

Cuarta parte:

La creación de paisajes para el turismo

Construyendo paisajes turísticos en el pasado

La construcción de paisajes artificiales para uso y disfrute del turismo no es un hecho nuevo. En nuestro país, ha tenido un pasado interesante que se puede reseguir en la construcción de jardines y paseos al servicio de los primeros balnearios decimonónicos. Prescritos por la medicina como complemento a la cura hidroterapéutica, la marcha o el paseo y la inspiración de aire puro llevaron a algunos establecimientos a diseñar y acondicionar recorridos para el disfrute de sus clientes. También algunos municipios acabaron acondicionando paseos en sus alrededores.

El caso de Panticosa es muy interesante. Aquí, durante el siglo XIX, los médicos recomiendan disfrutar del paisaje, respirar aire puro y pasear por los alrededores. Pero durante el siglo XIX no se pudo acondicionar ningún tipo de jardines o paseos puesto que las dificultades climáticas de la zona, junto con la intrusión de animales de pasto en las épocas menos concurridas, hicieron imposible la aclimatación de elementos vegetales ex proceso. Los primeros intentos, en la primera mitad del siglo XIX, que no llegaron a materializarse por las dificultades ya citadas, suponían la construcción de un jardín estilo inglés y diversos caminos. Fue en la primera década del siglo XX cuando Panticosa cambió su imagen secular y la aridez de la zona fue reemplazada por paseos, árboles y jardines (Montserrat, 1998, 271-273).

En el caso de Arbúcies (Gerona), a inicios del siglo XX, las primeras oleadas turísticas acaban con la instalación de bancos de piedra en paseos y fuentes. Los caminos, que antaño morían en las fuentes, ahora se convierten en carreteras o amplios paseos jalonados de bancos. Las mismas fuentes son acondicionadas y las aguas ya no surgen de la piedra virgen sino que son canalizadas; pasadizos, barandillas, bancos y otros artificios complementan su entorno y facilitan las tertulias veraniegas. Los nuevos paseos de esta ciudad son rectilíneos y amplios, flanqueados por plátanos; la broza ha dejado paso al césped (Bover, 1988, 34-45).

El cambio visual de acciones como éstas fue importante y supuso la introducción de nuevas especies, acondicionamiento previo del terreno, etc. En cambio, el proyecto original de la zona turística de Maspalomas (Gran Canaria, años cincuenta) suponía que no debía hacerse nada que delatara la "*intervención indiscreta del autor de un proyecto de urbanización*" (Rubió, 1995, 156). Una actuación en sentido contrario era vista por Nicolau M. Rubió i Tudurí (1891-1981), autor del proyecto, como su misma muerte, puesto que "*iríamos a parar a lo adocenado, a la ville d'eaux*", que acabamos de repasar en los párrafos anteriores. En este sentido, había que conseguir que el pueblo y el puerto pesquero dieran la impresión de estar incorporados al paisaje, que la pista de entrada ofreciera una sensación "*de abandono y de despoblado*" o que el hotel se confundiera con el palmeral (Rubió, 1995, 157-158).

Otro ejemplo de construcción de un paisaje para conseguir un destino turístico lo tenemos

en la costa de Azur (Riviera francesa). A finales del siglo XIX, este espacio va a adquirir una fisonomía propia gracias a la colaboración que se establece entre turistas y agricultores y que consiste en introducir y aclimatar a gran escala nuevas especies vegetales. Este proceso de "tropicalización" de la Riviera dio nacimiento a un paisaje que recibió un nuevo impulso de la mano de los pintores modernos, especialmente los impresionistas. A partir de aquí, la imagen de la playa y las palmeras pasará a formar parte de las representaciones exóticas del turismo moderno (como hemos visto al hablar de las playas). Como dice Robert Castellana (2002), más allá de una representación, la invención de la costa de Azur va a condicionar las expresiones de las identidades mediterráneas y de su percepción, inventando un exotismo orientalizante que el turismo continúa difundiendo incluso hoy en día.

A propósito de la creación de nuevos paisajes, el paisajista Bernard Lassus propone la Intervención Mínima como criterio que rijan la actuación del diseño de nuevos jardines. Ante cualquier demanda, lo primero que debe decidir el paisajista es si es necesario intervenir físicamente o no. Como bien dice, la intervención mínima supone aportar otras dimensiones sensibles a lo preexistente (Lassus, 1994, 92).

Con ello llegamos a un punto epistemológicamente muy potente: para actuar sobre las imágenes de los recursos turísticos no necesariamente hace falta actuar sobre el nivel físico del lugar. La naturaleza ecosimbólica de la realidad hace posible intervenir sobre los lugares sin actuar sobre su materialidad física. Más adelante profundizaremos sobre este aspecto. De momento, hecho este breve repaso histórico, entraremos en las consideraciones presentes y futuras de la creación de paisajes para el turismo.

Construyendo los paisajes turísticos del futuro

En este apartado nos proponemos esbozar algunas ideas sobre cómo conseguir que el sentido del medio ambiente sea descodificado paisajísticamente, es decir, en términos estéticos positivos. Se trata, en definitiva, de una manera de actuar sobre la imagen del destino y, por lo tanto, de posibilitar la fidelización de la clientela y ofrecer una alternativa a la evolución del ciclo de vida de algunos destinos abocados al fracaso.

Nuestro punto de partida se encuentra en un respeto estricto hacia el medio ambiente, asegurando en todo momento su sostenibilidad a largo plazo. Una vez asegurado este punto, las elecciones que tenemos a mano son diversas y sobre este abanico es donde podemos realizar la elección de la forma futura de nuestro recurso. En definitiva, desde nuestro punto de vista, en el diseño de ambientes turísticos sólo debemos permitir discrepancias estéticas, no medioambientales.

Ello implica una continua vigilancia de los efectos colaterales de la práctica turística, para asegurarnos que no influirán de forma negativa en el medio ambiente. Sobre lo que, en nombre de la ciencia, no podemos decir nada es sobre la apariencia de esos lugares.

Tampoco no podemos dejarnos llevar únicamente por cuestiones que tengan que ver con el impacto paisajístico, puesto que reducir éste a sus valores mínimos no asegura la inexistencia de impactos medioambientales a otros niveles. Construir un museo en una zona natural protegida aprovechando una antigua casa tradicional y la energía solar no es suficiente, ni

debería llevarse a la práctica, si el acceso a este recurso cultural e integrado en la naturaleza implica el uso del vehículo privado, por ejemplo.

