones del paisaje**

Hay autores que tratan los estudios desde la perspectiva del paisaje como constructor social. Según Nogué (2007:11), “el paisaje se puede interpretar como un producto social, como el resultado de una transformación colectiva social, como el resultado de una transformación colectiva de la naturaleza y como la proyección cultural de una sociedad en un espacio determinado. Las sociedades humanas han transformado a lo largo de la historia los originales paisajes naturales en paisajes culturales, caracterizados no sólo por una determinada materialidad sino también por los valores y sentimientos plasmados en si mismos. En este sentido los paisajes están llenos de lugares que muestran la experiencia y las aspiraciones de los seres humanos. Estos lugares se transforman en centros de significados y en símbolos que expresan pensamientos, ideas y emociones de muy diversos tipos”. Nel-lo (2007:181-196) indica que el paisaje se nos presenta como una realidad física, engendrada por el diálogo secular entre el entorno natural y la actividad humana, tal como se percibe por la colectividad y los individuos que la integran. De acuerdo con estas aproximaciones el paisaje precisa de una mirada, “el paisaje existe cuando hay quien lo mira, quien le sabe dar un significado, sacarlo del indiferente mundo de la naturaleza y elevarlo al de la cultura” (Turri, 2003: 218). Si la existencia del paisaje depende de la mirada habrá tantos paisajes posibles como miradas, “... así el paisaje del geógrafo que busca en la superficie la explicación causal de las dinámicas de fondo diferirá del paisaje del arquitecto, preocupado sobre todo por la composición de los elementos que lo integran; y el paisaje del campesino, del jurídico y del productivista contrastarán con la visión teológica del eremita” (Beguín, 1995: 126).

El territorio es un componente del paisaje en evolución constante, lento cuando se trata de causas naturales y más rápido cuando es el hombre el agente modificador. Esta evolución se verifica en el tiempo y en el espacio, originando una diversidad de paisajes referente a la percepción, entendida como proceso por el que el hombre se informa de los objetos y cambios que se manifiestan en su entorno debe existir una escena capaz de estimular al observador y el propio observador receptivo y sensibilizado delante de esta visión. Sólo entonces se producirá la percepción. Hay tres componentes imprescindibles para que realmente exista el paisaje: el espacio visual formado por una porción de terreno; la percepción de este territorio; y el hombre. Éste capta la información contenida en el lugar y la interpreta de muchas maneras, es decir, hace un conjunto relacionado y ligado de los dos componentes (Escribano et al, 1991).

La realidad física es efectivamente una pero los paisajes son muchos, tantos como percepciones. Cada territorio es diferente según los ojos que lo contemplen, no obstante hay imágenes colectivas que consueñan con su interpretación, como el bosque, la puesta de sol, la primavera, el otoño, etc. La percepción del paisaje se realiza en la mente del hombre, donde se forma la imagen del paisaje a través de todos sus sentidos, que se traduce en una interpretación personal del conjunto de relaciones causa efecto del entorno.

## **2.2. Conceptos geográficos y variables ambientales del paisaje**

Martínez Pisón (1998:9-28) hace un interesante análisis de las vertientes ambientales del concepto geográfico del paisaje que debemos citar por ser una parte conceptualmente ilustrativa de los aspectos patrimoniales y sociales del paisaje que queremos tratar: el paisaje es la forma del territorio que constituye las características principales de un pueblo, es un legado y por tanto un patrimonio de especial entidad; no es sólo un lugar si no también su imagen (naturaleza, historia, estructura social y cultural y en sentido holístico su evolución ambiental); no es sólo un panorama, en su interior hay un contenido, “una configuración con constituyentes”; que además de una pluralidad de constituyentes tiene una pluralidad de miradas; el concepto de paisaje es una creación humana y en cada mirada hay una reconstrucción intelectual e interpretación de su realidad; el paisaje es la fisonomía resultante de la combinación espacial de elementos físicos y de la acción humana.

El paisaje contemplado, como recurso y patrimonio cultural del hombre, adquiere una consideración creciente en el conjunto de valores ambientales que demanda la sociedad. La dimensión del paisaje como recurso tendemos a valorarla estética y ambientalmente. El paisaje es un bien cultural, un recurso patrimonial que conviene gestionar racionalmente.

Martínez Pisón (2007:137-140) (1998:21-28) hace una clasificación analítica de los componentes geográficos del paisaje. Según él un paisaje está compuesto por la suma y combinación de: estructuras y relaciones internas (conjunto global); forma y faz (la configuración del paisaje en un momento determinado, tangible e intangible); función y relación externa (el paisaje se inserta en redes territoriales y regionales mayores y tiene funcionalidad a muchos niveles); elementos (múltiples, diversificados, aparecen mezclados de manera combinada y es necesario identificarlos, clasificarlos, estudiarlos, analizarlos y jerarquizarlos); dinámica y evolución (no es un escenario muerto ni estático sino, como algo vivo, es cambiante en función de sus modificaciones estructurales, morfológicas y funcionales; no sólo son productos históricos, sino que fijan un proceso que los forman, ya que son acumuladores de herencias y muestran su historia directamente); unidades (un paisaje no es totalmente homogéneo, es el resultado del ligamen de diversas unidades de menores dimensiones y escalas distintas); y contenidos (tiene contenidos culturales, históricos, estéticos que lo cualifican; no sólo es el edificio, el puente, la casa rural o el sistema de campos y su cromatismo, con sus significados como las referencias, mitos, identificaciones literarias, artísticas que dan al paisaje valores añadidos).

