

Segunda parte: Historia del paisaje

El invento del paisaje

El paisaje supone una determinada relación con el medio ambiente, una relación distinta de la que propugna la ciencia moderna e incluso una relación diferente de la que tenía la sociedad medieval con su entorno. En este sentido, como dijimos, se trata de una forma socialmente construida de como debería ser mirado el medio ambiente (Agnew & Duncan, 1989, 186). Como tal tiene una historia propia, lo cual, dicho de otro modo, quiere decir que no debemos esperar encontrar sentimientos paisajísticos en ciertos contextos sociales y culturales.

Así, la sociedad medieval tenía una cierta ceguera ante el medio físico, especialmente por lo que hace referencia a su contemplación estética. Por esta razón ignoró el paisaje (Gourevich, 1992; Zumthor, 1993). Por ello entendemos que Marco Polo diera muy poca importancia a la descripción de los lugares por donde pasaba. En aquella época histórica, no era posible una admiración desinteresada del mundo natural, puesto que éste era considerado algo en una constante y fluida relación con el cuerpo humano (Gourevich, 1992). Lejos de la separación que la modernidad iba a proponer como central entre sujeto y objeto, el mundo medieval veía en la naturaleza la prolongación del Yo y, por lo tanto, no podía existir una materia inhumana i separada de los individuos (Gourevich, 1992; Zumthor, 1993, 35).

No nos extrañará, pues, que las unidades de medida fueran los codos, palmos, pasos, pies, etc., unidades todas ellas hechas a escala humana (en España el sistema métrico decimal no entró en vigor hasta 1880). Ni tampoco que existiera un dualismo entre naturaleza y cultura por el cual el microcosmos y el macrocosmos mantenían importantes relaciones de semejanza y proporción. La naturaleza era, pues, un símbolo del mundo invisible y era necesario ir hacia éste (*per visibilia ad invisibilia*).

De aquí que, aunque no fuera lo más importante, el mundo físico era necesario para el espíritu humano que quisiera llegar a las cosas eternas, aspecto éste desarrollado por el agustinismo hasta sus últimas consecuencias (Copleston, 1978).

Tenemos un magnífico ejemplo de lo que estamos tratando en el manuscrito de *Las Florecillas de San Francisco*. En el monte de Auvernia, Francisco de Asís experimenta la pasión de Cristo de dos maneras paralelas:

- Por un lado en su cuerpo, que aparece estigmatizado en las manos, pies y costado como antes hubiera sucedido a Jesucristo.
- Por otro lado, en el mismo medio físico, que se agrieta recordando las llagas del Cristo crucificado.

El mensaje franciscano, que es muy claro en este pasaje, se transmite tanto a través del cuerpo del futuro santo como de algo a lo que hoy daríamos el nombre de paisaje (una parte de la montaña de Auvernia) (Florecillas, 1968). El cuerpo y el mundo estaban en una interpelación constante, pero ninguno de los dos era tan importante como las realidades trascendentes de que participaban.

Esta medianza queda muy clara en personajes como san Juan de la Cruz, Santa Teresa u otros metafísicos de la época medieval y moderna que buscaban el "*desasimiento de todo lo criado*", como dijo Santa Teresa en su *Camino de Perfección*. Con ello, se negaba la posibilidad de encontrar a Dios en los sitios agradables y concurridos (De la Cruz, 1991, 406 y 409). Evidentemente, esto hubo de suponer un gran freno a la medianza paisajística: la vida ascética no podía ser perturbada ni tan siquiera por la belleza natural, de ahí la importancia de la huida al desierto y de la vida austera.

Esta relación medioambiental propia de la edad media se incluye dentro de una tendencia más general a la que se dio el nombre de *Contemptus mundi*, expresión que se ha venido en traducir como desprecio del mundo. Dios está dentro de las personas -recordemos la relación entre el microcosmos y el macrocosmos- y, por lo tanto, no hace falta salir al exterior para encontrarlo. En este punto suele ser común comentar la ascensión de Petrarca al monte Ventoux, una excursión del siglo XIV que ha pasado a la historia del alpinismo y del paisaje por ser una de las primeras veces en que se inicia una ascensión -como escribiera el propio Petrarca- "*guiado únicamente por el deseo de ver la remarcable elevación del lugar*" (citado en Coolidge, 1989, 284-290). A pesar de tan paisajístico motivo, es bastante conocido que Petrarca, en la cima del Ventoux, abrió las *Confesiones* de San Agustín y sintió vergüenza por lo que acababa de hacer: ir a buscar a Dios fuera de su persona, cuando éste estaba en su interior. Exactamente la misma expresión se encuentra en un manuscrito catalán del siglo XIV (*Llibre d'Amorettes*, página 117).

Por eso no nos ha de extrañar que las narraciones de peregrinaciones medievales a Tierra Santa (Deluz, 1979, 74-76) o a Compostela (Camena, 1890, 92 y siguientes) no nos den ninguna información del medio por el cual se movían los peregrinos.

El aristotelismo había de suponer un primer cambio en este tipo de medianza. Adoptado por Tomás de Aquino, implicó un cierto interés por el mundo de las sensaciones. El Renacimiento iba a significar un peldaño más en el acercamiento inmanente al mundo exterior; el acto siguiente, ya en los siglos XVII y XVIII, iba a ser la ciencia moderna y su distinción radical entre sujeto y objeto.

Desde el punto de vista que nos interesa en este estudio, el descubrimiento más importante del Renacimiento fue la perspectiva, puesto que permitió el surgimiento del paisaje (Panofsky, 1973, 51). Con esta nueva técnica pictórica empezaba a ser posible que los fondos de las pinturas se distinguieran, y justo allí surgieron los primeros "paisajes". Como dice Joaquín Yarza, en el siglo XV español el paisaje no existe como género, pero la representación de los "lejos" o de los "países" alcanza un relieve tan destacado que es obligado afirmar que, si bien no existe el género, existen los paisajes como marco de obras sacras o profanas (Yarza, 1993, 29).

En 1560, en el *Comentario de la pintura* de Felipe de Guevara, el español emplea por primera vez la palabra *paisaje* (Marías, 1993, 91) y su sentido, como en el resto de lenguas

européas (Franceschi, 1997), se refiere a una forma de pintura. Un siglo y medio más tarde aparece en el catalán (Coromines, 1980), pero su uso en esta lengua no será extendido hasta el siglo XVIII.

Si mencionamos el caso catalán es porque en él aparece un hecho que resulta muy sintomático: antes de que se utilizara el concepto *paisaje* para hablar de algunas regiones catalanas, especialmente de la montaña de Montserrat, hubo distintos intentos en los que se hablaba de la *pintura* de esta montaña (Roma, 2001b, Roma, 2001c). Montserrat fue la primera montaña catalana percibida en términos estéticos, pero cuando este cambio tuvo lugar, el catalán aún no había incorporado la palabra *paisatge*. Fue en este contexto que algunos escritores, que alabaron a Montserrat en sus escritos, recurrieron al concepto *pintura* para cantar las formas de este macizo.

En este caso se ve claramente la vinculación estética y pictórica del naciente concepto *paisaje*. El siguiente paso se dará a finales del siglo XVIII, cuando el diccionario de Esteban de Terrenos (1788) recogerá que el *paisaje* también puede ser "*el aspecto de algún país*". Para Terrenos, el paisaje continúa siendo un concepto pictórico, pero ya en este autor vemos algo que hoy en día nos parece evidente: un paisaje sería un pedazo de medio ambiente, la vista de una región.

El catalán de los diccionarios hizo este salto a principios del siglo XX (Roma, 2001b, 217). Desde entonces, el paisaje ha tenido mucho que ver con la vista de espacios naturales o rurales. Y ha llegado un momento en que esa mirada nos parece natural. Como si no fuera trayectivamente igual que la mirada científica, con la cual convive desde el siglo XVIII.

En definitiva, no es por naturaleza que un espacio natural sea bello, puesto que no siempre se ha tenido en la misma estima (sobre este punto véanse los próximos apartados). Lo que sucede es que ese nivel físico se hace necesario para que pueda existir un espacio al que amar y considerar como paisaje.

El paso hacia el paisaje que estamos comentando ha sido descrito como un proceso de desacralización (Roger, 1997). En el caso de Montserrat este cambio se ha podido analizar de una manera evidente (Roma, 2001b, 409 y siguientes; Roma, 2002c). En su transcurso, los peregrinos, que recordemos que no tenían visión paisajística, se convierten en turistas que acaban siendo vistos como romeros que admiran lindos paisajes, en premio a cuyo esfuerzo reciben un magnífico panorama. A grandes trazos, romeros y peregrinos fueron substituidos por turistas y los que se resistieron se acercaron desde entonces a la montaña con otra imagen.

El proceso de desacralización y la invención del paisaje: el caso de la montaña de Montserrat

El proceso por el cual la montaña de Montserrat, en Cataluña, pasó de ser vista como el lugar que acogía el monasterio dedicado a la virgen a ser percibida como un auténtico paisaje se puede seguir de manera diáfana a partir de tres textos publicados a inicios del siglo XX.

En primer lugar, tenemos la *Guía histórico-descriptiva del peregrino en Montserrat*, publicada en la *Revista Montserratina*, una publicación vinculada a la abadía de Montserrat, en 1909. Este texto fue plagiado por otra guía publicada en 1915 por la Sociedad de Atracción de Forasteros barcelonesa ("Montserrat. La montaña y el santuario").

Barcelona. *Boletín de la Sociedad de Atracción de Forasteros (Syndicat d'Iniciative)*, XXIV. Barcelona, 1915. P. 18-58.). Y, mas tarde, en 1927, la misma Sociedad de Atracción de Forasteros encargó la redacción de otra guía sobre el mismo tema a Manuel Marinel-lo. Este autor, recurrió de nuevo a plagiar la obra original de 1909. La comparación entre ambas publicaciones resulta muy interesante por lo que se refiere al proceso de desacralización del paisaje.

En primer lugar, digamos que Marinel-lo en vez de acabar hablando de la vista que el *peregrino* tiene desde la montaña, habla de la vista del *turista*.

Por otro lado, Marinel-lo, en lugar de hablar de los visitantes del monasterio como si fueran peregrinos, se refiere a ellos como peregrinos y turistas, algo que ya había hecho la obra publicada en 1915. En este último caso podíamos leer que en Montserrat

"(...) siente el espíritu una cierta suavidad, descanso y alegría, que por otra parte aumentan contemplando los hermosos y dilatados panoramas que incesantemente se ofrecen a la vista del turista en todos los lados del horizonte".

La cita que reproducimos a continuación, extraída del texto original de 1909, sirve para justificar la idea de la copia literal entre las dos obras, pero también nos permite ver como el peregrino ha sido claramente suplantado por el turista:

"(...) siente el espíritu una cierta suavidad, descanso, y aun alegría notable, que por otra parte se aumenta contemplando los hermosos y dilatados panoramas que incesantemente se ofrecen á la vista del peregrino".