Sólo a partir del momento en que tengamos asegurado el impacto mínimo sobre el medio ambiente podemos comenzar a plantear cómo van a ser las formas concretas del recurso o destino.

Dicho esto, recordemos que la naturaleza ecosimbólica del paisaje nos ofrece dos grandes posibilidades de intervención sobre el medio ambiente con la finalidad de conseguir una lectura positiva del mismo.

Los paisajes se construyen físicamente y simbólicamente, de manera que por estas dos vías se puede conseguir una determinada visión de los mismos.

En el primer sentido tenemos aspectos tan evidentes como el diseño de la forma urbana o de la arquitectura de las zonas turísticas, pero no podemos olvidar el papel que juega el hecho de diseñar recorridos que obliguen o posibiliten ciertas lecturas del ambiente. En este último sentido, un camino indica a las personas por donde deben pasar y qué pueden ver en este trayecto. Por ejemplo, con la construcción de un cierto camino se obliga al visitante a aparecer en escena por el *lado correcto*, y así se le proponen unas determinadas perspectivas o cuencas visuales.

En este sentido, muchas veces vemos como en casos en que un camino ha sido mal diseñado o bien el público no entiende el diseño en cuestión, otro camino, que responde a otra lógica, aparece de forma espontánea. Por eso es interesante construir una red de senderos, con la señalización adecuada o sin ella, para fomentar la apreciación del entorno natural en un sentido acorde con la imagen que queramos promocionar del lugar.

La otra forma que tenemos para actuar sobre la imagen del medio es a través de la construcción social de imágenes o lecturas pertinentes. En este sentido resulta muy importante la capacidad de algunos agentes de promoción turística para conseguir ofrecer a los/las visitantes algunas miradas como más adecuadas que otras.

Construcción física de imágenes turísticas

En este campo, como ya dijimos, una primera aproximación nos parece evidente:

- El diseño de elementos materiales para el disfrute turístico no debe afectar negativamente al ambiente.

En este sentido, conviene asegurar la adaptación de las formas arquitectónicas al entorno natural de manera que los edificios no dominen al paisaje y la vegetación circundantes sino, al revés, que se supediten a ellos (Ceballos, 1998).

El tipo de edificios destinado a acoger a los/las turistas va a jugar un rol esencial, pues está demostrado que la imagen que de ellos se hagan los visitantes va a repercutir sobre la idea que tengan de la estación. Recordemos que para los/las turistas, a diferencia de los guías de montaña, la percepción de la montaña se basa ante todo en la idea de que es un decorado (Kessi, 2001). En este sentido, es necesario recordar que las estaciones de montaña construidas

ex nihilo han sido generalmente muy mal acogidas. Por el contrario, la presencia o el recuerdo de un antiguo pueblo o aldea legitima la presencia de una moderna estación en lugares montañosos (Kessi, 2001).

De cualquier forma, siempre debería contarse con un plan para mitigar los impactos visuales que resulten de la puesta en marcha del proyecto. Esto significa la utilización de materiales locales que respondan a los colores y texturas de la región en cuestión, que las carreteras y caminos se adapten a la topografía original de la zona, que se reforesten los espacios malogrados durante la realización de las obras, etc. También el impacto auditivo debería ser mitigado mediante el uso y constante mantenimiento de pavimentos adecuados o de barreras contra la contaminación sonora integradas en el paisaje local (hechas de piedras, arena o arbustos, por ejemplo).

Estudios de suficiente solvencia (Gómez, 1993; Múgica & Lucio, 1993) han demostrado que el agua tiene una gran capacidad para generar sensaciones de belleza y placer. En este sentido, cabe utilizarla como un recurso paisajístico de gran importancia y hay que tener en cuenta el hecho contrario, es decir, que la agresión al agua que naturalmente corre por la zona en cuestión no sea vista como una agresión a un paisaje prístino.

Son solamente algunas sugerencias que nos atrevemos a proponer sabiendo que no somos especialistas en la materia. En cualquier caso, desde nuestra modestia, nos parece que no hace falta que tengamos que llegar a evitar sistemáticamente los edificios en los cuales se empleen líneas rectas o que debamos emplear sistemáticamente formas "*orgánicas*" en armonía con el medio ambiente, como propone Ceballos (1998), puesto que no se trata de una cuestión de gustos estéticos, sino de respecto medioambiental. En cualquier caso, el hecho que el diseño de los edificios deba utilizar técnicas y formas constructivas locales y emplear imágenes culturales autóctonas no debe entenderse como un deber para respetar el medio ambiente. Tampoco no podemos permitir que se convierta en un freno a la libertad de acción de los agentes turísticos, siempre y cuando su único impacto sea paisajístico y no ambiental.

De hecho, el uso de formas arquitectónicas en armonía con el paisaje natural no es un requerimiento medioambiental, sino una postura social que en algunos casos llega a tocar la paradoja: Héctor Ceballos es capaz de recomendar que la arquitectura que se emplee en el sector ecoturístico evite "*lo superfluo y las comodidades y lujos excesivos*" (Ceballos, 1998). Conviene puntualizar, en defensa del autor citado, que Ceballos se refiere a las infraestructuras pensadas para el desarrollo ecoturístico, las cuales deben responder a unos criterios más restrictivos que los que se exigen a los recursos propios de turismos no alternativos. De cualquier forma, el lujo y las comodidades no tienen porqué estar reñidos con el medio ambiente.

Como parece evidente, actuando sobre la vertiente física del lugar de destino se puede conseguir un cambio de imagen que incluso puede cambiar la tendencia evolutiva de un destino turístico. El caso de Calvià (Mallorca) resulta muy aleccionador en este punto: denostado incluso por los turoperadores a principios de los ochenta, después de la aplicación de la Agenda 21 local, en 1997 consiguió el Premio a la Ciudad Europea Sostenible.

Para conseguirlo hizo falta la reducción de la edificabilidad, con la consiguiente destrucción de 14 hoteles y la descalificación de casi 1.500 hectáreas de suelo urbanizable. El derribo de los hoteles ha permitido la creación de zonas verdes que rompen la vista de las moles de edificios

en la línea de playa; además, se han fomentado las áreas peatonales en el interior del casco urbano (AEDAVE, 2002b).