## **3. EL PAISAJE COMO ACTIVO SOCIAL Y BIEN PÚBLICO**

Las propiedades fundamentales de los bienes públicos son: a) no exclusión, cuando un bien se ofrece a una persona se ofrece a todas, es decir, no se puede excluir a nadie de disfrutarlo, aunque no pague por ello; y b) no rivalidad, cuando alguien consume un bien, no reduce el consumo potencial de los demás, es decir, el hecho de consumir el bien no reduce su disponibilidad. Desde la perspectiva económica, el paisaje reúne las características de un bien público o bien de propiedad común. Para la economía convencional el término de propiedad común es equivalente a la conocida frase: aquello que es propiedad de todos no es propiedad de nadie, y este concepto de bien libre ha sido la vía de la sobreexplotación del paisaje y el agotamiento y degradación de sus componentes ambientales. Los recursos ambientales, y el paisaje es un buen ejemplo, padecen el problema de la propiedad y es necesario eliminar la confusión existente y sugerir el uso de la propiedad común como un concepto valioso para gestionar correctamente tanto el paisaje como sus ecosistemas.

Según Aguilera (1996), no podemos ver el paisaje únicamente como un factor productivo, sino que debemos entenderlo como patrimonio o activo social. Esto exige superar la ficción de la existencia perfectamente delimitada de la propiedad privada, que es la base de la visión convencional de la economía de sistema cerrado. Aquí cabe recordar dos aspectos que son fundamentales: el hombre no se apropia de recursos aislados sino de ecosistemas; y el ejercicio de la propiedad privada es imposible en el contexto de ecosistemas. Por tanto, la idea de activo social nos lleva a la propiedad común, que en ningún caso significa libre acceso o ausencia de propiedad. Muchos economistas han tratado los problemas ambientales como consecuencia de la ausencia de unos derechos de propiedad bien definidos y protegidos, y llegan a la conclusión de que la solución es la privatización del medio ambiente y de los recursos naturales. Según Marchena (1995:25) “para la opción marcadamente más mercantilista, la solución a este problema vendría dado por la privatización efectiva de la

explotación, o más radicalmente la privatización de su propiedad. El hecho es que la experiencia ha demostrado más la capacidad extractiva de los explotadores empresariales turísticos que su visión sostenible del hecho turístico. La propiedad privada no ha demostrado una especial atención al medio plazo, ni menos ha entendido que los bienes ambientales turísticos son como una reserva a mantener”. Todo ello lo podemos aplicar perfectamente al paisaje.

Según Azqueta (1994:9), no es la propiedad común del recurso (en nuestro caso el paisaje) el origen de las dificultades. La ausencia de precio no tiene por qué representar un problema. Hay muchas evidencias de colectivos que han cuidado los recursos comunes sin llevarlos a la degradación ni al agotamiento; en cambio hay demasiados ejemplos en que la apropiación privada de recursos comunales ha sido motivo de ruina y desaparición.

Hay una confusión generalizada de la identificación entre propiedad común y la ausencia de propiedad y libre acceso. El problema con el paisaje es que, en ausencia de una ley de regulación para su utilización, como factor de producción, aparece la “ley de captura” (si no lo hago yo lo hará otro), con el correspondiente riesgo de agotamiento. ¿Podemos hablar de derecho privado sobre el paisaje? Si el paisaje es un ecosistema evolucionado por las transformaciones de la sociedad durante generaciones, con una organización continuada de sus diferentes usos, es un patrimonio común por su naturaleza de bien cultural (Sanz Herráiz, 2000:286) y por tanto un bien público. Se nos podría argumentar que algunos paisajes inventados y/o artificializados son de propiedad privada y que su uso también lo es, pero eso hace que de cada vez sean más necesarios unos deberes y obligaciones generales sobre la creación, producción y uso de los paisajes, de manera muy definida y regulada por parte de la Administración.

El paisaje, como bien público, es un recurso patrimonial que conviene gestionar racionalmente. En comunidades del Estado español, en esta última década han aparecido leyes que de manera específica hacen referencia a la protección, gestión y ordenación del paisaje. Básicamente tienen en común la adaptación del Convenio Europeo del Paisaje. No hay duda que estas leyes son un paso muy importante para el reconocimiento conceptual y del valor del paisaje, cuya filosofía escrita es ambientalmente muy completa y correcta. Pero no es suficiente una filosofía de intenciones si el desarrollo del articulado legislativo no se corresponde exactamente, algo que sucede a menudo en la mayoría de leyes. El verdadero análisis y evaluación de estas leyes debe responder correctamente a cada uno de los factores y variables que caracterizan el paisaje, a partir del marco conceptual y sobre todo el aspecto preventivo más que correctivo, para evitar la pérdida o degradación, el cuidado de los paisajes amenazados y la veraz consideración como bien público y activo social.