Más adelante tendremos que tratar también el tema de la extensión de los baños termales y cómo estos supusieron un importante punto de encuentro con la montaña o el mar. En su evolución se ve claramente cómo los primeros enfermos que se trasladan a estos incipientes recursos van siendo arrinconados por otro tipo de cliente, los/las turistas, y cómo a partir de aquí la representación del medio natural cambió de manera casi radical.

Paisaje y control social

Por otro lado, cabe decir que el descubrimiento del paisaje no se dio en todos los grupos sociales en el mismo momento. Este hecho se debe, en parte, a que, siendo el paisaje algo vinculado al mundo de la cultura y contando toda sociedad con subculturas en su interior, es lógico pensar que no todos los grupos sociales alcanzaran la misma representación del mundo en el mismo momento (o que llegaran jamás a compartir una misma imagen).

Como hemos visto, la mirada paisajística es una cuestión de distancia respecto al mundo material (Gourevich, 1983; Zumthor, 1993). Ahora bien, esta distancia puede ser de tipo estructural, como la que algunas sociedades exigen a la Iglesia o a los grupos rentistas, pero también puede ser una distancia construida, como sucede en el caso de los artistas. Como muy bien dijo Azorín (1969) para el surgimiento del paisaje hacía falta la aparición de *el yo frente al mundo*. Es en este proceso de creación de una personalidad social independiente que el mundo puede ser visto como objeto y, por tanto, como paisaje.

Ahora bien, no todos los grupos sociales alcanzaron esta separación respecto al mundo material en el mismo momento. En otros trabajos (Roma, 2000) hemos planteado la relación que existía entre las sociedades que llamamos tradicionales y el medio ambiente en términos de mitopaisaje. Este nuevo concepto surgió de la necesidad de hablar de un tipo de relación con la naturaleza que no pasaba por la admiración estética.

Antes de la modernidad, las clases populares tenían una representación muy distinta de ciertos lugares que hoy en día calificamos rápidamente como paisajes. Esta representación nos es accesible a través del estudio de las leyendas (véase Roma, 2002a, Roma, 2002b, Roma, 2000) en que se afirmaba que ciertas partes del medio ambiente (lagos, canchales, rocas, etc.) producían sonidos o voces que los campesinos interpretaban como si fueran mensajes de algo que, siguiendo a Edward P. Thompson (1979; 1988), hemos llamado "economía moral".

Un ejemplo concreto lo encontraríamos en aquellos lagos donde se oyen voces que advierten de la necesidad de hacer caridad a los pobres (existe uno de ellos en Andorra), puesto que aquella masa de agua apareció el día en que aquel lugar fue inundado para castigar a una población que no había ayudado a un mendigo que pasaba por el lugar pidiendo pan o cobijo.

La leyenda de la Maladeta (Aragón)

Hasta fechas muy recientes, en los valles de Arán y de Benasque se explicaba una leyenda que hablaba de un mendigo que iba pidiendo cobijo y comida de casa en casa, pero que era sistemáticamente rechazado en todos los casos. Finalmente llegó a la cabaña de pastores más humilde del lugar, donde fue acogido. Al día siguiente, viendo la deshonra de que había sido objeto, decidió castigar a esa gente sin corazón que no le había ayudado. Antes de hacerlo, pero, avisó a las personas que le habían acogido con el fin de ahorrarles el castigo.

El castigo que se desencadena posteriormente, según la leyenda, consiste en un temporal de nieve y hielo que convierte aquel lugar tan verde y rico en un inmenso glaciar y un canchal formado por piedras que, según la leyenda, serían los malévolos pastores y sus rebaños petrificados.

Estamos ante una leyenda etiológica, es decir, que intenta explicar el origen de este marco geográfico. Se trata de un relato muy extendido por los Alpes. A diferencia de estos, en el Pirineo, el castigo del mendigo da lugar (siempre, excepto en el caso estudiado) a la aparición de un lago.

Este lago o este canchal servían para recordar a las gentes del lugar cómo debían comportarse ante los extranjeros que llegaban a las puertas de sus casas. Transmitían, por lo tanto, un mensaje moral. Pero, a la vez, servían para explicar una determinada morfología montañesa.

En este caso, esta parte de la naturaleza se constituye en un texto que podemos descodificar a partir de los términos propuestos por la leyenda. Pero, a la vez, actúa como un discurso que nos hablara de tú a tú (Agnew & Duncan, 1989; Barnes & Duncan, 1992).

En otros casos, como por ejemplo un lago que existía en lo que hoy es el parque natural de los Aiguamolls de l'Empordà (Gerona), el lago producía un sonido parecido al mugir de un buey. Este sonido recordaba una leyenda en que un hombre había muerto ahogado cuando su carreta, llena de trigo, se hundió en un lago hasta ese momento inexistente: el campesino pretendía acaparar el trigo para venderlo, a un precio más elevado, en un momento de carestía.

También en la provincia de Tarragona, concretamente en la sierra de Montsant, se hablaba de un pájaro que volaba gritando "Justicia".

Son sólo tres de los múltiples ejemplos que podríamos citar (véase Roma, 2002b). Como vemos en ellos, las clases populares, lejos de ver en el medio ambiente cosas agradables o bellas, veían en él una serie de valores sociales, económicos e incluso políticos acordes a lo que Thompson califico de economía moral.

Aunque no está del todo claro, parece que las clases populares y las elites sociales de la edad media compartían una misma cultura. Habría sido a partir de la edad moderna que sus horizontes culturales habrían empezado a divergir (Mullett, 1990, 18 y siguientes). Y con ellos, su mirada sobre el medio que les rodeaba.

En este contexto, con el paso del tiempo, la modernidad, la perspectiva y la mirada científica convirtieron esas imágenes populares en algo "irreal". Las piedras de los canchales son simples piedras y sus formas no tienen nada que ver con pastores o corderos petrificados el día que negaron el pan a un mendigo. Pero la ciencia, hasta hace muy poco, ha sido incapaz de ver que tras ese discurso crecía un mundo de normas morales y sociales que había que respetar y hacer respetar. Por eso se reproducían una y otra vez en forma de leyenda.

Paralelamente, la modernidad ha folklorizado las tradiciones populares, haciendo de ellas una simple literatura popular u oral que nada tendría que ver con la organización social o con la representación del mundo. Las leyendas son una poesía popular, literatura oral, se dice a menudo, y con ello se olvida el gran poder reivindicativo que tenían estos discursos.

La mirada campesina sobre la naturaleza, social y políticamente connotada, fue substituida por una relación paisajística y estética. El estudio de esta nueva medianza nos muestra que el surgimiento del sentimiento paisajístico no apareció entre los campesinos, ni tan siquiera en aquellos más dados a poner en práctica lo que luego hemos llamado revolución agraria (Roma, 2001b). Por contra, por lo menos en el caso catalán, la estima del medio natural aparece en primer lugar en tres grupos sociales:

- Los primeros turistas, muy ligados a la recuperación del termalismo
- Los primeros científicos modernos, que también partían de la necesidad de poner *el yo frente al mundo*.
- Algunos elementos de la clerecía

Sobre este último punto debemos decir que, después de algunos casos aislados y un tanto prematuros, a lo largo del siglo XIX empezarán a aparecer monografías sobre distintos santuarios o ermitas escritos por personas vinculadas a la Iglesia. Lo que las hace interesantes es que, por primera vez, esos documentos nos hablan de esos lugares como bellos paisajes que hay que ir a visitar (incluso cuando no se sea creyente).

La Iglesia catalana había leído unos determinados textos y compartía unas actitudes e ideas que no tenían nada que ver con el amor hacia el medio natural. A partir de un cierto momento, algunos de ellos se dieron cuenta que había gente que amaba esa naturaleza y, en lugar de oponerse a esa nueva medianza, la aceptaron. No les faltaban motivos, puesto que creían que, si la naturaleza era bella, no podía ser por otra razón que no respondiera a la magnificencia de su Creador.

Cuando todo esto sucedió, la palabra *paisaje* aún no existía o no se aplicaba al medio natural. Entonces -¿cómo no?- recurrieron a la Biblia y a una serie de textos que conocían de memoria. Entre todos ellos encontraron que sus antecesores en el cargo ministerial habían hablado de lugares bellos como si fueran jardines o incluso paraísos (Roma, 2001b). (Sobre la imagen del paraíso y su utilización para la promoción turística, véase más adelante.)

A través de los textos y de los discursos sobre el paraíso (sustentados en pasajes bíblicos) el sentimiento de amor por la montaña pudo hacerse realidad. Además, todo este proceso quedó mejor estructurado a partir del momento -la segunda mitad del siglo XIX- en que los hombres de la Iglesia catalana entraron en el mundo científico y en los primeros clubs excursionistas.

Junto a ellos, poetas y escritores, pintores y fotógrafos, y sobre todo excursionistas, acabaron de dar forma a esta nueva mirada y convirtieron buena parte de nuestro medio natural en un objeto preparado para el consumo turístico: el paisaje.

Todo esto se produjo en un contexto que iba a conducir al establecimiento de un modelo de estado más o menos liberal y capitalista. De hecho, liberalismo y paisaje comparten en su raíz un tallo común: la modernidad. Por eso sus cronologías coinciden y por eso la mirada paisajística ha suplantado otra mirada popular anterior en la que el espacio era ocupado por otros valores, valores que fundamentalmente se asociaban a cualidades y relaciones sociales: cómo sobrevivir o ganar dinero, qué relaciones mantener con los demás, hasta dónde era lícito especular con el precio de los cereales, etc. (Roma, 2001b; Roma, 2002b).

Y es que, ciertos lugares, actuando como discursos y textos a la misma vez, servían para recordar una economía moral preliberal que a veces se ha venido en llamar del bien limitado. Esos mismos lugares no insinuaban, como lo hacen hoy en día, unos valores estéticos supuestamente desproveídos de implicaciones políticas. A este proceso, si queremos, le podemos llamar *modernización*.

Históricamente este proceso de modernización ha seguido velocidades diferentes en los distintos grupos sociales. Por ello, todavía en el siglo XIX las clases populares seguían pensando el mundo a partir de elementos más cercanos a la mediana medieval que no a la moderna.

Por otro lado, la modernización de nuestras sociedades conducía a un punto en que la cultura de esos campesinos y campesinas debía ser estudiada. De esta forma, era tomada como algo que nadie defendía de forma seria para el futuro. Esto condujo a extender aún más lo que hemos llamado proceso de folklorización y, como dice Bourdieu (1977, 2), éste es el último paso en la expropiación y la exclusión del campesinado.

Convirtiendo el folklore en una rama del patrimonio, se han perdido las relaciones de analogía con el mundo de la economía i de la política que el medio ambiente (antes de convertirse en paisaje) comportaba. Y con esto los mismos campesinos y campesinas fueron convertidos en objetos.