También tenemos que hacer mención del hecho que, para conseguir estos objetivos, hay que contar con la actuación de las empresas privadas. En este sentido, diremos que su papel es esencial. Entendiéndolo así, la cadena Riu Hotels ha apostado por la plantación de jardines con especies autóctonas en el entorno de sus hoteles, respetando la orografía natural del terreno (AEDAVE, 2002b). Estas medidas de orden paisajístico dan a los hoteles de esta cadena una mayor sostenibilidad tanto en el terreno paisajístico como medioambiental.

Los hoteles de la cadena Riu ante el medio ambiente (texto extraído de su página web)

"¿Ecología? ¡Naturalmente! Sólo en un entorno intacto nuestros clientes podrán disfrutar unas vacaciones realmente hermosas. Hoteles Riu hace mucho por el entorno desde hace años.

En las nuevas edificaciones: la naturaleza tiene prioridad allí donde Riu levanta un nuevo Hotel. Tenemos en cuenta la configuración del paisaje y la arquitectura típica.

En el hotel: evitar generar desperdicios siempre que sea posible, realizar recogida selectiva, un tratamiento cuidadoso de la energía y el agua potable... éstas son sólo algunas de las múltiples medidas que adoptamos en Hoteles Riu para proteger la naturaleza.

En el entorno: el agua que se utiliza en un Hotel Riu es tratada en depuradoras propias o regionales. Además, nos sentimos responsables para con las playas en las que están emplazados nuestros hoteles.

Un compromiso que merece la pena.

En los medios de comunicación: llevamos a cabo un trabajo activo de divulgación en referencia a nuestro compromiso medioambiental.

Además apoyamos organizaciones y eventos destinados al fomento de estos valores, tanto con donaciones como mediante prestación de servicios."

Abrumados por el fantasma de la crisis y de la pérdida de imagen, actualmente muchos destinos se están transformando para el consumo visual turístico (Urry, 1992, 22), incluso sin que los agentes implicados lo sepan. En este sentido, hace falta una política turística militante e intervencionista que se enfrente a los problemas más importantes del recurso. Este aspecto parece innegable cuando hablamos de los efectos antrópicos sobre el paisaje o el medio ambiente. Pero la militancia que reclamamos a la política turística debe ejercerse también hacia la dinámica natural. En este sentido, es conveniente una intervención para evitar la pérdida o el deterioro de recursos por causas puramente naturales. Esto se puede ver en un ejemplo concreto.

La reconstrucción de castillos, más allá del interés patrimonial que esta restauración pueda tener, supone intervenir en la marcha de la dinámica ecológica (biostasia-resistasia) para mantener visibles ciertos elementos. Un castillo en la cumbre de un cerro, con el paso del tiempo, se convierte en un montón de piedras informes. Las mismas piedras, situadas en un orden determinado, tienen una capacidad de evocación de imágenes y de atracción turística

considerable. De ahí que en las últimas décadas hayan surgido por doquier pequeños monumentos o restos históricos que más que restaurarse han sido consolidados para que su imagen, y con ella el posible turismo, no desapareciera.

De ahí también el interés por encontrar restos arqueológicos en algunos pueblos y ciudades carentes de otros atractivos. Cuando éstos no existen, en un esfuerzo de imaginación, se han encontrado substitutos de un interés antropológico y arquitectónico dudoso. Este sería el caso de las construcciones vinculadas a la explotación del campo (cabañas, sistemas de riego, márgenes, bancales, etc.) que en los últimos años han sido defendidas por organizaciones no gubernamentales surgidas expresamente con esta finalidad. El Grup d'Acció Local Serra de Tramuntana, de Mallorca, por ejemplo, ha conseguido la inclusión en el programa LEADER de su proyecto de conservación de 10.000 metros cuadrados de márgenes de cultivos tradicionales para luchar contra la erosión, prevenir los incendios forestales y, especialmente, conservar el paisaje local. Según sabemos, se trataba de concienciar a la población del valor patrimonial y paisajístico de estos márgenes (López, 1999, 218-220).

Un último punto que merecería la pena comentar consiste en el hecho de que los departamentos de seguridad turística están trabajando de forma coordinada con arquitectos y paisajistas para conseguir una arquitectura que posibilite la prevención del delito mediante el diseño del ambiente (Tarlow, 2001).

El paisaje sonoro: algunas ideas

Como ya hemos visto, en el proceso que lleva de la percepción a la representación, los sentidos juegan un papel esencial, pues actúan como filtros de la información que recibimos del mundo externo. Cuando decimos los sentidos, nos referimos a todos ellos, aunque hasta ahora hayamos dado preferencia a la relación visual.

Lo cierto es que la construcción de las imágenes de los lugares de destino no pasa únicamente por nuestros ojos. En el estudio realizado por Maude Kessi (2001) se detectó como el olfato es un sentido que algunos entrevistados y entrevistas citan de forma espontánea en sus referencias al paisaje de montaña. De cualquier forma, estas referencias a las sensaciones olfativas parecen tener una cierta relación con la visión de flores, setas, vacas, hierbas o fuego. También se cita el olor de la tierra húmeda, la calidad del aire y una gran variedad de cuestiones. De hecho, el panorama de los olores se manifiesta muy rico en sensaciones.

No sucede lo mismo con el tacto ni con el gusto. En el último caso, resulta curioso que la sensación asociada al *picnic* sea más de tipo olfativo que no gustativo (Kessi, 2001). En todo caso, después de la vista, el sentido que más se asocia al paisaje es el oído, especialmente en sentido negativo: un ruido desagradable se asocia a las ideas de remontadores mecánicos y de turismo de masas (Kessi, 2001).

Estamos lejos, perdidos en un paisaje, y de golpe nos encontramos dentro. Dentro del ruido y de su triste banalidad. Cuando el run-run de un motor llena el espacio, el encanto del lugar se rompe. En el paisaje sonoro no sucede como con las imágenes visuales: transportados a ese reino de sueños del que el paisaje forma parte, cuando un ruido interrumpe nuestra relación con un lugar es más difícil volver a sentirse en la misma atmósfera envolvente y cautivadora.

Parecería como si la imagen visual pudiera ser más fácilmente reconstruible que no las representaciones asociadas a los sonidos agradables. En el mundo del paisaje, cuando se pierde el ritmo no es fácil recuperarlo.