Respecto al paisaje como bien jurídico (Acosta, 2007:131-165), no existe todavía una expresión legal actualizada que supere los enfoques parciales. Una muestra la tenemos en el artículo 45 de la Constitución española (1978) para referirse al paisaje: “... los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la inescrutable solidaridad colectiva...”, el paisaje queda incluido entre los recursos naturales, lo cual indica vinculado a la naturaleza. Estas referencias, a que alude Acosta, ponen de manifiesto la falta de madurez que existe sobre el paisaje en la sociedad española y en consecuencia en la legislación y en su inserción administrativa, pese a que el paisaje es objeto de atención creciente entre los poderes públicos y la sociedad. A pesar de que no exista en España, por el momento, una legislación específica destinada al paisaje que lo defina como bien jurídico, podría argumentarse que el paisaje es parte integrante tanto del medio ambiente como de los bienes del patrimonio cultural y, por consiguiente, con tutela por el ordenamiento jurídico. También puede considerarse su interpretación como recurso económico, como valor añadido de calidad, y que puede materializarse en términos crematísticos, puede influir en el valor del suelo o en la creación de ciertas actividades (turismo, urbanizaciones); no obstante, en este último aspecto queremos volver a incidir en el peligro que puede significar en la protección del paisaje que no se contemplen todos los factores y variables ambientales y se salga del marco de la sostenibilidad.

Una ley del paisaje debería contemplar la complejidad y la relación de todas las variables componentes, tanto tangibles como intangibles. No vale una ley disfrazada de ecologismo de conciencia dúctil, de un ecologismo aprendido de memoria, sin comprensión ni capacidad de análisis, que a veces quiere hacer ver que hechos ambientalmente negativos, paradójicamente pueden ser buenos. Así, con la banalización de la ecología surge y se fundamenta una contracultura ambiental.

El objetivo principal y básico de una ley del paisaje debe tener un carácter preventivo más que correctivo. Debe ser una ley para evitar, o por lo menos limitar las edificaciones, infraestructuras, carreteras,... para que no sean un impacto en el medio, y no permitir las edificaciones de mal gusto y gran impacto que se vienen autorizando en el medio urbano, sobre todo en las zonas turísticas. En ningún caso debe ser un instrumento recaudatorio en forma de tributo ambiental a manera de gravámenes, cánones o tasas. Ello significaría seguir fomentando la ineficaz fórmula de quien contamina paga, es decir, que pagando puedes

hacer los impactos que quieras, que equivaldría a mercantilizar el medio ambiente, utilizando el paisaje como mercancía en lugar de considerarlo como activo social y patrimonio de todos. Se podría dar el caso de que cuánto más alta fuese la tasa por impactar un paisaje de alto valor, más se revalorizaría el producto impactante. Una ley del paisaje ha de garantizar, sobre todo, la seguridad jurídica de la propiedad pública, que hasta la fecha sigue siendo más débil que la seguridad de la propiedad privada.

#### **4. EL PAISAJE COMO RECURSO Y PRODUCTO TURÍSTICO Y COMO FACTOR EN LA ORDENACIÓN DEL TERRITORIO**

Hemos visto que el paisaje es patrimonio y el patrimonio, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es el conjunto potencial, conocido o desconocido, de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre. El patrimonio constituye la materia prima potencial de las actividades del turismo. Si se transforma en objeto de atracción se convierte en atractivo turístico. De su utilización para la práctica turística resultan los recursos turísticos. El paisaje reúne todas las condiciones para ser susceptible de ser consumido turísticamente como producto. En todo caso el paisaje ha de condicionar el tipo de turismo que puede acoger un territorio. Cuando, como recurso, es utilizado como materia prima para la creación de un producto turístico debemos contemplar las variables ambientales que contiene el recurso, es decir, tener en cuenta el marco de la sostenibilidad, y si el recurso paisaje pudiese quedar degradado, sí que debe ser factor limitante a la producción de consumo turístico ya que “el hombre es un agente fundamental de la dinámica del paisaje y muchas de sus actuaciones, tanto actuales como pasadas degradan y han degradado las complejas relaciones entre elementos físicos y antrópicos” (Cancer 1999:10).

Sin duda actualmente el paisaje es uno de los recursos más importantes para el turismo, incluso es el elemento más utilizado en la promoción y comercialización de los destinos. Si bien en un principio se ha utilizado su ángulo panorámico y estático, cada vez más, junto con la imagen, se pueden comunicar los posibles usos de consumo turístico del paisaje enseñado, sobre todo los que hacen referencia a espacios naturales o casi naturales y los de carácter rural, que también reflejan las satisfacciones turísticas que se pueden disfrutar. Son propios también los paisajes inventados en las zonas urbanas y de hoteles combinados con la muestra de actividades que en un entorno agradable se pueden obtener. Ha habido espacios urbanos e incluso ciudades que, para su consumo turístico, han perdido su paisaje como ecosistema para transformarlo en paisaje temático, es decir, han perdido gran parte de sus componentes y factores anteriores. Muchos autores, desde hace tiempo vienen diciendo que si se degrada el paisaje el turismo pierde calidad, hecho que ha motivado el tener cuidado del paisaje, sobre todo en el ámbito rural, con el mantenimiento de ciertos cultivos que significan una manera y carácter propios de un territorio (por ejemplo el cultivo de plátanos en Canarias y el mantenimiento de sembrados y cultivos del sistema de parcelas cerradas propio del campo balear, así como mantener los terraplenes construidos para cultivos en las laderas de montaña, conocidas como marjales o “marjades” según el lugar).