John Urry (1992, 3-4) ejemplifica perfectamente este proceso cuando explica cómo la aristocracia y la *gentry* tenían suficiente poder como para determinar el carácter de los paisajes que iban a consumir visualmente. De esta forma, en la pintura de paisaje, los pobres fueron convertidos en partes del propio paisaje. Más adelante veremos como algo parecido está sucediendo hoy en día con los oriundos de ciertos destinos turísticos cuando se les aplica lo

que llamaremos "tipismo". El tipismo supone la fotografización (tematización) de los residentes y la folklorización de su cultura.

La mediana paisajística, implementada a partir del Renacimiento, ha ido acaparando progresivamente la mirada de los distintos grupos sociales. Hasta el punto que hoy en día todos estamos *obligados* a este tipo de consumo visual (Urry, 1992, 4). Montañas, lagos, desiertos, casi todo el mundo geográfico es visto como algo agradable por la mayoría de la gente de cultura occidental. Pero la historia nos enseña que esa estima es muy reciente. Los próximos capítulos pretenden acercarnos a ese cambio en la representación del medio natural.

La lectura del medio ambiente

La playa, los lagos, el desierto, el bosque, la montaña, las cuevas y un largo etcétera de palabras que describen algunos destinos turísticos en función del tipo de paisaje que se puede encontrar en ellos son conceptos compartidos por la mayor parte de nuestra cultura y a su vez imágenes estereotipadas que nos sirven para explicar partes del mundo que nos rodea. En este sentido, cuando mencionamos, por ejemplo, un desierto, nuestros interlocutores saben rápidamente y de forma casi automática que nos estamos refiriendo a un lugar deshabitado, seco y caluroso, lleno de arena, formado por pequeñas ondulaciones del terreno que llamamos dunas, etc.

Como conceptos, todos estos términos nos sirven para economizar esfuerzos comunicativos y para poder transmitir ideas a otras personas. A un cierto nivel, no son más que sonidos o formas sobre superficies planas (lo que se podría resumir en el concepto sociolingüístico de *significante*). Ahora bien, a nadie se le escapa que tienen otro nivel, al que habitualmente llamamos *significado*, que nos conduce al mundo de la representación y que, por lo tanto, es cultural e históricamente mutante.

Lo cierto es que este vínculo entre *significante* y *significado*, o mejor dicho, entre concepto e imagen o representación, ha variado históricamente. Es decir, que la playa, la montaña o el desierto son realidades socialmente construidas, cuyo significado ha ido cambiando a lo largo de la historia y en función de los distintos contextos culturales en que han sido utilizadas.

Como es sabido, las palabras *beach* y *playa* nos transmiten una misma idea, siempre y cuando sepamos en qué idioma están expresadas. Lo que no resulta tan evidente es que la misma palabra *montaña* haya tenido significados distintos para culturas distintas o dentro de una misma cultura en diferentes momentos históricos. En castellano tenemos un maravilloso ejemplo sobre este cambio.

A diferencia de nuestra imagen actual, durante la edad media, el concepto de *montaña* estaba más vinculado a la tierra salvaje e inculta que no a cualquier forma de relieve topográfico (Mariño, 1987). Es más, desde un punto de vista lingüístico, en castellano la palabra *montaña* significaba una superficie cubierta de árboles (lo que hoy conocemos como *monte* o *matorral*) (Cejador, 1990).

Así se utiliza en diferentes pasajes del *Poema del mío Cid* y, como ya notara Menéndez Pidal, esta acepción fue llevada por los españoles a América y perdura en el Perú, donde se halla una región inmensa "*impropiamente llamada Montaña, al pie de la Cordillera Oriental,*

y que con mayor razón debía distinguírsele con el nombre de *Región de los Bosques*". De hecho, en el Perú casi nunca se emplea la palabra *bosque* en su verdadera acepción, y en su lugar se usa la de *montaña*, con la cual se indica una extensión de tierra poblada de árboles muy tupidos o espesos, ya sea en un llano, en un cerro o en un terreno quebrado (Menéndez, 1969, tercera parte). También el geógrafo Manuel de Terán (1987, 74-75) afirma que en algunas partes de América del Sur la palabra *montaña* sigue siendo empleada para designar a la selva.

No quisiéramos abusar de ejemplos, que de otro lado se pueden consultar en (García, 1990; Roma, 2001b), pero parece claro que cuando el Arcipreste de Hita habla de un caballero que "*mandaba sembrar trigos e cortar montañas*" (citado por García, 1990, 435) se está refiriendo a cortar los árboles de los bosques.

De manera que, hasta por lo menos el Renacimiento, para referirse a lo que hoy en día consideramos un terreno elevado, no existía un concepto muy bien definido. Es más, los documentos que en el siglo XV escribía la cancillería aragonesa en castellano utilizan casi siempre la palabra *montaña* en plural (Lleal, 1997). Con ello podemos decir que este concepto aún no estaba bien fijado en el castellano medieval y que se empleaba más para hablar de un conjunto de lugares que no de una imagen compartida.

Con el paso del tiempo, los términos de *Monte* y *Montaña* se convertirán en sinónimos, como se ve en los diccionarios de la Real Academia Española del siglo XVIII o en decimonónico de Madoz. A este respecto, el diccionario de Pascual Madoz resulta muy claro cuando habla de Lérida:

"no hay montes, si comprendemos esta palabra por la mayor elevación de unas tierras sobre otras (...). En el sentido de monte por terreno cubierto de árboles, el de Lérida es sumamente montuoso" (Madoz, entrada Lérida).

No será hasta el siglo XIX cuando se acabará imponiendo la tendencia de identificar la montaña con la verticalidad.

Como vemos, en el caso español, el concepto *montaña* surge en un proceso histórico en que éste va tomando un sentido concreto. A diferencia de lo que pasó con sus vecinos francés o catalán, fue un paso que se dio en un momento relativamente tardío (Roma, 2001b; Rey, 1992, 1268).

De hecho, durante la edad media se detecta un manifiesto desinterés por la montaña. Así, en el francés que utiliza un peregrino a Tierra Santa del siglo XIV, un único término, *mons*, se usa indiscriminadamente para referirse a todo aquello que se eleve del suelo. En cambio, el mismo documento presenta siete términos para hablar de las zonas de contacto entre el mar y la tierra, quince para hablar de los cursos de agua y algunos más para referirse al desierto (Deluz, 1976).

Además de su distinto significado, la imagen de la montaña también ha cambiado de la edad media hasta nuestros días. ¡Y mucho!

El descubrimiento del paisaje de montaña

A diferencia de la imagen que hoy tenemos de ella, durante la edad media las montañas producían terror o eran consideradas como lugares sagrados. Y ambos aspectos se daban en

relación, pues cuanto más árida fuera la vida en este escenario, más beneficios espirituales y más cerca de Dios estarían los eremitas. Los motivos del pavor hacia las montañas en algunos casos eran físicos (nieve, pendientes, tormentas, etc.), pero en otros eran simples imágenes culturalmente producidas (demonios, dragones, brujas y otros seres poco deseables habitaban en ellas).

En este contexto, normalmente se asocia los lugares montañoses con ideas de tristeza, fealdad o peligro (Engel, 1930, 6; Tuan, 1980, 80). Por ejemplo, el monje inglés John de Brengle, el año 1188, atraviesa el collado de Saint Bernard, en los Alpes, de camino hacia Roma y escribe:

"Señor, devuélveme con mis hermanos para que les pueda decir que nunca vengan a este lugar de tormento" (citado en Engel, 1930, 15).

Las montañas eran, pues, mal vistas, pero existía una imagen sacra de la montaña cuya representación era mucho más positiva, como se demuestra en la proliferación de iglesias y ermitas en lugares elevados y alejados de la presencia humana y en el papel que la montaña jugó en los textos bíblicos (sobre el papel de la montaña en la Biblia, Roma, 2001b).

Incluso una creencia muy extendida, recogida en el siglo XIII entre otros por Thomas de Cantimpré y Jean de Mandeville, suponía que no se podía respirar el aire de las montañas a causa de su sutileza y poca consistencia (Lecouteaux, 1995, 137; Kenny, 1991, 10).

Esta tendencia empezó a cambiar con el Renacimiento (véase Coolidge, 1989) y el posterior nacimiento de la ciencia moderna. En 1592, el colegio de los Jesuitas de Coimbra aceptaba que la Tierra había sido creada con montañas puesto que éstas son útiles y bellas (Glacken, 1996, 350). El Renacimiento supuso que algunos elementos de la elite cultural descubrieran las montañas, pero no consiguieron "popularizar" este sentimiento (Broc, 1994, 389-404; Coolidge, 1989)

En este proceso de cambio medial, el invento del barómetro por Torricelli, en 1643, fue de una importancia radical: desde ese momento se podía utilizar para medir la altura del relieve, como lo hizo por primera vez Pascal en 1647 en el Puy de Dôme (Terán, 1987, 52). A partir de ese momento, era posible establecer una visión matemática y geométrica del relieve, aunque hay que tener en cuenta que este cambio de representación no se puede achacar únicamente a una imposibilidad técnica (Dainville, 1964, 165-166; Nardy, 1984, 77-79).

De cualquier forma, este cambio en la representación del medio montañoses no dio nacimiento a un deseo de conquistar las cumbres nevadas. Para ello hacían falta una serie de características que, de una forma muy rápida, definimos como las que caracterizan a la modernidad. De manera que, excepciones y precedentes a parte, las actitudes negativas hacia la montaña duraron hasta el siglo XVIII (Altman & Chemers, 1989, 30). Fue entonces cuando las montañas se convirtieron en objeto de estudio y de pasión (*Images de la montagne*, 1984). Como ya escribiera Azorín, el sentido de la Naturaleza es completamente moderno. Hace dos, tres siglos, había parajes en las campiñas o en las montañas que inspiraban sensaciones de horror; la gente sentía miedo, o disgusto, o repugnancia, por ejemplo, hacia ciertas abruptas montañas (Azorin, 1969, 13).

Un impulso clave en el cambio de su representación se debió a una nueva manera de

entender la realidad: el discurso científico moderno. La montaña se convirtió en un laboratorio de la naturaleza y desde ese momento las montañas se convirtieron en objeto de estudio de los primeros científicos, tras los cuales los primeros "turistas" y curiosos se presentaron en las cimas más accesibles. Para Numa Broc (1994, 189-404; 1969, 15-18), los botánicos que recorren los Pirineos y los Alpes son los inventores de la montaña.

La publicación en 1754 del *Essai sur les usages de montagnes*, de Elie Bertrand, fue una contribución esencial. Según este autor, las montañas son una pieza clave en la constitución del planeta e incluso llegan a inspirar a los artistas.