En este punto, el incremento de transportes aéreos, rodados o acuáticos asociados al aumento de las prácticas turísticas puede llegar a suponer importantes problemas de contaminación, entre las cuales la contaminación acústica. Como reconoce la UNEP (2002), la contaminación sonora producida por aviones, coches, autobuses, vehículos recreativos y motos de nieve o acuáticas es un problema creciente en la vida moderna. Además de causar irritación, estrés e incluso pérdida de audición, el ruido altera la vida salvaje de ciertas áreas naturales y los comportamientos de algunas especies animales (UNEP, 2002).

Recientemente la sección francesa de Mountain Wilderness ha tomado cartas en el asunto de la contaminación acústica de las cimas de las montañas, puesto que en algunos lugares ésta se ha convertido en un grave problema. Aviones, motonieves, quads, motos, 4x4, etc. irrumpen en el espacio privilegiado de la montaña y lo convierten en vulgar.

Sabemos que en el invierno del año 2000 más de 76.000 personas entraron en el parque de Yellowstone en motos de nieve (casi el doble de los que lo hicieron en coche). En una docena de sitios testigo, el sonido de las motonieves se pudo oír durante el 70% del tiempo; en 8 sitios el tanto por ciento se elevaba hasta el 90%. Incluso en el géiser Old Faithful su ruido se oía durante el 100% del período diurno estudiado, de manera que llegaba a ahogar el sonido propio de este fenómeno natural (UNEP, 2002).

Pero no sólo en la montaña el paisaje es perturbado por la contaminación acústica. En zonas de la costa, algunas poblaciones también han decidido apostar por un turismo tranquilo. Y para ello limitan el volumen de la música de los establecimientos de ocio, recortan los horarios de cierre de locales nocturnos y discotecas o controlan la forma en que sus clientes salen de los mismos. En el caso de Tossa de Mar (Gerona), la infracción puede ser sancionada con 6.010 €, y la reincidencia con el cierre del local. Los dueños de los locales también deberán rendir cuentas por los usuarios que hablen en voz alta o molesten al vecindario desde las puertas de sus establecimientos (*La Vanguardia*, 23 abril 2002). En el mismo sentido, un plan del ayuntamiento de Barcelona supone el control de los horarios de cierre de los establecimientos que cuenten con terrazas o la potenciación del uso de materiales menos ruidosos en su mobiliario.

Casos como los de Yellowstone que acabamos de citar plantean dos grandes cuestiones. La primera de ellas es hasta qué punto se puede disfrutar del paisaje en esas condiciones. La segunda se refiere a la competencia que se puede establecer entre turistas motorizados y visitantes que se acercan a estos lugares propulsados por su propia fuerza física (andando o en bicicleta, por ejemplo) o por la de animales (caballos, renos, etc.). Resulta claro que motos y caballos necesitan espacios segregados, pues la seguridad de los jinetes se puede ver muy comprometida en el momento de acercarse un ingenio poco más que bastante ruidoso. Lo mismo puede suceder con los visitantes que se desplazan a pie: ante un sendero ocupado por motos o quads, todo el mundo tiene el instinto de apartarse del camino. Si el paso de vehículos es constante, los/las turistas optarán finalmente por cambiar de destino.

Esto plantea un gran problema a los agentes encargados de la promoción turística de ciertas áreas. Calas solitarias a las que sólo se accede andando -alguna queda en nuestra geografía-

pierden todo su encanto cuando un par de motos acuáticas penetran en nuestro entorno auditivo. Lo mismo sucede con algunos espacios rurales o de montaña. En cualquier caso, ambos tipos de visitas parecen ser mutuamente excluyente y por ello los/las promotores turísticos deberán decidir si optan por un turismo *soft* o *hard*, puesto que ambos no son posibles a la misma vez sobre un único espacio. Lo más parecido a esa explotación conjunta sería una segregación bien clara y delimitada de los viales por los que circularan unos y otros.

Por otro lado, algunos destinos urbanos sufren también las consecuencias de la contaminación acústica. Aunque no disponemos de datos precisos, sabemos que el ruido es el aspecto peor valorado de todos los analizados por los turistas que pasan alguna noche en la ciudad de Barcelona. En esta ciudad, se da el caso de que la máxima puntuación (8,5 en una escala del 1 al 10) la obtiene su oferta arquitectónica, el paisaje pues, mientras que la nota más baja (6,2) se la lleva el exceso de ruido (Turisme de Barcelona, 2001). De manera que se puede hipotetizar que el paisaje urbano de la Ciudad Condal se ve alterado por el paisaje sonoro del mismo entorno.

No sólo con jardineros se hizo el edén

Vamos a cerrar este apartado dedicado a la creación física de imágenes turísticas hablando del papel que pueden suponer ciertos animales en el mantenimiento de algunos paisajes.

Páginas atrás dijimos que en algunos medios rurales iba a hacer falta crear un cuerpo de "jardineros" que gestionara el espacio como lo hacían tradicionalmente los campesinos y campesinas, puesto que el mercado por sí solo no puede conseguir este efecto. Pues bien, en algunos casos, estos jardineros han resultado tener cuatro patas.

En las pinturas rupestres no es raro ver bisontes o caballos asociados a espacios húmedos. A partir de la constatación científica que la morfología de estos lugares debe mucho a la presencia de estos grandes mamíferos, desde los años ochenta se empezó a introducir algunas especies herbívoras como gestoras de los humedales. Su "trabajo" puede ser de temporada o extenderse durante todo el año; en cualquier caso, la necesidad de mantenerse vivos hace que estos animales den forma al medio que les acoge (Donadieu, 1996, 62 y 181-184).

En los humedales normandos se sabe que los/las turistas que llegan a estas zonas moldeadas por distintas especies de vacas (normandas o escocesas) perciben a estos animales como formando parte del paisaje; las vacas "*hacen paisaje*" (Bergues, 1995). Por otro lado, los campesinos ven en ellas otra cosa muy distinta: un recurso que puede producir más o menos dinero. Finalmente, el mundo de la ciencia las ve como las jardineras que con su alimentación cansina dan forma al medio ambiente y permiten que éste sea descodificado a partir de ciertas miradas paisajísticas.

En este sentido, su presencia en algunos valles alpinos o pirenaicos puede resultar de una importancia extraordinaria, no ya económicamente, sino paisajísticamente: aunque introducidas en su mayor parte de forma muy reciente, actualmente se asocian a la imagen "tradicional" de nuestro Pirineo. Pero su importancia paisajística también debe medirse por las consecuencias

de su lento pastar que evita la cerrazón de los espacios montañoses abiertos. Un sentido parecido tiene la reintroducción de ciertas especies herbívoras en algunos macizos montañosos españoles.