Cuando no ha habido un control y una regulación en la transformación de paisajes, para inventar otros nuevos, ha podido significar una artificialización importante respecto a las características ambientales, vivas y dinámicas, del originario hasta el punto que se pueden considerar paisajes nuevos destructores de paisajes patrimonio social, aunque haya una demanda provocada para nuevas tipologías turísticas a implantar (los campos de golf, campos y ciudades temáticos, de atracción y de recreación pueden ser un buen ejemplo).

La diferencia del recurso paisaje, respecto a otros recursos ambientales, es que todo el territorio es paisaje, lo que no significa que todo el territorio sea igual ni tenga el mismo valor; y conservar el paisaje no significa mantenerlo intocable como está, sino que se puede hacer que evolucione en función de nuevos usos del territorio, dentro del marco de la sostenibilidad, manteniendo sus valores obtenidos y añadiéndole otros (Sanz, 2000:281). Sobre el paisaje como recurso tampoco podemos dejar de hacer mención a la importancia que tiene para la educación ambiental, cosa que refuerza aún más su sentido patrimonial y de bien público. González Bernáldez (1981) fue uno de los pioneros en España en la aplicación del recurso paisaje en la educación ambiental.

Otro aspecto importante del paisaje es su incidencia en la ordenación de los usos del territorio. La integración del paisaje como variable ambiental hace que se deba estudiar y valorar previamente cualquier proyecto de ordenación territorial. Según la Carta Europea de Ordenación del Territorio “el desarrollo de la trama urbana, de las estructuras socioeconómicas y de los transportes debe tener en cuenta todos los sectores, sus funciones particulares y en especial más medidas a la conservación y ordenación del paisaje”. Entre las principales utilidades de los estudios paisajísticos aplicados a la planificación territorial cabe destacar las propuestas de los usos en relación a los siguientes ámbitos: defensa y conservación de la naturaleza; evitar situaciones de degradación desde corto a largo plazo; planificación de áreas de ocio; adecuación de áreas urbanas e industriales; conservación, mejora y restauración de los paisajes; mejorar la calidad de vida...

## **5. EL VALOR DEL PAISAJE**

Al ordenar los usos del territorio hay que tener en cuenta la valoración del paisaje. Este tipo de valoración lleva implícita la noción de calidad, de manera que en función del grado de calidad de un paisaje la aptitud para unos u otros usos del territorio variará. La valoración de la calidad presenta ciertos puntos de subjetividad, ya sea de forma individual o compartida, valoración que se realiza mediante consultas a la población y a expertos.

Podríamos hablar de multiplicidad de valoraciones y métodos de valoración, en función de criterios, percepciones y disciplinas sobre los estudios del paisaje. Podemos hacer referencia a diversos autores que han tratado el tema, como Cancer Pomar (1999:112-124), González Bernáldez (1981:179-196), Gómez Sal (2006:96-99), Sanz Herraiz (2000:289), Ocaña et al (2004:127-133), Díaz Pineda y Monzón (2007:529-545), García Asensio y Cañas Guerrero (2001:33-51).

Cancer Pomar hace dos tipos de valoración: científica y social.

a) Valoración científica en función de las características físicas y antrópicas del paisaje:

- El método “ecológico” en función de las calidades ecológicas del territorio y del mantenimiento de su naturalidad.
- El método de la “estética formal” (aplicado por los arquitectos y paisajistas, como decoradores) que valoran el paisaje en función de sus capacidades estéticas según parámetros de estos especialistas.

b) Valoración social, consistente en la valoración por personas, individualmente o en grupo, según su belleza. La consideración estética es la que prevalece y ésta depende de factores psico-sociológicos muy complejos.

González Bernáldez trata las siguientes valoraciones: valoraciones estéticas y emocionales del paisaje; valoraciones del paisaje en los planes territoriales; valoraciones del paisaje independiente de los usuarios; valoración según las preferencias del público; y valoración de la calidad estética del paisaje.

Ocaña, Gómez Moreno y Blanco Sepúlveda parten de una metodología sobre el análisis del paisaje en base a las vistas que se divisan. Las vistas son un recurso muy significativo que, según los autores, merecen ser consideradas y analizadas cuando se evalúan las capacidades o las aptitudes del medio. Aplican este método para obtener la evaluación de las potencialidades turísticas de un espacio, considerándolo esencialmente por sus características visuales que, de manera parcialmente conceptual, analiza los aspectos formales y perceptivos del paisaje, es decir que los elementos visuales constituyen el componente principal para la valoración, teniendo poca relevancia los aspectos funcionales, relacionales o dinámicos de la estructura ecológica interna. Los autores argumentan el motivo del enfoque como precedente ya que la evaluación se efectúa en función de la satisfacción que el entorno proporciona al visitante. “Toda la información disponible sobre las motivaciones para disfrutar el turismo rural o la satisfacción sobre esta práctica, corrobora la observación del paisaje como uno de los fundamentos del atractivo rural, y se constituye por ello y así es generalmente aceptado, como un criterio decisivo en la valoración de la aptitud para la realización de prácticas turísticas diversas, en relación con la naturaleza” (Ocaña et al, 2004:15). No obstante tras defender la necesidad de un concepto integral del paisaje, consideramos que si bien se puede obtener una valoración técnicamente correcta, al no contemplarse todas las variables ambientales se corre el riesgo de considerar únicamente el paisaje como materia prima o factor de producción de una actividad económica del turismo como único objetivo.