Como ya se deja ver en este ensayo, el siglo XVIII ve crecer el sentimiento paisajístico aplicado a la montaña y el desarrollo de la ciencia; de su intersección iba a nacer una nueva relación con el medio natural (Broc, 1969, 16). El último jalón en este movimiento fue el Romanticismo (Fourcasier 1990; Azorín, 1969, 14)

Los autores románticos se sienten fascinados por la potencialidad destructora de la naturaleza y de los elementos (Argullol, 1983, 112): con ellos, sentados ante una tormenta en pleno estallido, ponemos al paisaje en su sitio y al observador en el suyo. La naturaleza que antes producía terror, se ha convertido ahora en objeto de placer estético. A partir de entonces, será accesible a todo el mundo que sepa descodificar su imagen.

¿Es que ha cambiado, la naturaleza? Desde el punto de vista físico, los cambios en los últimos cinco siglos, aunque en algunos casos pueden haber sido importantes, no parecen haber sido fácilmente percibidos. Seguramente en casos y momentos concretos, algunas poblaciones locales tuvieron consciencia del cambio que experimentaba el medio que les rodeaba. Un buen ejemplo lo tenemos en el avance de los glaciares en los valles alpinos a consecuencia de la Pequeña Edad Glacial del siglo XVI, cambios muy bien documentados en el trabajo de Emmanuel Le Roy Ladurie (1983). En general, pero, sin contar con la acción antrópica, los cambios ambientales acostumbran a ser bastante lentos. Exceptuamos de esta tendencia a las grandes catástrofes como inundaciones, erupciones volcánicas, roturas de lagos de origen glacial, etc. pues, aunque sus efectos sean claramente visibles, normalmente sólo son perceptibles en una escala relativamente reducida o bien sus efectos devienen invisibles en poco tiempo.

Agentes implicados en este proceso de cambio

En el ámbito físico y ecológico, pues, la naturaleza no ha cambiado de manera notoria en los últimos quinientos años. El cambio se ha producido más bien en la relación que la humanidad ha mantenido con ese medio natural. Lo que ha cambiado ha sido la representación socialmente construida de la naturaleza. En este sentido, ha habido una serie de movimientos sociales y de actores que han propiciado y conducido este cambio medial. Vamos a ver los más importantes en el caso de la montaña.

En primer lugar, no podemos menospreciar el peso de algunos sectores que podemos calificar de literarios o artísticos. Los casos más paradigmáticos serían los de Haller y su poema *Die Alpen* (1732), Gessner y Rousseau, por lo que se refiere a la expresión escrita, y Töppfer, Friedrich, Wolf y tantos otros, en el mundo pictórico (*Le sentiment de la montagne*,

1998). Tampoco no podemos olvidar, en un período posterior, el papel de la fotografía en la popularización de las imágenes y los puntos de vista apropiados para la montaña (véase Roger, 1997, 83-98).

Después, el relevo fue tomado por los grandes científicos (Roger, 1997), a la cabeza de los cuales encontramos a Saussure, para los Alpes, y Ramond en los Pirineos.

Pero el cambio más importante se produjo a partir del momento en que las obras literarias, pictóricas o científicas de estas grandes cabezas de lanza llegaron a los segmentos más bienestantes de la sociedad inglesa, y posteriormente francesa, y los atrajeron hacia el medio natural. Nacido a partir del Romanticismo, el espíritu de conquista de las montañas tomó en las clases acomodadas un gran impulso que fue capaz de llevar a muchos ingleses hasta los Alpes suizos (Lunn, 1944). Después vendría el impulso en el lado francés (Raymann, 1979) e italiano (Ambrosi & Wedekind, 2000) del macizo. Al poco tiempo, se "descubrieron" los Pirineos, de la mano de naturalistas y de bañistas que pretendían recuperar su salud en sus múltiples balnearios. Aunque la conquista de "nuestro" Pirineo fue un poco más tardía, en el costado francés del macizo, desde principios del siglo XIX, una Ruta Termal se puso en marcha y facilitó el desarrollo del turismo en este marco (Grenier, 1987).

También en ese momento, la sociedad española redescubre los baños termales y los define como productos para personas *enfermas* y con una cierta posición social. Con el paso del tiempo y contando con el apoyo de numerosos facultativos, los balnearios dejaron de ser un producto médico para convertirse en un recurso turístico apto para los momentos de ocio de los sectores sociales más acomodados (Roma, 2001b, 471 y siguientes). Los balnearios vivieron su máximo esplendor en la segunda mitad del siglo XIX; el nuevo siglo trajo consigo un mayor interés por el veraneo y la construcción de viviendas (torres, chalets) para el disfrute unifamiliar (Roma, 2001b, 479-480).

El fenómeno balneario supuso un vivo interés por el paisaje de montaña y muchos establecimientos utilizaron la vista que desde ellos se podía ofrecer como un factor diferencial más para atraer visitantes. En este caso, vemos claramente como la promoción de la imagen de estos recursos turísticos empleó desde el principio de su historia el recurso al paisaje. A partir de aquí, la incitación a la conquista de la montaña fue cada vez mayor.

Por otro lado, ciertas corrientes pedagógicas o filosóficas también habían contribuido a aumentar el interés por el medio natural. Este fue el caso de la Institución Libre de Enseñanza y su vertiente krausista (véanse los artículos de Ortega, Morales y Jiménez, en *Estudios Turísticos*, 83). En este contexto, el descubrimiento científico de la sierra de Guadarrama empezará a mediados del siglo XIX (Mollá, 275). Otro tanto se produce en Cataluña con el nacimiento en 1876 de la Associació Catalana d'Excursions Científiques (Roma, 1996). Alrededor de 1882, con la creación en Granada de la sociedad El Fomento de las Artes, empezaba a desarrollarse la conquista hispana de Sierra Nevada (Titos, 1990, 203). En el siglo XX se desarrollaría el interés por otros macizos, como por ejemplo Gredos (Feliú & Rituerto, 1994, 96) o los Picos de Europa.

Fue en el interior de las prácticas excursionistas que se desarrollaron por primera vez algunas formas de lo que hoy llamamos turismo alternativo. El más prematuro de todos ellos fue el esquí.

Aunque se ha hablado a menudo de unos noruegos que vivían en Madrid y que empezaron

a practicar este deporte a finales del siglo XIX, lo cierto es que la primera referencia clara aparece en 1905 cuando Manuel G. de Amezúa regresó de Davos con tres pares de esquís. Amezúa formaba parte del *Twenty Club*, una de las primeras asociaciones españolas que salieron a la montaña y que conquistaron el Guadarrama. Poco después, en Barcelona, un grupo de excursionistas visita Chamonix e introduce la práctica del esquí en esta comunidad. En el mismo año, se funda en Madrid el Club Alpino Español; poco después el Ski Club Tolosano (Segalàs, 1956).

El esquí iba a suponer un gran giro en la valoración de la montaña. Hasta ese momento, la mayoría de asociaciones excursionistas, tanto en Cataluña como en Castilla, tenían como objetivo prioritario la formación de la juventud y el conocimiento de la patria. Con la llegada del esquí, apoyado sobre todo por personas jóvenes, la representación de la montaña que se tenía desde los grandes núcleos urbanos cambió radicalmente. La montaña se convertía, de forma definitiva, en un lugar donde obtener placer en un marco paisajístico incomparable (Roma, 2001b).

Otros tipos de turismo alternativo que nacieron dentro o en paralelo a las asociaciones excursionistas fueron algunas formas de lo que hoy en día conocemos como deportes de aventura. Quizá el caso más significativo sea el de la espeleología.

Objetos de horror y espanto, las cuevas y simas hubieron de esperar también a la llegada del Romanticismo para que se pudiera iniciar su conquista física y fenomenológica. Una buena muestra del desinterés secular por estos espacios lo tenemos en el hecho que el término mismo de *espeleología* fue propuesto únicamente alrededor de 1890 por el prehistoriador Emile Rivière para referirse al estudio de las cuevas o cavernas (Gèze, 1968, 5).

Nacida en el seno de la paleontología, la geología, la biología y otras ciencias afines, esta práctica entre la ciencia y el deporte ha llegado a tener un campo propio de investigación gracias en parte a los trabajos de algunos nombres como Edouard-Alfred Martel (1859-1938), Emile-Georges Racovitza (1868-1947), René Jeannel (1879-1965) o H. Breuil (1877-1961).

En España, la espeleología nace en Cataluña, en el seno de los primeros clubs excursionistas, de la mano de Norbert Font i Sagué, clérigo admirador del propio Martel y que consiguió que éste fuera invitado a visitar algunas cavidades de Mallorca y Cataluña. Era el año 1896, momento en que, tras algunos ejemplos anteriores, esta práctica adquiere en nuestro país la dualidad ciencia-deporte que la caracteriza en la actualidad. Buena prueba de ello es la fundación en Barcelona del Club Muntanyenc en 1906, primer club que proclamó esta práctica como su objeto prioritario.

Otros ámbitos que tienen su importancia en el mundo turístico actual y que provienen del campo originario del excursionismo serían, por ejemplo, la acampada, la escalada y, más recientemente, el descenso de cañones. Por otro lado, deportes como el senderismo son las versiones más o menos actualizadas del excursionismo decimonónico que no en vano han sido analizadas como constituyentes de las nuevas prácticas turísticas (López, 1999, 53 y siguientes).

En general, en estos ámbitos que se inician dentro del marco del excursionismo, se puede hablar de un proceso de popularización de las prácticas: llevados a cabo por grupos reducidos de personas, a veces consideradas excéntricas, con el paso del tiempo se han ido afianzando como actividades pertinentes para el tiempo de ocio de amplias capas de población. Acto

seguido, se ha incrementado el número de practicantes, ante lo cual una industria de materiales y complementos ha podido ver la luz.

Normalmente, la evolución de este tipo de deportes y su consecuente popularización ha dado lugar a la existencia de dos polos opuestos de practicantes que, de una manera muy rápida, podemos clasificar como "deportistas" y "románticos" y que responden a lo que Jean-Paul Bozonnet (1990) califica como mirada prometeica (agresión contra una montaña que se vive como un castigo o pena) o icariana (contemplación sin esfuerzos) o también a la diferenciación entre "actitud de control y dominio" y "actitud de respeto o adaptación" definidas por González Bernaldez (1981, 210). Esta dualidad se ve de una manera diáfana en el mundo de la escalada actual.

Nacida como técnica al servicio del alpinismo, la ascensión de paredes verticales, con el paso del tiempo, ha sido vista por algunos de sus practicantes como una búsqueda de vías cada vez más difíciles. Se da la paradoja que, dentro de esta práctica, ha nacido lo que se conoce como escalada deportiva o de competición. Desarrollada en escenarios artificiales, los *rocódromos*, esta última se centra sobre todo en la superación de ciertas dificultades; la naturaleza y el paisaje son casi ausentes.