Intervención sobre la imagen del destino

Personas y animales gestionan y dan forma a nuestro medio ambiente y le aseguran una cierta forma. Pero no sólo actuando sobre el medio ambiente se construye el paisaje.

Ya hemos dicho que no toda intervención paisajística pasa por la modificación física del espacio. En este sentido, la teoría de la Intervención Mínima, propuesta por el paisajista francés Bernard Lassus, nos parece muy interesante.

Según ésta, para que exista intervención no es necesaria la transformación física del lugar. La Intervención Mínima consistiría en "*aportar otras dimensiones sensibles a lo preexistente*" a partir de la "*toma en consideración de nuevos valores que emergen de un lugar*" (Lassus, 1994, 92-93).

En este sentido, no hay que confundir la forma de intervenir sobre un lugar con la necesidad de intervenir o no. Por ejemplo, decidir la construcción o no de una autopista no se puede confundir con la decisión de la forma que ésta tendrá finalmente. La literalidad (dejar los lugares en el mismo estado en que se encontraron) supone una posible reversibilidad en la intervención paisajística, pero en cualquier caso se trata de una lectura mítica de la realidad. Por eso Lassus apuesta por un análisis inventivo que intente ver cuál sería la relación más adecuada entre los lugares y las prácticas que sobre ellos se desarrollan (Lassus, 1994).

Se trata de distinguir entre substrato, soporte y aporte y de aceptar que un lugar no puede ser nunca sometido a la ley de la tabla rasa. Todo espacio posee un pasado y éste debe ser respetado e incluso sugerido a través de lecturas alternativas (Lassus, 1991).

De ahí que sea necesario enseñar a ver y a mirar a los/las turistas. Como lo es para todo el mundo. Sabemos que el paisaje es muy importante para la imagen nacional de algunas comunidades (Nogué, 1991). Como dice Simon Schama (1995, 15), la identidad nacional perdería mucho encanto sin la mística de una tradición paisajística. Un buen ejemplo de ello lo encontramos en el caso finlandés, que ha sido estudiado por Maunu Häyrynen (1994) (véase también Kokkonen & Peltonen, 1999).

De cualquier forma, no vamos a entretenernos en hablar de las relaciones entre las imágenes nacionalistas y el paisaje, porque los/las turistas son personas que viven un contacto limitado temporalmente con una realidad a la cual, además, acceden desprovistos de los mismos modelos culturales que los residentes. Los/las visitantes necesitan una información clara, rápida y precisa para moverse por su lugar de destino.

En este sentido, el papel de la cartografía resulta esencial a la hora de proporcionar imágenes a los visitantes (y en este caso sí que afecta directamente al turismo). En los últimos años, en Cataluña, ha aparecido un debate sobre la idoneidad de la cartografía publicada para la práctica excursionista. En un texto reciente (Roma, 2001) manifestábamos cómo la mayor parte de los mapas elaborados en el mundo comercial responden más a las exigencias del turismo que no al que sería el interés excursionista en un sentido estricto. Aunque el debate está lejos de haber

concluido, lo que parece claro es que no se puede contentar a ambas partes sin incurrir en grandes costes en la elaboración de mapas.

A pesar de todo, donde mejor se ve la importancia de la cartografía en la formación de las imágenes turísticas es en el caso de los humedales nórdicos. Como dicen Kokkonen & Peltonen, un lago no sólo es una masa de agua, sino también una masa de significados. Sobre el papel, estas superficies azules parecen interrumpir la continuidad terrestre, pero para el turismo el reto estriba en conseguir una representación de conjunto que incluya los elementos funcionales y estéticos (Kokkonen & Peltonen, 1999, 1). Si se consigue, servirán para llenar las expectativas de los visitantes y aumentar su satisfacción.

El papel del mapa es importante antes, durante y después de la visita. En el primer momento ejerce un gran poder de persuasión sobre la demanda potencial; durante la visita sirve para indicar los recursos de la zona; de vuelta a casa, los mapas deberían generar un cierto deseo de volver al lugar que representan con el fin de conocer lo que quedó pendiente (Kokkonen & Peltonen, 1999, 4).

Para conseguir estos efectos, la práctica habitual de la cartografía posterior a la Ilustración resulta poco útil. Kokkonen y Peltonen incluso afirman que un mapa elaborado según las directrices del que hiciera Olaus Magnus en el siglo XVI sería mucho más útil a los/las turistas, porque en él se podría encontrar información histórica, folklórica y geográfica expresada, además, de una forma más atractiva (*exciting*).

La imagen azul de un lago sugiere una actividad veraniega, con lo cual se cierra la puerta a que la persona que lo interprete pueda asimilar fácilmente la práctica de deportes de invierno sobre su superficie helada. Si los países nórdicos quieren potenciar la visita invernal a estos destinos, tendrán que buscar una forma cartográfica capaz de hacer nacer expectativas e ilusiones derivadas de la visita a estas regiones en pleno invierno.

En este sentido, el desarrollo de la cartografía con finalidades turísticas debería incluirse como parte del mismo proceso de planificación del turismo de cualquier región. Y esto es especialmente claro cuando pensamos que la mayor parte de la imagen que la gente tiene de un destino turístico corresponde a ideas de tipo visual. Antes o durante la visita, el contacto con materiales cartográficos transmite una información, muchas veces inconsciente, que puede ser de gran importancia para el consumo turístico.

A la utilidad de los recursos cartográficos durante la visita turística habría que añadir la importancia de estos materiales en el momento previo a la realización del desplazamiento, cuando se convertirían en elementos informativos de primer orden. También sería necesario referirnos a la capacidad de fidelización de estos materiales, puesto que de regreso a casa deben permitir una evaluación de la estancia pasada e incitar a una futura visita para conocer aquello que no ha sido posible visitar en un primer momento.

El caso de Mountain Wilderness

Puesto que estamos hablando de la creación de realidades turísticas a partir de la intervención sobre la imagen del lugar, sería interesante estudiar, aunque sea brevemente, el caso de la promoción de una determinada imagen de la montaña que lleva a cabo Mountain

Wilderness.