La metodología que exponen García Asensio y Cañas Guerrero parte de que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha recomendado una serie de indicadores ambientales que permitan hacer una valoración de la situación ambiental de cada país miembro y entre los medios que contemplan se encuentra el paisaje. Los indicadores previstos de principio para el paisaje han sido los siguientes:

- Valor ambiental de los paisajes agrarios (apariencia física). Las características naturales que consideran son: altitud, tipo de clima y suelo; apariencia ambiental, incluyendo sobre todo los ecosistemas de los paisajes y los tipos de hábitat; características de las tierras, incluyendo la evolución en la utilización de los suelos y los diferentes tipos de coberturas.
- Valor social (características culturales) de los paisajes agrarios. Indicadores clave para la apreciación de las características.
- Valor económico (funciones de gestión) de los paisajes agrarios. Parte de las superficies agrarias, bajo control público o privado, que participan en el mantenimiento o valoración del paisaje.
- Evaluación del paisaje. Evaluación de la demanda pública en materia de paisajes agrarios y coste de mantenimiento y valoración de estos paisajes por la agricultura.

- Elaboración de tipologías de paisajes.

Estos mismos autores hacen una clasificación de los diferentes métodos de valoración visual del paisaje, según la forma en que aborden la problemática de la calidad intrínseca del paisaje, la respuesta estética y la adjudicación de un valor.

La mayoría de métodos, en estas últimas décadas, se basan en la valoración subjetiva, individual o de grupos, de la calidad del paisaje y con métodos que utilizan atributos físicos del paisaje como sustitutivo de la percepción personal. En este sentido dividen los diferentes métodos en cinco grupos: métodos indirectos o de análisis de los componentes; modelos para predecir la preferencia; métodos directos o de contemplación de la totalidad; métodos mixtos de valoración directa y análisis posterior de los componentes; y métodos de valoración económica del paisaje.

### **5.1. La valoración ambiental del paisaje**

Cuando tratamos de valorar el paisaje lo hacemos en el sentido de reconocer que tiene un valor que sólo podemos medir de forma intangible y sobre todo en función de sus variables ambientales en sentido global e integrado. Pero hablar de un valor comparable a las cosas medibles con un valor monetario ya parece cosa imposible, aunque sin duda puede tener un valor superior. El medio ambiente y el paisaje como parte de él, en las últimas décadas ha padecido un problema por el mal uso hecho de los recursos, Según Diego Azqueta (1994), el motivo de usos abusivos es el sistema de mercado, porque vivimos en una sociedad en la cual los problemas de decidir que se debe producir, como se debe producir y como se debe distribuir aquello que se ha producido, se ha dejado en manos de lo que llamamos mercado. Su funcionamiento no es de competencia perfecta, sino que hay un gran abanico de formas de competencia imperfecta (monopolios, rigidez en el mercado de trabajo y capacidad, intervención gubernamental, impuestos, subsidios, control de precios). Hasta el punto que una competencia entre desiguales, dentro de un libre mercado, es abuso. Además hay todo un conjunto de bienes (y males) que por no tener un mercado donde intercambiarse no tienen precio. Es el caso de los denominados bienes públicos, recursos comunes y las externalidades.

Al no tener precio dentro del sistema de mercado, éste funciona como si los recursos ambientales no tuviesen valor, es decir, valor = 0. Vulgarmente eso se denomina “fallo” del mercado, pero ese mercado no ha sido diseñado para esto, así que más bien es fallo de la sociedad. El paisaje y los recursos ambientales que lo componen tienen valor atendiendo a que: forman parte del proceso de producción; funcionan como receptor de residuos; forman parte de la función de producción de utilidad.

La valoración económica de los activos ambientales consiste en obtener una medición monetaria de la ganancia o pérdida de bienestar o utilidad que una persona o un determinado colectivo experimenta a causa de una mejora o impacto negativo. La valoración ambiental se puede definir formalmente como un conjunto de técnicas y métodos que permitan medir las expectativas de bienestar y costes derivados de alguna de las siguientes acciones: uso de un activo ambiental; realización de una mejora; y generación de un mal ambiental.

Hay una serie de técnicas de evaluación ambiental para aplicar a la valoración de los paisajes. “La evaluación ambiental no es otra cosa que la consideración de los efectos ambientales en la toma de decisiones sobre actuaciones que pueden afectar significativamente al territorio, y por ende, al paisaje” (Cerdán, 2009:181). En los últimos años, diversas directivas de la Unión Europea han extendido su aplicación en las evaluaciones de impacto ambiental (EIA) y las evaluaciones ambientales estratégicas (EAE). Esta última forma se está introduciendo recientemente en España mediante las leyes que transponen La Directiva Europea 2001/42/CE a nivel de bases estatal y en diversas normas de las comunidades autónomas.