El mismo proceso de segmentación dentro del mundo de la escalada ha dado lugar a un grupo de escaladoras y escaladores *románticos* que valoran mucho más el lugar por donde se mueven que la dificultad del terreno. Para este tipo de deportistas, el paisaje adquiere una importancia transcendental (sobre la representación de la naturaleza en el mundo de la escalada, véase Vaché, 2000).

Dicho sea de paso, no han faltado acusaciones y argumentos a favor del peligro que la práctica de la escalada en el medio natural supone para el ecosistema: interferencias en los ciclos de nidificación de ciertas aves, agresiones a la flora y fauna, contaminación visual por el uso de magnesio en polvo para el secado de manos, etc. Por ello, muchas zonas protegidas donde es posible la práctica de la escalada se han visto obligadas a regularla de una forma u otra. Hasta el punto que el plan que regula la escalada en el parque natural de Sant Llorenç del Munt (Barcelona) obliga a la utilización de materiales fijos de carácter "*mimético*" en las vías: con este gesto se reconoce la importancia, incluso en el ámbito visual, del impacto de este deporte sobre el medio ambiente.

En cambio, la escalada *indoor* tiene un impacto mínimo sobre el medio ambiente y sobre el aspecto visual de las paredes rocosas (puesto que se desarrolla sobre estructuras prefabricadas artificialmente, montadas en el interior de instalaciones deportivas). Ahora bien, su potencial para la promoción del turismo es, al menos de momento y comparado con la escalada clásica o de pared, mínimo.

Esta doble división de los/las practicantes de la escalada se repite en la casi totalidad de los deportes de montaña o de aventura. Por un lado están los practicantes que supuestamente son los "verdaderos" y, por el otro, los "garrulos", "turistas", novatos, etc. Segmentación paralela a la que se encuentra entre deportistas y amantes de la contemplación del paisaje o el estudio de la naturaleza.

Llevado al extremo, desde el punto de vista de un/a deportista puro, el interés por el paisaje (e incluso por el medio ambiente en sí) vendría a ser una forma de alienación provocada por los medios de comunicación o las empresas que comercializan material de montaña. En

Cataluña, donde el pasado del excursionismo organizado tiene mayor grosor, esta oposición ha dado lugar a debates virulentos, en los cuales algunos autores han llegado a hablar de la "muerte del excursionismo" (Roma, 1996b). En este caso, estamos asistiendo a un replegamiento del sector más tradicional del excursionismo y el debate parece encaminado a discernir si ser excursionista supone tener unas características especiales o no. En cualquier caso, cuando se habla del pasado y del futuro de esta práctica, siempre se acaba hablando de la distinta relación que, hace pocas décadas, los/las excursionistas tenían con el medio que visitaban.

En general, para un sector -ciertamente minoritario- del excursionismo la confusión con los/las turistas supone un agravio comparativo que hay que evitar a toda costa. Aunque en ambos casos la contemplación del paisaje sea una de las actividades más practicadas, conviene que el/la excursionista que se cree auténtico haga algo más. Esta es una de las razones que explica que se produzca una cierta huida de las zonas masificadas o carentes de un mínimo nivel de riesgo. La contemplación de lo que la literatura excursionista considera los auténticos cañones de la sierra de Guara (Huesca), por citar un ejemplo, empieza en el punto mismo donde el/la turista se detiene: en el momento en que hay que armarse de cuerdas y neoprenos, donde no es posible avanzar sobre las dos extremidades inferiores, o donde -negocio obliga- los/las guías se hacen necesarios (véase Biarge & Salamero, 1991). Es también el caso de la cueva de la Font Major (L'Espluga de Francolí, Tarragona) donde el recorrido turístico de este yacimiento arqueológico se detiene justo en el punto en que hay que emplear técnicas espeleológicas debido a la presencia de un río de agua: el paisaje empieza allí, donde acaba la explicación de los guías, donde no llega la luz artificial de la explotación. Algo parecido sucede con la cueva de los Chorros, en Albacete.

Actualmente, la etiqueta de "cueva turística" se emplea en el mundo excursionista y espeleológico para indicar algo inapropiado desde este punto de vista, cuando en realidad el paisaje subterráneo puede ser el mismo en los dos casos, con la diferencia de que en la cueva turística éste se puede apreciar mejor, porque el escenario está mejor iluminado.

En un sentido parecido, Chaze y Touron (2001) atribuyen la pérdida de practicantes de esquí de fondo en Francia, a partir de los años finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, entre otras razones, a los cambios que se han producido en el tipo de terrenos por donde este deporte se practica.

En un contexto en que la nieve es cada temporada más escasa -en Francia hace ya más de una década que se habla de la crisis de las estaciones de montaña (Deprest, 2001, 90-91)-, en los últimos veinte años, los terrenos de esquí de fondo se han modificado radicalmente. En los setenta, los trazados de las pistas se hacían aprovechando el paso de los primeros practicantes (no existía ningún tipo de ayuda mecánica organizada). Después aparecieron las trazas paralelas en circuitos de hasta 45 kilómetros de recorrido, trazadas con la ayuda de motos de nieve. A finales de los ochenta, con la aparición de la técnica del *skating*, hubo que adecuar las pistas a unas nuevas necesidades. De esta forma, se hizo necesario preparar la nieve de una forma similar a la que se utiliza en las estaciones de esquí alpino.

Ante esta doble demanda (esquí de fondo alternativo y *skating*), hay que recurrir a trazar pistas de 4 metros de ancho, con lo cual se requiere una técnica y unos materiales iguales que los que utilizan las grandes estaciones de esquí alpino. A partir de aquí, y por razones de coste, las pistas se han concentrado alrededor de la estación y han reducido su longitud (Chaze &

Touron, 2001, 3).

Con este cambio, ha nacido una escisión entre fondistas y practicantes del *skating*. Estos últimos son vistos como superiores o más valiosos, mientras que los fondistas viven en un contexto de menosprecio que se detecta en la prensa y en las entrevistas con los interesados. Esta escisión es paralela a otra que enfrenta a los practicantes del esquí en espacios abiertos con los que prefieren un estadio cerrado: deportistas contra amantes de la libertad y el descubrimiento del entorno. Esta situación ha empeorado con la introducción de peajes para hacer frente a los nuevos gastos de gestión y explotación de las pistas. Con todo esto, se ha llegado a una situación de desmotivación de los futuros fondistas que hacían de la contemplación del paisaje y del conocimiento del medio uno de los puntales de su práctica deportiva (Chaze & Touron, 2001, 4).

En gran parte, pues, la crisis cuantitativa del esquí de fondo en Francia parece derivar de la segmentación del mercado en dos realidades distintas: por un lado, un grupo plenamente deportivo y por otro, un segmento cada vez más minoritario, basado en el "*descubrimiento, exploración más o menos dulce de un paisaje, un valle, una cultura*" (Chaze & Touron, 2001, 5). En este caso, la promoción del esquí de fondo pasa por ofrecer instalaciones adecuadas para que los fondistas puedan admirar el paisaje e integrarse en la cultura local.

El descubrimiento del mar

El mismo siglo XVII que, como hemos visto un poco más atrás, tenía aversión a la montaña, no ignoraba ni detestaba el mar con el mismo empeño. En este sentido tenemos que darle la razón a Nicolas Giudici cuando afirma que el peso político, económico y militar del océano le concedía una especie de primacía ontológica en la jerarquía de los elementos (agua, tierra, aire y fuego) y, por lo tanto, poseía una centralidad mayor que las propias montañas (Giudici, 2000, 26). Sobre este punto no podemos hacer otra cosa que mantener un discreto desacuerdo con la visión que Alain Corbin (1988) da del nacimiento del mar. Desde nuestro punto de vista, no hay que menospreciar la voz de otro importante investigador, Piero Camporesi, especialmente cuando afirma no haber encontrado en la literatura científica, de viajes o de divertimento la traza de las imágenes repulsivas del mar y las riberas que permitieron a Corbin la estructuración de su tesis (Camporesi, 1992, especialmente 113 y 130). En cualquier caso, lo que parece que sucediera en el siglo XVII fue un cambio de representación en la visión de las zonas litorales, cambio que iba a sentar las bases de la representación que actualmente tenemos de estos lugares.

Fue en la segunda mitad de ese siglo cuando se pasó de una cierta visión plácida (como se ve en las obras pictóricas de Claude Le Lorrain o Salvatore Rosa) a una representación violenta, salvaje o, dicho en conceptos estéticos, sublime de las zonas costeras (Roger, 1997, 98), imagen que tiene mucho que ver con la representación que los turistas actuales nos hacemos de algunas zonas litorales.

A principios de siglo XVII lo más normal era la ignorancia de la mayor parte de estos sitios o bien una visión repulsiva y poco agradable que derivaba, en buena medida, de cuestiones religiosas, puesto que la historia había dado bastantes muestras de que lo razonable era

interpretar el mar como un símbolo del diluvio (Corbin, 1988, 11 y siguientes). Ese recuerdo del diluvio bíblico, y por tanto del castigo divino, tuvo mucho que ver con la ignorancia y la visión negativa de los lugares de ribera, nos dice Alain Corbin (1988, 20). Sin embargo, a final de siglo, la visión empezaría a cambiar de forma radical, entre otros motivos por:

- Los progresos de la oceanografía
- Los cantos de un grupo de poetas franceses alabando las riberas marinas
- La teología natural
- La exaltación de las costas holandesas y
- La moda del viaje a la bahía de Nápoles.

Cuando finaliza el período estudiado por Corbin -hacia 1840-, amparándose en los cambios mediales que estos distintos procesos supusieron, se hizo más extendido un deseo colectivo de acercarse a los lugares ribereños. Desde entonces, las costas oceánicas se convierten en recursos opuestos a los malestares de la civilización (Corbin, 1988, 68). Con ello, entre 1810 y 1830, el continente europeo asistió a una tímida implantación de un nuevo deseo de acercarse a las riberas (Boyer, 1996, 80).

Pero no fueron las cálidas playas del sur de Europa las que se pusieron de moda en aquel momento. Se trataba, ante todo, de mares fríos, el Báltico en primer lugar, puesto que lo que buscaban las clases más aventajadas era, ante todo, un lugar donde poder introducirse en el agua helada en busca de los beneficios que esta acción suponía sobre el cuerpo humano. El detonante de este proceso se encuentra en el hecho que ir a bañarse a un mar de aguas frías se había convertido en una indicación terapéutica compartida por muchos médicos. Se trata de un proceso que es el mismo que enviaba a esas mismas clases a los balnearios de montaña. Como dice Roy Porter (1995, 35), la salud se convirtió en el motivo principal de viaje a principios de la edad contemporánea y se hicieron célebres aquellos balnearios que se consideraba que tenían alguna propiedad terapéutica.

Como dijimos, en este proceso, las costas mediterráneas fueron dejadas de lado, porque eran demasiado cálidas y poco elegantes, a ojos de la elite de la época (Boyer, 1996, 87). Además, sabemos de la existencia de una cierta competencia entre los balnearios del interior y los recursos del litoral (Porter, 1995, 38), lo cual redundó en que la demanda de sol y playas septentrionales se retrasara aún en el tiempo.