Mountain Wilderness es una organización internacional nacida en los años ochenta cuya finalidad principal es la protección de las zonas montañosas y la creación de un estado de opinión favorable hacia su salvaguarda. Si la traemos a colación es por el hecho que su planteamiento de partida intenta asegurar la supervivencia de las zonas montañosas a partir del trabajo sobre su imagen (dejamos de lado la imagen más típica de *basureros* que tiene esta asociación).

En la declaración aprobada por esta organización en Biella (Italia) en 1987, se definió el wilderness de montaña como un

"medio ambiente de altura no contaminado, donde todos aquellos que sientan la necesidad interior pueden aún experimentar un encuentro directo con los grandes espacios y experimentar en ellos de manera totalmente libre la soledad, los silencios, los ritmos, dimensiones, leyes naturales y peligros".

A consecuencia del valor acordado por esta asociación al medio natural de montaña, uno de sus objetivos es conseguir la toma de conciencia sobre los vínculos que existen entre los valores ecológicos y los valores éticos, estéticos o de comportamiento (Thèses de Biella, 1987).

Después de aceptar la responsabilidad de los propios alpinistas en la degradación de la montaña, la Declaración plantea algunos puntos que son interesantes para la gestión del turismo de montaña:

- El número y la capacidad de refugios de alta montaña no debe regirse por la demanda de usuarios potenciales sino por el número de personas que el medio natural pueda aceptar. En ningún caso no deberán construirse donde puedan perjudicar la *"grandeza salvaje y el valor simbólico del medio ambiente"*.
- El wilderness de montaña está siendo gravemente comprometido por la penetración de los transportes mecánicos. En este sentido, se denuncia el modelo mayoritario del esquí alpino actual por cuanto supone un aumento de infraestructuras y por la *"pobreza cultural que vehicula"*.
- Incluso aquellas actuaciones de reducido impacto medioambiental o paisajístico, pueden alterar, limitar o reducir la riqueza de las experiencias posibles sobre estos espacios.
- Se están difundiendo unas concepciones de la montaña que, si bien no atentan directamente contra el medio ambiente, están difundiendo mensajes ambiguos y favorecen una mentalidad que tiende a considerar la montaña como simple soporte de actividades deportivas, recreativas o turísticas.
- Sería hora de empezar a cuestionar las repercusiones que sobre el medio ambiente tienen las descripciones técnicas excesivamente detalladas, que reducen las posibilidades de descubrimiento y las satisfacciones que el wilderness procura.
- Aunque menos visible, la *"polución de las conciencias"* no es menos perniciosa que la producida por los desechos. En este sentido, la posición mediática de algunos alpinistas debe aprovecharse para acentuar la credibilidad en el campo de la defensa de la calidad

del medio ambiente.

- Mountain Wilderness debe realizar acciones, incluso a través de una provocación utópica, para elevar el nivel de conciencia ecológica de los/las usuarios de la montaña.
- A parte de todo esto, también caben otras acciones más concretas: promoción de reservas y zonas protegidas, promoción del alpinismo extraeuropeo de tipo alpino (expediciones ligeras), evitar la construcción de infraestructuras fijas incompatibles con la naturaleza virgen, organizar expediciones de limpieza a ciertos lugares, etc.

El proyecto de Mountain Wilderness es mucho más amplio y ambicioso que la simple imagen que la gente tiene de esta organización. En general, la opinión pública, cuando cree saber lo que es Mountain Wilderness, ve en esta organización un grupo de personas altruistas dispuestas a sacrificar su tiempo libre y su dinero para limpiar el medio ambiente. Esto se debe en parte al tipo de campañas que han llevado a cabo, entre las cuales cabría citar diversas expediciones de limpieza en distintos macizos europeos e incluso en el Himalaya.

Pero, como acabamos de ver, el proyecto de Mountain Wilderness no consiste solamente en actuar sobre aspectos concretos y de representar el papel del barrendero de la montaña. Esta organización se plantea un cambio en nuestra representación del medio alpino, pero no necesariamente a través del mantenimiento en un estado impoluto de las superficies montañosas. Lo que hace interesante el proyecto de Mountain Wilderness es precisamente el hecho de que se trata de promover un cambio en las conciencias y en la forma de representación del medio alpino, cambio que tendrá que tener en cuenta la presencia de las actividades turísticas y recreativas en el medio natural.

En este sentido, decisiones como la del célebre alpinista Reinhold Messner, que en 1999 ingresó en el grupo parlamentario europeo de los Verdes, pueden tener una gran repercusión sobre la imagen de la montaña y los comportamientos y actitudes coherentes en este marco. No en vano, Messner ha defendido la implantación de la agricultura biológica y de formas respetuosas de turismo como vías para revitalizar los espacios de montaña europeos.

Acabar con la "polución de las conciencias" es una buena manera de luchar por una nueva imagen y unas formas de uso más respetuosas con el medio ambiente. Quizá así se harían innecesarios tantos actos de regulación de usos y actividades en el medio natural. La regulación de las actividades y usos en medio natural es el recurso necesario ante unas sociedades cada vez más incapaces de saber ver el valor de lo que les rodea.

Las regulaciones de los espacios protegidos

El 20 de octubre del año 2000 entró en vigor la Convención Europea del Paisaje, acordada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa unos meses antes. Esta norma de rango europeo tiene una gran importancia puesto que supone que los estados miembros deben reconocer la importancia jurídica del paisaje. Así, las partes implicadas vienen obligadas a dar valor jurídico a "*una parte de territorio tal como la perciben las poblaciones*" -tal es la definición de paisaje que se hace en el artículo primero- en tanto que componente esencial de nuestro cuadro de vida, expresión de la diversidad del patrimonio cultural y natural común y

fundamento de identidad de las distintas poblaciones.

Por lo tanto, en el marco europeo tenemos capacidad jurídica para exigir la protección del paisaje en cualquier parte del territorio, y no sólo en espacios protegidos.

Ahora bien, estos espacios protegidos, ¿contra qué o quién deben protegerse? Veámoslo en el caso español.

En España, el Real Decreto 1803/1999 aprueba el Plan Director de los Parques Nacionales, a los cuales define como

- Espacios naturales de alto valor ecológico y cultural, poco transformados por la explotación u ocupación humana que, *en razón de la belleza de sus paisajes*, la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora, de su fauna o de sus formaciones geomorfológicas, poseen unos valores ecológicos, *estéticos*, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente y se declara de interés general de la nación por ser representativos del patrimonio natural e incluir alguno de los principales sistemas naturales españoles. (El subrayado es nuestro.)