La evaluación ambiental estratégica (EAE), según Cerdán (2009:181) se entiende como “un proceso sistemático para evaluar, en el más inicial estado posible del proceso de decisión, la calidad ambiental, y las consecuencias de las visiones alternativas así como los propósitos de desarrollo incorporados a las iniciativas de políticas, planes o programas, asegurando la completa integración de consideraciones significativas biofísicas, económicas, sociales y políticas”.

A diferencia de la EIA, que tiene fundamentalmente efectos correctivos, para minimizar los impactos ambientales, la EAE pretende prevenir la generación de los impactos estudiando anticipadamente los posibles efectos de las decisiones considerando las alternativas posibles desde el punto de vista ambiental, aunque sin olvidar la dimensión económica y social de los planes y programas. La principal condición de efectividad de la EAE es que ésta se ha de efectuar cuando las alternativas son todavía posibles. De otra forma podría convertirse en una operación de maquillaje de las decisiones tomadas previamente sin tener en cuenta de manera seria la implicaciones ambientales (Cerdán, 2009). La EAE es pues un instrumento para tomar decisiones de gran alcance a disposición de los planificadores.

Del contenido del Convenio Europeo del Paisaje de 2000 cabe destacar el doble papel atribuido al paisaje

de acuerdo con su consideración como elemento de interés general. De una parte, como recurso para la actividad económica por su vinculación con los valores culturales, ecológicos y ambientales. Y de otra, su papel como entorno de la vida cotidiana de la persona, vinculado por lo tanto a su calidad de vida y bienestar (Cortina, 2009:253).

Según cita de Cortina “tal vez dentro de poco tiempo la mejor inversión será <<comprar paisaje>>, no para construir, sino para preservar el valor de las construcciones ya existentes. El paisaje de calidad es un activo cada vez más escaso y puede convertirse en un factor clave para el futuro de cada país... La creatividad y la innovación están unidas pues al paisaje y a la identidad cultural del territorio; de esta forma el paisaje ya no es sólo una cuestión estética, sino un elemento de importancia estratégica”.

Cabe pues afirmar que el paisaje satisface una necesidad y por ello hay una demanda de determinados servicios que generan beneficio económico sobre todo los vinculados al ocio y al turismo, de forma que el paisaje puede considerarse un bien o recurso que permite un análisis económico (Cortina, 2009:254).

Los activos paisajísticos, es decir, aquellos bienes y servicios que el paisaje nos proporciona, son considerados por la sociedad como un recurso o patrimonio de gran valor. Sin embargo, no siempre suelen tenerse en cuenta en los procesos de toma de decisión debido a la dificultad de aplicar los métodos de valoración necesarios, lo que convierte la valoración económica de los activos paisajísticos en una tarea tan ineludible como compleja.

Hay diversas metodologías de valoración aplicables a la gestión del paisaje. Todos los métodos de valoración ambiental consisten en conceptualizar y medir los beneficios ambientales que realmente la gente desea y hasta que punto los desea, deseo que se produce en lo que la gente está dispuesta a pagar por ese beneficio. De igual manera los costos asociados a un mal ambiental se conceptualizan y miden por aquello que realmente disgusta de este mal ambiental, mal que se traduce en aquello que la sociedad estaría dispuesta a aceptar como compensación por dicho mal. El principal problema es la ausencia de mercados reales para la mayor parte de los beneficios y costos ambientales.

En base a la metodología de valoración a partir de la economía ambiental se han utilizado varios métodos para obtener una valoración económica del paisaje consistente en buscar su equivalente monetario. Los principales métodos son: el método del coste del viaje; método de la valoración contingente; método de los precios hedónicos; método de los costes evitados o inducidos, etc., que por motivos obvios de espacio no podemos aquí detallar y que sobre los cuales hay una amplia bibliografía: Azqueta (1994), Romero (1994), Riera (1999)...

## **6. CONCLUSIÓN**

De la metodología seguida, mediante el análisis que hemos ido haciendo del amplio marco conceptual, desde el punto de vista eminentemente geográfico y aplicación de las variables ambientales, en sentido holístico, es decir, contemplando los aspectos sociales y económicos, como parte del medio ambiente, hemos ido insertando a la vez algunas conclusiones a lo largo del trabajo, que por deducción y resultado real son obvias. No obstante, a manera de resumen, queremos apuntar algunos detalles de las conclusiones que se han ido produciendo.

Hemos podido comprobar la amplia diversidad conceptual del paisaje que según las variables contempladas podemos hablar de paisaje natural, físico, construido e incluso inventado. “Hay tantos paisajes como observadores, ya que cada persona sugiere sensaciones diferentes” (Cancer, 1999:24). Se puede tratar de elementos o espacios tanto naturales como construidos por el hombre que se convierten en centros de nuestra existencia, “llegan a interesarnos, nos atraen y nos sentimos vinculados o pertenecientes a ellos”, según Aguiló (1999:16).