Por otro lado, no fue hasta los años veinte del siglo XX que se puso de moda el bronceado: hasta entonces, exhibir una piel blanca era signo de distinción social (Mazón, 2001, 90). El gusto por un cuerpo oscuro también se relaciona con una moda terapéutica: los baños de sol para acabar con ciertas enfermedades, nacidos sobre todo en la Alemania de la república de Weimar. Más allá del apoyo prestado por el poder político alemán, a su popularización contribuyó en buena medida la figura de Coco Chanel (Mazón, 2001, 90-91).

Para que las costas mediterráneas entraran en el terreno de juego turístico, hizo falta que el transporte por ferrocarril se desarrollara y fuera capaz de transportar a los sectores obreros de la sociedad hacia los balnearios y centros de recreo ocupados por las elites. A partir de ese momento, las elites consideraron más oportuno buscar otros lugares para pasar sus vacaciones. En el fondo, es un cierto deseo de distinción social lo que explica la puesta de

moda de este nuevo tipo de medio y paisaje. Con este paso, las playas cálidas del Mediterráneo se vieron envueltas en una cierta aureola de exotismo (que en el fondo contribuía a la estrategia de distinción de la elite).

En una primera fase, por lo tanto, las clases más pudientes llegaron a las costas septentrionales de Europa y las pusieron de moda. En un segundo momento, ya en el siglo XX, la industria turística vio claramente la posibilidad de hacer negocio trabajando también con las masas populares, especialmente después que los distintos países europeos adoptaran legislaciones que aseguraban un período anual de vacaciones remuneradas. Cuando, después de la segunda Guerra Mundial, la aviación comercial empezó su desarrollo, lo que se ha venido en llamar "periferia del placer" se fue acrecentando poco a poco, dando entrada a países como España, Grecia, Cuba, las Bahamas, Hawai, etc.

El modelo de turismo de sol y playa acaba, por este camino, popularizándose. Desde entonces, una playa que cuente con las características físicas necesarias para convertirse en destino turístico sólo tendrá que esperar el detonante que la impulse a la fama. Ese momento fue llegando escalonadamente a diferentes puntos de nuestra geografía, de manera que las distintas costas mediterráneas vivieron su popularización a partir de hechos anecdóticos en unos casos o planificados en otros.

El caso de la costa de Niza se vincula a una grave crisis económica que intentó ser soslayada a través de la estructuración de un nuevo barrio turístico. Este movimiento se debió, en buena parte, a los visitantes extranjeros que pasaban por la zona (Castellana, 2002).

Una inesperada reunión de agentes de viajes europeos que tuvo lugar en Mallorca durante el año 1953, que en principio estaba programada para desarrollarse en Holanda, pero que hubo de ser trasladada a causa de unas importantes inundaciones, iba a suponer el punto de arranque del turismo masivo en las Baleares. Por otro lado, el caso de la Costa Brava debe mucho a la fama de Ava Gardner y al relativo éxito de la película *Pandora y el holandés errante*, rodada en este marco.

En el lado opuesto tenemos aquellos casos de destinos que fueron pensados de antemano y planificados para convertirse en recursos turísticos. Quizá el caso más paradigmático sea el de los centros de la costa del Mar Negro, donde los gobiernos comunistas de Rumania y Bulgaria impulsaron un modelo turístico con una importante vertiente de turismo social. A diferencia de los casos anteriores, aquí la oferta precedió a la demanda.

Otro caso en que esta relación entre oferta y demanda se diera en el mismo sentido, pero en el marco de un estado capitalista, fue el de Languedoc-Rosellón, aunque aquí las consecuencias de la planificación fueron totalmente distintas (Barbaza, 2000).

Por una vía u otra, los/las turistas salían de sus lugares de residencia habitual para tumbarse en una playa exótica (recordemos el refrán *Spain is different*). Lo hacían atraídos principalmente por la imagen que tenían del lugar, sin querer menospreciar otros aspectos como por ejemplo la diferencia de precio respecto a otros destinos alternativos. El caso es que, con el aumento imparable del número de visitantes, en un marco de práctica inexistencia de políticas turísticas, la construcción de hoteles, apartamentos, campamentos y otras infraestructuras para atender a los/las turistas acabó por desarrollar un modelo paisajístico totalmente distinto del original. Cemento y construcciones ocuparon lo que en principio eran playas, descampados y campos de cultivo. Cambió con ello el paisaje (la imagen) con que los

visitantes se encontraban al llegar a su lugar de destino. Y cambió en un sentido muy concreto, puesto que se ha podido afirmar que el desarrollo turístico da lugar a un determinado tipo de ciudad con un tipo singular de urbanización (Anton, 1997).

Según la tesis de Salvador Anton (1997), el turismo, como actividad económica, tiene en el paisaje una materia prima de una importancia capital. A partir de él genera un producto de consumo. El problema es que muchas veces lo hace a costa del paisaje original. Esto se debe, fundamentalmente, al hecho que los espacios turísticos tratan de satisfacer unas necesidades diferentes de las que se satisfacen en los procesos de urbanización convencional. Por ello acaban generando un sistema singular de asentamientos normalmente basado en la dispersión de la ocupación del suelo y una intensa presión sobre la franja costera (Anton, 1997).

El agua estancada

Algo parecido a lo que sucedió con los destinos de sol y playa lo encontraremos en las masas de agua dulce estancadas. Aquí, de una manera más clara, se detecta una repulsión hacia estos lugares, repulsión que tiene su origen en los efectos sobre la salud que se les suponían. Esta influencia de las masas de agua sobre la salud humana pasaba a través de la climatología.

A finales del siglo XVIII y durante casi todo el XIX, el clima no era únicamente cálido o frío, húmedo o seco, es decir, objetivo. Además de esas características, tenía también una dimensión claramente humana, subjetiva o cultural. El clima formaba parte, por tanto, de una naturaleza hecha a medida humana.

Desde este punto de vista, a nivel físico llovía o el grado de humedad era elevado, pero a nivel ecosimbólico los climas era sanos o enfermizos. Frases como las que siguen nos hablan de la dimensión ecosimbólica de la realidad geográfica:

- *"este terreno de sí es saludable"* (Igalada, Barcelona, 1770)
- *"La tierra es sana (...) Y siendo como son dichos ayres sanos y estando el terreno batido de ellos por la buena disposición de él, es por consiguiente salutífero el territorio de que se trata"* (Igalada, Barcelona, respuesta al cuestionario de Francisco de Zamora, final del siglo XVIII).
- *"El clima de esta Ciudad es bueno y sano"* (Manresa, Barcelona, 1775).

En este punto, los vientos y las aguas se convierten en elementos esenciales para la vida y las condiciones de existencia humanas. Ya no se les puede ver tan sólo como hechos físicos, objetivos, sino que son seres sociales.

Entre vientos y aguas existía una relación dialéctica que afectaba a la vida de las personas. Durante el siglo XIX se creyó que los vientos eran capaces de movilizar y, según sus características peculiares, controlar a los miasmas, una especie de vapores maléficos producidos por ciudades, mataderos y otros lugares, entre los cuales queremos destacar los pantanos.

Una memoria leída en la Academia de Ciencias y Artes de Barcelona en 1835 decía que *"los mares y rios, las lagunas y pantanos, las aguas corrientes ó detenidas de mil maneras, los*

montes y bosques, los valles y cavernas, los campos cultivados no menos que los incultos" estaban constantemente lanzando al aire vapores perjudiciales para la salud humana (Janer, 1835, 19). En general, el agua estancada, y en algunos casos el agua marina, era vista como algo perjudicial para la vida humana. La guía de Barcelona que Felip Roca publicó en 1831 afirmaba que la montaña de Montjuïc resguardaba a esta ciudad "*de las exhalaciones nocivas que se desprenden de las aguas que se hallan en el otro lado*" (Roca, 1831, 41). El caso de Roca es un tanto excepcional, porque aplica esta visión negativa del agua estancada al mar. Lo normal era que el agua salada (marina o no) no fuera pensada como perjudicial.

En este contexto se entiende que las zonas de marismas e inundadas fueran vistas como peligrosas y generadoras de enfermedades. Durante siglos, grandes extensiones de tierra húmedas fueron desecadas y convertidas en terrenos agrícolas a causa en buena parte de esta imagen tan negativa. En este sentido, un *Compendio de la vida, muerte y milagros de los gloriosos labradores San Galderique de Canigou y San Isidro de Madrid*, publicado el año 1627, describía al Rosellón como un llano saneado por la acción de la tramontana (el viento del norte). Sin esta corriente aérea, esta región tendría grandes problemas a causa de "*los vapores corruptos que salen de los Estanques*". En esta misma comarca, "*se respira un aire pesado, húmedo, infecto, promovido de la estancación y corrupción de las aguas*", según Francisco de Zamora (1790). En el mismo sentido se expresa el manuscrito de José Cornide (1794): "*Su clima (...) no es de los mas sanos, á causa de las varias lagunas y aguas detenidas que hay en ella, y de las siembras de arroces y cáñamos*".

Podríamos multiplicar los ejemplos, pero seguramente no sea necesario. Con los que hemos visto tenemos argumentos suficientes para afirmar que, incluso en el siglo XIX, las aguas estancadas eran lugares repulsivos y peligrosos de los cuales lo mejor era alejarse. Por el contrario, las aguas en movimiento estaban investidas de ciertos valores paisajísticos.

Ahora bien, la mentalidad romántica iba a cambiar la visión sobre los lagos. Siguiendo los preceptos de esta corriente estética, en el arte de los jardines de aquella época era impensable un paisaje sin lago (Donadieu, 1996, 56).

A pesar de ser uno de los lugares que mueve el alma de los románticos, la atracción por el agua estancada fue minoritaria y de esta forma la expansión agrícola acabó con muchos de estos ecosistemas. Para completar el giro iniciado con el Romanticismo, hubo que esperar hasta que la llegada de los años sesenta del siglo XX pusiera en juego un nuevo agente: la ecología y el ecologismo. A partir de ese momento, en lugar de ser la naturaleza quien amenaza a la humanidad, los términos se invierten y somos los humanos quienes ponemos en peligro la continuidad de estos espacios naturales (Donadieu, 1996, 60-62). A partir de ese momento, se les reconoce como lugares en peligro y se intenta recuperarlos.

De este movimiento surge un sentir paisajístico importante, que en algunos casos ha sabido ser utilizado por el turismo. El caso más evidente serían los parques y reservas en humedales (Doñana, Tablas de Daimiel, o el delta del Ebro, por citar sólo ejemplos de nuestro país)

Los lagos, en algunos casos, se han convertido en importantes atracciones turísticas incluso a escala internacional. Entre los destinos asociados a la extensión de grandes lagos encontramos Finlandia, Estados Unidos, Canadá, Polonia, etc., recibiendo algunos de ellos un número importante de turistas. El destino lacustre de Cumbrian (Inglaterra), por ejemplo, recibe 17 millones de turistas anuales (según John Urry, citado por Kokkonen & Peltonen, 1999).