Como vemos, una de las razones por las que se puede declarar un parque natural es la belleza de sus paisajes. Junto a este motivo, el texto legal expone otras razones ecológicas o naturalísticas. En cualquier caso, hay que reseñar la importancia de los valores estéticos de estos espacios naturales como motivo para su protección.

Estas dos iniciativas resultan interesantes, pero, ¿cómo se llevan a la práctica tan interesantes finalidades? ¿Nos convertiremos en esclavos del paisaje?

Al respecto, una primera anotación que nos parece interesante es el gesto que excluye la presencia humana dentro de esta isla de valor ecológico y estético que son las zonas protegidas: en su mayor parte no pueden contener poblamientos en su interior, como si la humanidad no fuera ni ecológica ni estética.

Dicho esto, no nos extrañará que el Plan español obligue a preservar el paisaje como uno de los principales valores de los parques. Por eso, este documento jurídico prevé la posibilidad de modificar las estructuras que le afecten negativamente y la incorporación del criterio de mínimo impacto visual para todos los proyectos de actuación.

A partir de aquí, los usos de estos espacios priorizan sobre el papel el paseo y la contemplación como formas de acceso al medio natural, llegando incluso a ofrecer "*áreas donde poder apreciar la soledad y la integridad del ambiente natural*" para esta finalidad. Este texto prevé prestar especial atención a los valores culturales, estéticos, educativos y científicos, dándoles prioridad sobre los de carácter meramente turístico o recreativo. Tal como se redactó, pues, el Plan parece diferenciar los valores estéticos de los de carácter turístico o recreativo, seguramente porque apuesta más por el desarrollo de formas ecoturistas que no por formas basadas en la pura contemplación del paisaje, aunque la fuerza de la demanda de este último factor habría obligado a un redactado tan ambiguo.

A partir de aquí, los impactos visuales deben ser reducidos al mínimo, de manera que se evite la competencia entre lo artificial y lo natural. Forma, materiales y acabados de las instalaciones e infraestructuras que se construyan dentro de los parques nacionales deberán adaptarse, pues, lo más posible al entorno.

A partir de la entrada en vigor de este Real Decreto, los planes reguladores de uso y gestión (PRUG) de los distintos parques nacionales españoles deben dar entrada a esta preocupación paisajística. Así,

- El parque nacional de Ordesa (Huesca) especifica que en el caso de trabajos o construcciones que puedan alterar o modificar las características del medio, tales actuaciones deberán ir acompañadas de una estimación de impacto ambiental y, eventualmente, de mecanismos que garanticen una plena armonización con el paisaje y con la tipología arquitectónica de cada valle.
- En el caso de Timanfaya (Lanzarote), el primer objetivo declarado es la protección del paisaje, puesto que este es uno de los valores principales del Parque y como tal deberá conservarse. Así, las instalaciones y edificaciones deberán adaptarse al paisaje y, si es posible, se harán subterráneas; antenas, torres y pantallas están prohibidas; se prohíbe la realización de grabados, señales, marcas, pinturas, etc. Incluso está expresamente prohibida la apertura de nuevas sendas, la colocación de farolas y luces en el exterior, la utilización en las fachadas o instalaciones de artefactos de colores fosforescentes o chillones, así como elementos que produzcan resplandor.
- En el parque nacional del Teide (Tenerife), cuyo primer objetivo también es la protección del paisaje, se llega incluso a pedir a la población local que modifique la tradición de situar cruces o pequeños santuarios en los lugares donde ha fallecido alguna persona por accidente. Según prevé el PRUG, *"la Administración del Parque, en combinación con los familiares afectados, los irá sustituyendo por cruces sencillas de piedra o inscripciones conmemorativas que no sobresalgan del paisaje"*. El mismo marco jurídico prohíbe en nombre del paisaje todo tipo de construcción sin autorización previa, las cuales deberán adaptarse al paisaje del contorno. En caso de ser posible, *"se harán subterráneas o se levantarán contra elementos del terreno que las protejan de las vistas. En las fachadas se utilizarán elementos naturales o colores de la gama de las tierras o mezclas de éstas con azul. (Se recomienda el color del tejado del Parador para los techados)"*. También se prohíbe de forma genérica la utilización en las fachadas e instalaciones o artefactos, *"de los colores fosforescentes o chillones, los blancos, bermellón, azules o verdes fuertes y de elementos metálicos que produzcan brillos"*. Las carreteras asfaltadas llevarán en lo posible la cubierta de color adaptado al paisaje, con preferencia de la gama de los ocres o sienas. En este caso merece la pena hacer un pequeño comentario sobre el hecho que el Plan del Teide presupone que también se tendrá en cuenta las vistas desde el parque hacia el exterior.
- El PRUG de la Caldera de Taburiente (La Palma) prohíbe todo tipo de obras sin autorización y la utilización de elementos de construcción cuya forma, color o brillo rompa la armonía del paisaje natural. Otro aspecto muy interesante es el Plan de restauración paisajística, que se propone en especial la creación de pantallas naturales para ocultar diversas instalaciones, entre las cuales los telescopios situados en las cumbres. Estos, *"Deben quedar invisibles en lo posible, al menos desde el mirador de La Cumbrecita"*.
- En el caso de Picos de Europa (Asturias), se establece que se procurará evitar la

introducción de cualquier elemento artificial en el medio natural que limite el campo visual, rompa la armonía del paisaje o desfigure la perspectiva. Incluso se llega a decir que habrá que mejorar las cuencas visuales de que dispone este espacio natural.

Aunque cuenten con un grado de protección menor, los parques naturales u otras figuras de protección homologables también muestran las mismas preocupaciones. En cualquier caso, aquí parece que la acción humana sea más importante y, por lo tanto, el paisaje (que muchas veces se considera como algo natural) no esté tan claramente fijado. En el caso del parque natural de Anaga (Tenerife), el PRUG llega a establecer que habrá que "*estudiar posibles diseños arquitectónicos, con vistas a promover tipologías integradas con el entorno que no resulten incompatibles con la conservación del paisaje, e incluso el establecimiento futuro de un gabinete de asesoramiento de cara a la autoconstrucción de edificaciones ligadas a la agricultura*".