Queremos recordar algunas expresiones, indicadas en el punto 2.1, que confirman algunas citas que confirman las cualidades parciales que enriquecen más el valor global del paisaje y a la vez parte de la tesis de este trabajo: “el paisaje es la suma de constituyentes naturales y sociales, entendimientos culturales, científicos y técnicos, reunidos y acumulados”; “el paisaje es mezcla, integración, huellas, reunión de miradas sin tiempo, escenario común de vivos y muertos”; “el paisaje es acumulador histórico”. (Picornell, et al. 2009)

El paisaje no debe ser un factor o complemento de la calidad turística, o un adorno, ya que el paisaje es una parte del medio ambiente y debe valorarse como lo afecta, positiva o negativamente. Si el turismo degrada el paisaje pierde también su calidad. El paisaje se puede mejorar, en muchos sentidos, pero, insistimos, no es sólo decorado sino ecosistema complejo y la mejora aparente de un factor puede ser perjudicial para la globalidad. Consideramos queda constatado que el paisaje reúne las condiciones necesarias y suficientes de bien público y activo social y sobre todo su consideración de ecosistema que se resiente cuando pueda ser dañado o destruido alguno de sus componentes o variables que lo integran. También queda probado el uso del paisaje que se ha hecho como factor de producción y utilización como bien libre, expropiado como patrimonio



de beneficio y propiedad comunal. El paisaje es susceptible de valoración con equivalencia económica a pesar que no sea medible con precios directos de mercado.

Apuntábamos que no es suficiente una filosofía de intenciones en las diversas leyes aparecidas en las comunidades del estado español, si el desarrollo del articulado legislativo, lleno de conceptos ambientales, no se corresponde con un desarrollo real y veraz. En ellas podemos tener un verdadero reflejo del uso y gestión del paisaje como activo social o bien como factor de producción o materia prima para fines crematísticos. Como muestra veamos algunas transcripciones de las diferentes exposiciones de motivos y preámbulos que en ellas se reflejan: “Esta riqueza paisajística constituye un patrimonio ambiental, cultural, social e histórico que influye en la calidad de vida de los ciudadanos y que significa a menudo un recurso de desarrollo económico, en particular para las actividades turísticas, pero también para las agrícolas, ganaderas y forestales” (Ley de Cataluña). En la de Valencia, “El paisaje constituye un patrimonio común de todos los ciudadanos y elemento fundamental de su calidad de vida...”. De la de Galicia podemos extraer “... se trata de un recurso patrimonial incuestionable que participa del interés general en los aspectos ecológicos, culturales, económicos y sociales. El paisaje proporciona el marco idóneo en su concepción holística para abordar la comprensión y el análisis del territorio, de las políticas del desarrollo sostenible necesarias para su puesta en valor y de los procesos ecológicos que tienen lugar. Porque el paisaje es un elemento fundamental de la calidad de vida de las personas y por eso también ha de ser el fiel reflejo de un territorio y de un medio ambiente de calidad...”.

## **7. BIBLIOGRAFIA**

- Acosta Bono, G. (2007): “El paisaje en los instrumentos de Planificación sectorial y de ordenación del territorio”, en Actas I Congreso Paisaje e Infraestructuras. Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Transportes.
- Aguilera Klinck, F. (1996): Economía del agua. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- Aguiló, M. (1999): El paisaje construido. Una aproximación a la idea de lugar. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Madrid.
- Aguiló, M. (2006): “El paisaje desde la acción”, en Maderuelo (dir.): Paisaje y pensamiento. Abada Editorial, S.L. Madrid.
- Aguiló, M. (2008): “Ingeniería y recuperación del paisaje”, en Martínez de Pisón (ed.): La recuperación del paisaje. UAM ediciones. Madrid.
- Arias Sierra, P. (2003): Periferias y nueva ciudad. Universidad de Sevilla.
- Ayuga Tellez, F., García García, A. (2001): “Los paisajes rurales: problemas y soluciones”, en TÉLLEZ: Gestión sostenible de espacios rurales. Mundi Prensa. Madrid, Barcelona, México.
- Azqueta, D. (1994): Valoración económica de la calidad ambiental. McGRAW. Madrid.
- Beguín, F. (1995): Le paysage. Un exposé pour comprendre et un essai pour réfléchir. Paris, Flammarion (Apud Nogué 2007: 183 La construcción social del paisaje).
- Benayas del Álamo, J. (1992): Paisaje y Educación Ambiental. Ministerio de Obras Públicas y Transportes. Madrid.
- Besse, J.M. (2006): “Las cinco puertas del paisaje”, en Maderuelo: Paisaje y pensamiento. Abada Editorial. Madrid.
- Burel, F., Braudy, J. (2002): Ecología del paisaje. Mundi Prensa. Madrid, Barcelona, México.
- Cancer Pomar, L.A. (1999): La degradación y la protección del paisaje. Ediciones Cátedra. Madrid.
- Cerdán, R. (2009): “La evaluación ambiental del paisaje” en Busquets y Cortina (coords): Gestión del paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje. Ariel Barcelona.
- Cinalli, D. (2011): Interpretare il paesaggio. ARACNE, Roma.
- Copeta, C. (2009): “La identidad: nueva categoría descriptiva del territorio y del paisaje” en COPETA Lois (eds): Geografía, paisaje e identidad. BIBLIOTECA NUEVA, Madrid.
- Cortina, A. (2009): “La dimensión económica del paisaje” en Busquets y Cortina (coords): Gestión del paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje. Ariel Barcelona.
- Díaz, J., Monzón, A. (2007): “Metodología para la evaluación del paisaje visto desde la carretera. Aplicación práctica a la red de carreteras de Andalucía” en Actas I Congreso Paisaje e Infraestructuras. Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Transportes.