Contra lo que a simple vista podría parecer, se ha demostrado que las presas y lagos artificiales construidos en lugares montañosos, lejos de resultar repulsivos para los/las turistas, les parecen algo agradable. Las presas no responden a la misma lógica que las infraestructuras turísticas o los remontes en montaña; al contrario,

"son muy favorablemente percibidos por todas las personas interrogadas, que además precisan que los embalses son parte integrante de la montaña" (Kessi, 2001).

En cualquier caso, se nota una cierta crítica hacia el muro de la presa, pero el lago en sí es muy apreciado. En este punto, la energía hidroeléctrica que de ellos se obtiene o el gran logro que su realización supone para la humanidad les dan un *"capital de simpatía y los integra fácilmente en la montaña"* (Kessi, 2001).

Además, en las últimas décadas estamos asistiendo a la utilización recreativa de algunas instalaciones acuáticas pensadas en principio para otras finalidades. En nuestra geografía no es raro ver florecer clubs náuticos en aquellos pueblos o ciudades que cuentan con algún pantano en sus alrededores. En general, estas superficies acuíferas no fueron pensadas con finalidades turísticas, sino que debían servir a la agricultura o para producir electricidad. Actualmente, en diversos casos, se está ampliando el número de usos de este agua para incluir algunas formas de recreo: vela, esquí náutico, kayak, natación, etc.

El invento del desierto

Como en todos los casos que llevamos estudiados hasta ahora, antes de que se convirtiera en objeto de mirada, espectáculo, motivo de poesía, literatura o imagen, el desierto era visto como algo dramático, terrible, desconocido. Su relieve árido ligaba muy bien con el tormento y el desarraigo humanos (Dagron & Kacimi, 1992, 11), de ahí que la religión cristiana le asignara un papel bastante relevante. A pesar de todo, no fue valorado estéticamente hasta hace muy pocas décadas. Tenemos un buen ejemplo en el caso de Egipto, pues este país ha sido durante siglos y continúa siendo el Nilo; nunca el desierto (Dagron & Kacimi, 1992, 38).

Según Alain Roger (1997, 108) hubo que esperar al siglo XX, con el progreso de la mecanización y sobre todo el descubrimiento de los pozos de petróleo, para que el desierto se convirtiera en un auténtico paisaje y dejara de ser un destino de aventureros y nómadas. Ahora bien, como paisaje, su imagen se ha formado a partir de una parte excepcional de la realidad física del desierto.

Según Michel Roux (1996, 6-11) la mayor parte (80%) de la superficie del Sahara corresponde a una *reg*, es decir, un relieve plano, con pendientes suaves, cubierto de losas de piedra mezcladas con arena gruesa o arcilla. En cambio, la imagen occidental del desierto es otra muy distinta: un *erg*, o sea, una formación arenosa limitada por dunas de aristas sinuosas.

Geográficamente la extensión del *erg* (15-20%) es mucho menor que la del *reg*, pero en nuestro imaginario está mucho más presente el primer tipo de paisaje. En resumen: nuestra idea de desierto se asocia a las dunas, y no a una superficie plana y pedregosa. Alain Roger cita un

caso muy interesante según el cual la imagen que los niños y adolescentes chilenos tienen del desierto de Atacama está plagada de dunas, oasis y palmera, elementos totalmente ausentes en aquel medio (Roger, 1997, 109, nota 4).

En opinión de Roger y de Roux, lo que podríamos llamar el triunfo de esta imagen del desierto podría tener que ver con la anterior popularización de las imágenes del mar como un desierto cubierto de dunas (olas).

Por otro lado, cabría estudiar desde el mismo punto de vista el paisaje americano, el *wilderness*. Parece ser que los modelos pictóricos (Poussin, Rosa, le Lorrain) que traían consigo los pintores recién llegados a América no servían para expresar la realidad que se iban encontrando a medida que avanzaban hacia el oeste. Hubo que inventar un nuevo modelo y parece ser que éste acabó popularizándose, en buena parte, gracias al trabajo de Hollywood (Roger, 1997, 111).

El bosque

Si la historia del desierto y de la montaña, como paisajes, es muy reciente, lo mismo sucedió en el caso del bosque, puesto que éste se confunde con aquellos muchas veces.

La confusión entre montaña y desierto fue muy importante durante la edad media (Zumthor, 1993, 63-64; Meiffret, 1991; Le Goff, 1980). En aquel momento, ambos conceptos participaban de una misma realidad, como se ve en el caso de Isidoro de Sevilla cuando afirma que los desiertos son, por ejemplo, las selvas y los montes (*Etimologías*, 8-31; Roma, 2001b, 70). En esta cita, también vemos que tanto la montaña como el desierto podrían confundirse con el bosque.

Por lo tanto, al principio, el bosque participó de la misma representación negativa que la montaña, el mar o el desierto. En el caso italiano, está demostrado que el bosque era mucho más temido y temible que no el mar. En él se podían encontrar todo tipo de animales feroces y criaturas malignas, bandidos, ermitaños descarriados, ogros, brujas, gigantes, hombres lobo, magos (Camporesi, 1992, 114-115).

El caso francés del macizo de Aubrac muestra claramente como este espacio ha pasado de ser un "*lugar de horror y vastas soledades, lugar cubierto de bosques oscuros e inhabitables*" a ostentar dos estrellas en la *Guide Bleu*, cuyo máximo son tres (Perrot & Magos, 1995).

Como en algunos de los casos anteriores, fue necesario el higienismo del siglo XIX y el ecologismo del XX para convertirlo en un verdadero paisaje. Hasta el punto que Alain Roger (1997, 106) explica que, según un estudio reciente que desgraciadamente no cita, el bosque estaría a punto de arrebatar la primacía turística a la montaña y al mar en la predilección de los franceses y las francesas.

Con ello hemos llegado a un momento en que el Plan Forestal Español especifica que "*uno de los elementos básicos que configuran el paisaje español lo constituyen los terrenos de vocación forestal*". Objeto de consumo estético, el bosque resume en cierta medida el gran paso de nuestra sociedad occidental en lo que hace referencia al medio natural: de la ignorancia a la explotación turística, pasando por el interés científico y artístico.

El resumen de los últimos apartados de nuestro estudio nos indica que la historia de la mirada occidental ha inventado una serie de paisajes prototípicos, inventos en la mayoría de los casos muy recientes y que al principio eran propiedad exclusiva de las clases más acomodadas. Con el paso del tiempo, estos modelos se popularizaron y llegaron así a las clases sociales menos pudientes.

Por otro lado, el incremento de las llamadas clases medias convertía a estos nuevos paisajes en elementos apropiados para constituir buena parte de la imagen turística de algunos destinos que este conglomerado social iba a consumir. Así han nacido una serie de segmentos diferenciados del mercado que demandan nuevas formas de turismo, en parte porque su ideal de belleza ha cambiado de forma evidente. Un simple ejemplo lo muestra de forma bastante clara: el turismo de patrimonio industrial. Hace 40 años, ¿quién hubiera ido a visitar una fábrica o una mina? En cambio, hoy en día es un sector en crecimiento que incluso recibe el respaldo de la Administración.

El próximo capítulo intenta profundizar en todos estos cambios para entender los nuevos paisajes que puede y debe ofrecer el turismo actual.

Hacia un turismo medioambientalmente más exigente: las nuevas formas de turismo

El turismo empezó siendo una actividad de elite practicada por las capas superiores de la sociedad. Sólo con la llegada del ferrocarril y las vacaciones pagadas, esta práctica se volvió accesible también a la clase obrera (Corbin, 1995; Boyer, 1996; Mazón, 2001). Posteriormente, el uso del avión y la reducción del precio de los pasajes pusieron en marcha lo que se ha venido en llamar el turismo de masas. Finalmente, en los años ochenta, aparece lo que se ha hecho llamar turismo post-industrial, caracterizado por la pérdida de peso relativo del turismo de masas y la eclosión de nuevas formas turísticas.

En este contexto, se han descubierto nuevos destinos (Asia y el Pacífico, fundamentalmente) que han cuestionado la supremacía europea y norteamericana en la recepción de flujos turísticos.

A parte de esto, la búsqueda de nuevos "destinos" turísticos no siempre ha pasado por encontrar lugares geográficamente distintos ni distantes. Muchas veces lo que se ha "descubierto" ha sido una nueva "mirada" sobre espacios hasta hace pocos años considerados poco turísticos. Es el caso paradigmático del turismo de patrimonio industrial, especialmente cuando se dedica a visitar algunas fábricas o minas en desuso.

Nuevas agencias de viajes, de pequeña escala, han podido encontrar nichos de mercado suficientemente importantes para permitir su supervivencia especializándose en modelos turísticos como el turismo rural, deportivo, de aventura, cultural, etc. (Mazón, 2001, 230). Su supervivencia y su éxito comercial tienen mucho que ver con las expectativas de sus clientes y con las imágenes que tienen de los destinos turísticos. En este sentido, el alza de la llamada clase media ha sido fundamental para este cambio en la mirada turística (Urry, 1990).

Según Urry (1990), en el mundo turístico se han producido una serie de cambios muy importantes que tienen que ver con el paso de la sociedad de producción a una sociedad de

consumo, con el incremento de los sectores terciarios y el descenso del trabajo industrial. Es en esta transformación que la cultura se convierte en algo muy importante, a la vez que aparece una nueva clase media o clase de servicios caracterizada por:

- No poseer el capital o la tierra,
- Trabajar en el mundo de los servicios,
- Ocupar trabajos considerados superiores que precisan carreras y conocimientos técnicos,
- A los cuales sólo se accede a ellos a través de títulos académicos.

Con esta nueva clase social, el turismo ha cambiado y el sol y playa y los circuitos han comenzado a ser cuestionados. Y es que, de hecho, el sol y la playa se pueden hallar en muchos lugares; muchas ciudades tienen servicios hoteleros, y los espectáculos y el ocio no sólo se encuentran en lugares turísticos: por lo tanto se entiende que este tipo de turismo esté -hasta cierto punto- de baja. Sobre todo si el descenso de los pasajes de avión nos permite elegir entre destinos situados a cientos o miles de kilómetros.

En cambio, esta clase más bien preparada demanda, por un lado, un turismo cultural (cultura) y, por otro, un turismo que se aleja del mundo construido (de la cultura) para ir hacia la naturaleza. De esta manera, los lugares masificados son vistos como incivilizados, de mal gusto, contrarios a la cultura. En este contexto, las nuevas tendencias en el mercado turístico apuntan hacia el turismo cultural, el turismo de patrimonio, turismo rural, etc., nuevas formas de ocio caracterizadas por una relación más consciente con el medio donde se desarrollan.