- Escribano Bombín, M. del M., et al. (1991): El paisaje. Ministerio de Obras Públicas y Transportes, Centro de Publicaciones. Madrid.
- Folch, R. (2003): "Los conceptos sociológicos de partida", en Folch: El territorio como sistema. Diputación Barcelona.
- Folch, R. (1999): Diccionario de sociología. Ed. Planeta, Barcelona.
- García Asensio, J.M., Cañas Guerrero, I. (2001): "La valoración del paisaje", en Ayuga Téllez: Gestión sostenible de espacios rurales. Mundi Prensa. Madrid, Barcelona, México.
- Gómez Orea, D. (1992): "El paisaje como recurso socio económico", en Monografías de el Equipo 4, Conferencias del I Congreso de ciencia del paisaje. Universidad de Barcelona.
- Gómez Sal, A. (2006): "La naturaleza del paisaje", en Maderuelo: Paisaje y pensamiento. Abada Editorial. Madrid.
- González Bernáldez, F. (1981): Ecología y paisaje. Blume ediciones, Barcelona.
- Maderuelo, J., et al. (2006): "Pensar el paisaje", en Maderuelo: Paisaje y pensamiento. ABADA editores. Madrid.
- Marchena, M. (1995): "El turismo como consumidor de recursos naturales desde el desarrollo sostenible, en Bru (Dir.): Agua y espacios de ocio. Universidad de Alicante
- Martínez de Pisón, E. (2000): "La protección del paisaje, una reflexión", en Martínez de Pisón (dir.): Estudios sobre el paisaje. UAM ediciones, Madrid.
- Martínez de Pisón, E. (1998): "El concepto de paisaje como instrumento del conocimiento ambiental", en Maderuelo: Paisaje y medio ambiente. Seminario realizado en Soria, 1996. Universidad de Valladolid.
- Martínez de Pisón, E. (2006): "Los componentes geográficos del paisaje", en Maderuelo: Paisaje y pensamiento. Abada Editorial, S.L. Madrid.
- Martínez de Pisón, E. (2007): "Paisaje, cultura y territorio", en Nogué, J. (ed.): La construcción social del paisaje. Biblioteca Nueva, S.L. Madrid.
- Muñoz Jiménez (1998): "Paisaje y geosistema. Una aproximación desde la geografía física", en Maderuelo: Paisaje y medio ambiente. Seminario Soria, 1996. Universidad de Valladolid.
- Muriel Gómez, J L (2000): "La conservación de la naturaleza y del paisaje", en Martínez de Pisón: Estudios sobre el Paisaje. UAM ediciones. Madrid.
- Nel-lo, O. (2007): "La ciudad paisaje invisible", en Nogué, J. (ed.): La construcción social del paisaje. Biblioteca Nueva, S.L. Madrid.
- Nogué, J. (ed.) (2007): La construcción social del paisaje. Biblioteca Nueva, SL. Madrid.
- Nogué, J. (2008): "Al margen. Los paisajes que no vemos", en Maderuelo (dir.): Paisaje y territorio. ABADA. Madrid.
- Ocaña Ocaña, C., et al. (2004): Las vistas como recurso territorial. Ensayo de evaluación del paisaje visual mediante un SIG.. Universidad de Málaga.
- Ortega Cantero, N. (1998): "Paisaje y cultura", en Maderuelo: Paisaje y medio ambiente. Seminario Soria, 1996. Universidad de Valladolid.
- Ortega Cantero, N. (2000): "Las raíces culturales de la conservación de los paisajes", en Martínez de Pisón (dir.): Estudios sobre el paisaje. UAM ediciones. Madrid.
- Picornell, M., et al. (2009): "El paisaje como bien público: características ambientales como recurso y activo social" en Actas XXI Congreso AGE. Universidad Castilla-La Mancha
- Riera, A. (1999): La valoració econòmica del medi ambient 1: el mètode del cost del viatge. Universitat de les Illes Balears. Palma.
- Rodà, F. (2003): "La matriz del paisaje", en Folch: El territorio como sistema. Diputación de Barcelona.
- Romero, C. (1994): Economía de los recursos ambientales y naturales. Alianza Editorial. Madrid.
- Sanz Herráiz, C. (2000): "El paisaje como recurso", en Martínez de Pisón, E.: Estudios sobre paisaje. Universidad Autónoma de Madrid.
- Turri, E. (2003): Il paesaggio degli uomini. Bologna, Zanichelli (Apud Nogué 2007: 218 La construcción social del paisaje).