Como vemos, los lugares naturales han sido revalorizados y con ellos ha aparecido el interés por el ecoturismo, el paisaje, el mundo rural, etc., prácticas a menudo recogidas bajo el nombre de turismo alternativo. No en vano, el año 2002 fue declarado Año Internacional del Ecoturismo por la Organización Mundial del Turismo.

Algunos autores piensan que para el turismo o los turismos alternativos el paisaje es especialmente importante. No queremos poner en tela de juicio esta opinión, con la que estamos completamente de acuerdo, pero sí que debemos matizar el hecho que el paisaje es importante, y casi nos atreveríamos a decir consubstancial, para cualquier forma de turismo, sea ésta masificada o alternativa.

A pesar de esta afirmación, repetimos que coincidimos con los autores que conceden una gran importancia al paisaje como elemento fundamental de los turismos alternativos. Desde este punto de partida, el conocimiento de las tendencias principales de lo que se ha dado en llamar "turismo postfordista" tendrá un especial interés en el estudio de este tipo de relación con el medio ambiente, puesto que autores de la talla de Bardolet reconocen un incremento de la insatisfacción de los/las turistas sobre la parte no comercial del producto, especialmente la limpieza, el ruido, el exceso de construcciones y la polución estética (Bardolet, 1995, 73).

Si, en lo que hace referencia a la relación con el medio natural, el fordismo se basaba en una disponibilidad ilimitada y a precios muy baratos de recursos naturales, materias primas y fuentes energéticas, con el post-fordismo han aparecido unos cambios radicales. Los recursos naturales, en las sociedades fordistas, fueron considerados únicamente como inputs físicos al sistema productivo, y la naturaleza, el espacio y el paisaje sólo se concebían como simples

receptores donde arrojar los residuos generados en los procesos de producción y consumo.

Se ha dicho que esta visión productivista y economicista, que piensa que la naturaleza es únicamente un bien de uso que ofrece una disponibilidad sin límites de energía y recursos a precios muy reducidos, era una visión optimista del futuro de la relación con el medio o bien una relación ciega que ignoraba o no quería ver los problemas que estaba generando en el ámbito medioambiental.

Pues bien, las modificaciones acaecidas en las dos últimas décadas en las sociedades occidentales han supuesto unos cambios muy importantes en la relación con la naturaleza y en las cuestiones medioambientales.

Por un lado, asistimos a un incremento de la conciencia medioambiental y a una gran presión, por parte de la opinión pública, en pos de nuevas tecnologías cada vez más respetuosas con el medio ambiente y menos contaminantes. Además, la demanda turística y la segmentación del mercado ha inclinado la balanza en favor de bienes y experiencias que no se pueden reproducir a escala masiva (un ejemplo claro serían los deportes como el golf o la montaña). En este contexto, el post-fordismo turístico se refiere a la crisis del trabajo en cadena, de la estandarización y la masificación como pautas de producción y de consumo.

Esta reacción de los consumidores en contra de la oferta homogénea y no diferenciada se acompaña del hecho que la naturaleza y el medio ambiente se hayan convertido en artículos de consumo que se pueden comprar y vender en el mercado como cualquier otra mercancía. La naturaleza, en el mundo postfordista, se convierte en un elemento básico, algo que nos nutre y que depende mucho de nosotros mismos, como individuos y como sociedad. De esta manera, a los turismo alternativos se les exige que, aunque sigan buscando el máximo beneficio, intenten conseguirlo por unas vías que sean respetuosas con el medio ambiente y que no pongan en peligro la reproducción del capital natural no renovable (de aquí el tema de la sostenibilidad que estudiaremos en el próximo capítulo).

En este contexto, el campo ha sido revalorizado pero también "reinventado", puesto que lo que se espera es un campo sin maquinaria, sin agricultores, tractores, cables de electricidad; sin autopistas, ni contaminación, ni centrales nucleares... En definitiva, es el tema ya tratado de la naturaleza ecosimbólica de la realidad: por un lado la misma realidad física; de otro, una nueva interpretación.

El turismo sostenible

En un interesante artículo escrito hace más de una década, John Urry trató de demostrar que el interés por la protección del medio ambiente había florecido a partir del crecimiento del consumo visual a través del turismo. Según este prestigioso autor, el desarrollo del turismo ha permitido el contacto visual con un espectro mayor de medios distintos, especialmente si se tiene en cuenta el uso del coche particular en los desplazamientos. Esto ha supuesto una mayor comparación de los distintos medios que una misma persona puede conocer y de su estado. Según Urry, este incremento en el interés medioambiental ha nacido más por razones estéticas y de consumo visual que no de motivos relacionados con la razón y el discurso, y se ha visto potenciado por cambios sociales tales como el incremento del nivel educativo, de trabajos de

tipo directivo, etc. (Urry, 1992, 8-9).

Ahora bien, el propio Urry (1992, 13-14) acaba llegando a la conclusión que ha sido el mismo crecimiento a escala mundial del turismo lo que ha generado el aumento de la presión medioambiental. De manera que,

"El crecimiento de la mirada romántica, que celebra la "naturaleza", está ayudando a extender el turismo por todo el mundo y, como consecuencia, contribuyendo a extender el deterioro medioambiental" (Urry, 1992, 14).

Más adelante veremos algún ejemplo de estos casos en que un ecologismo mal entendido contribuye a poner en peligro nuestro medio ambiente. De momento fijémonos en que el turismo crece como resultado de la búsqueda de una naturaleza vista a través de la mirada romántica y a la vez se interesa por el medio natural.

Ese deseo, imperioso casi podríamos decir, de volver a la naturaleza o de estar junto a ella está en la base del crecimiento de muchas urbanizaciones y en general de segundas residencias, aunque no sea, ni mucho menos, el único factor que interviene en este proceso (Fraguell, 1994; Galacho, 1996). El litoral mediterráneo nos muestra un claro ejemplo: su belleza atrajo, durante el siglo XX, a grupos cada vez mayores de turistas. Algunos de ellos se quedaron prendados de estos paisajes y decidieron vivir lo más cerca posible de ellos. Y aun hoy siguen ocupando pequeñas calas junto al mar, creciendo sobre acantilados de bellas panorámicas, e incluso impidiendo los derechos de paso de los no propietarios. Se trata, en el fondo, de una forma de lo que Pierre Bourdieu llama violencia simbólica que trata de asegurar la exclusión y la distinción sociales.

¿Cuántas veces no hemos oído la expresión "en primera línea de mar" para alabar o potenciar el valor de un hotel o apartamento? Acceder a ese paisaje maravilloso que se divisa desde la ventana de nuestro hotel supone que el mismo establecimiento donde nos hospedamos impide a otros usuarios de otros recursos contemplar la misma playa que nosotros vemos. El problema es que raramente existe un único hotel en un destino, y así los unos aseguran la inviabilidad de la mirada que sus vecinos han prometido a sus clientes. Y así sucesivamente.

En Baleares tenemos un caso muy paradigmático de esta relación entre el interés por un destino turístico y el aumento de la degradación potencial del mismo. La isla de Cabrera, cinco años después de su declaración como parque, duplicó el número de turistas y por ello se debió recurrir a limitar la cantidad de visitantes que podía aceptar el lugar. El turismo se había convertido en un peligro para un espacio que al declararse parque lo que se pretendía era precisamente su protección y salvaguarda.

En este sentido, nos tenemos que hacer eco de una frase de Rafel López Monné según la cual:

"la concepción de la naturaleza como espectáculo de consumo (...) ha colaborado en gran medida a incrementar el poder de atracción de cualquier área protegida. Esto ha provocado que, en numerosas ocasiones, la declaración de protección haya generado expectativas falsas y usos inadecuados entre un público generalmente muy despistado. Un elevado porcentaje de los visitantes de áreas

protegidas espera asistir a grandiosas perspectivas panorámicas o a espectáculos similares a los que se pueden ver en los reportajes naturalistas de televisión, y todo esto, si puede ser, sin salir del coche" (López, 1999, 207).

A la misma conclusión llegó la OMT en 1992, cuando reconocía que muchas zonas protegidas no son atractivas para los/las turistas y citaba como ejemplos los bosques tropicales o los manglares (OMT, 1992, 12). De manera que la protección de una región se debe a unos motivos (ecológicos) que a veces no coinciden con las expectativas turísticas.

Por otro lado, donde el interés ecológico y turístico coinciden pueden aparecer otros problemas. El turismo hace uso de los espacios naturales, y se supone que cada vez lo hará en mayor medida, pero la misma protección de esos espacios va a suponer un incremento en el número de visitantes, y, por tanto, será más fácil llegar a ese punto en que la capacidad de carga del destino puede ser superada. Los problemas ambientales que puedan aparecer a partir de aquí podrían acabar generando la pérdida de visitantes y por lo tanto la crisis como recurso turístico.

Incluso en el caso en que no se sobrepase la capacidad de carga ecológica o física, el incremento de la capacidad de carga perceptiva (según propone Williams, 1998) o sociológica (Deprest, 2001, 159) va a suponer también la disminución de visitantes, aunque en este caso esto suele redundar en la protección del medio ambiente y no precisamente en su degradación.

Por todo esto se entiende que hoy en día exista una gran preocupación por los impactos del turismo y por conseguir que éste sea un conjunto de actividades sostenibles. Incluso la OMT se ha dado cuenta de la importancia de evitar los impactos negativos del turismo a largo plazo, puesto que en el manual redactado por Amparo Sancho (1998, 273) se reconoce que la sostenibilidad turística va a generar una mejor competitividad y un mayor rendimiento económico.

Si por sostenibilidad entendemos satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de satisfacción de las generaciones futuras, rápidamente nos daremos cuenta de que esas necesidades pasan por el mantenimiento de un determinado tipo de relaciones entre las distintas especies, de manera que ninguna de ellas se vea amenazada por el crecimiento o disminución de las demás. Eso significa, entre otras cosas, estar alerta para que especies invasoras no acaben con las autóctonas, se adueñen de su medio ambiente y exploten únicamente en su favor los recursos de que disponen.

Lo que en ningún caso no debe significar es que el medio ambiente sea interpretado de una manera o de otra. Que un biólogo describa una región desde el punto de vista de la biodiversidad y se obsesione por obtener la relación exacta de especies que conviven en ese espacio no debe impedir que otros agentes vean en el mismo medio un escenario que les recuerde la Arcadia de las pastorales, un reducto de la patria, un lugar de relación con el más allá, o simplemente el escenario donde pasaron su infancia, etc.

La sostenibilidad debe afectar únicamente al medio ambiente y en ningún caso al paisaje. De lo contrario, es decir, intentar sostener el paisaje, sería que un grupo social quisiera imponer a los demás su visión particular de la naturaleza (recordemos que la visión de la naturaleza tiene mucho que ver con nuestra idea del orden social).