Por lo que se desprende de este Plan, lo que se está buscando es una tipología arquitectónica o urbanística apropiada, integrada y compatible con el entorno, una tipología que aún no está fijada. Y aquí es donde queríamos llegar, al fijismo, al inmovilismo que estos documentos desprenden. Se trata, en definitiva, de conservar una cierta imagen, que se ofrece como emanando de la naturaleza, cuando en realidad es un pacto social o una imposición de ciertos grupos sociales sobre otros.

La representación del medio natural no es la misma para todos los agentes implicados (Berg, 1999; Kessi, 2001; González, 1981; Nogué, 1992):

- Los agricultores y agricultoras, por ejemplo, prefieren un paisaje natural con un alto grado de influencia humana mientras que los grupos ecologistas apuestan por paisajes prístinos donde no se insinúe la presencia humana (Berg, 1999, 62).
- Las mujeres, los agricultores y las amas de casa muestran una mayor tendencia hacia el paisaje humanizado. Los estudiantes universitarios optan por un paisaje natural (González, 1981).
- Los agricultores entienden la tierra como un factor de producción. La aplicación sobre el terreno de esta imagen es vista por los grupos de origen urbano como una agresión estética. Para unos existe una clara distinción entre paisaje rural y paisaje natural, mientras que los otros confunden y mezclan ambos conceptos (Nogué, 1992, 49. En el mismo sentido se puede leer Cloarec, 1995).
- Mientras los/las turistas visitan las marismas de Vernier (Francia) atraídos por la imagen de moda de estos espacios naturales, los agricultores y ganaderos del lugar se sorprenden de que se pueda encontrar algún interés en un sitio como éste (Bergues, 1995, 154).

Hace ya tiempo que los estudios dirigidos por González Bernáldez demostraron grandes discrepancias entre grupos objetivos de personas en cuanto a elementos tan evidentes como:

- La cobertura vegetal
- Distribución regular o aleatoria de los elementos naturales
- Presencia o no de cultivos

- Artefactos o símbolos de actividad humana
- Grado de diversidad (González, 1981, 203).

También sabemos que mientras los habitantes ibicencos construían sus casas huyendo del viento y la humedad, la urbanización turística posterior se ha realizado junto a costas y en sitios elevados, donde esas características son justo las contrarias (Rozenberg, 1990, 144). El turismo ha supuesto una nueva demanda de confort, insolación y vistas que han tenido que conciliarse con el estilo arquitectónico tradicional. De esta forma, las terrazas, que servían para recoger el agua de la lluvia, se han transformado en solariums. Por cuestiones ligadas a la construcción social de la imagen del lugar, se han respetado unas ciertas características constructivas (el color blanco de los edificios o su adaptación a la topografía local), pero se han introducido elementos totalmente ajenos, como balcones y vidrieras.

También sabemos que la arquitectura peculiar del valle de Arán ha sido un producto relativamente reciente, adaptado a las nuevas necesidades estéticas de los visitantes del lugar y que poco tiene que ver con las imágenes tradicionales de los pueblos del valle. En este sentido, en la segunda mitad del siglo XIX, Manuel Márquez pedía a los habitantes de Viella (valle de Arán) que introdujeran en esta localidad "*las construcciones suizas y entonces podréis ofrecer tantos encantos como ofrecen las aldeas helvéticas, según los admiradores de lo extranjero*" (Márquez, 1878). El modelo, no era pues la arquitectura tradicional del valle, que había que modificar a toda costa, sino las construcciones suizas. No es el momento de plantear el porqué de Suiza en este cambio de imagen, pero recordemos que se trata de una cuestión socio-política (Roma, 2001b). Lo que nos interesa es que algunas personas que se preocuparon por el bienestar y el futuro del valle de Arán creyeron que era necesario darle una nueva imagen. Hoy en día, desde el ecologismo hasta la administración pública, se argumenta justo lo contrario. Otra cuestión es lo que en realidad esté pasando, sobre todo por intereses económicos.

El turismo rural y el paisaje: cuando la Administración guarda el paisaje

En un sentido parecido podríamos estudiar el turismo rural. Según un estudio comparativo realizado por la Unión Empresarial de Agencias de Viajes (UNAV, 2002), una de las finalidades principales de la ordenación turística rural sería contribuir a la mejora y conservación de los edificios emblemáticos y representativos de las diferentes regiones. En este sentido, algunas normas, como pueden ser la gallega o la catalana, determinan con mucha precisión los diferentes tipos de alojamiento que establecen, quedando en las normas de otras comunidades autónomas, como la andaluza, mucho más abiertas las posibilidades de este tipo de establecimientos.

En primer lugar, este tipo de recursos debe estar ubicado en pequeños núcleos de población:

- En Navarra se establece que la población sea inferior a mil quinientos habitantes o que los establecimientos se localicen fuera del casco urbano.

Por otro lado también aparecen ciertas exigencias urbanísticas:

- En Asturias o Baleares este tipo de alojamientos se ha de instalar en zonas de suelo no urbanizable.
- En Cantabria se define el medio rural como "*aquellas partes de la geografía dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura o a la pesca, de hábitat poblacional disperso o que aún formando núcleos poblacionales mantengan los caracteres, arquitectura y actividades propias del medio rural*". La forma urbana, en el segundo caso, tiene el mismo peso que la vocación económica de la región.
- En el caso valenciano, por contra, se excluye del turismo rural a aquellos municipios cuyo término municipal sea limítrofe con el mar o cuyo modelo de ocupación y uso del territorio no responda al modelo rural tradicional.

Por último, y dentro de las características fundamentales exigidas, podemos incluir los requisitos referidos a la arquitectura y tipología de los inmuebles.

- Algunas comunidades exigen que las viviendas tengan una determinada antigüedad.
- Que se adecuen a las características tipológicas de la zona geográfica donde esté ubicada.
- En otros casos (Asturias, Castilla-León o Navarra) se exigen requisitos referidos a su integración dentro del paisaje tradicional de las diferentes localidades.
- En Navarra las casas rurales deben adecuarse a las "*características estéticas propias de la arquitectura tradicional popular de la zona geográfica en la que se encuentren*".
- En el caso catalán se puede denegar la autorización de apertura a aquellas residencias-casa de payés que estando ubicadas en medio rural no se ajusten a las "*exigencias de tranquilidad e integración en el paisaje que estos establecimientos deben reunir, bien por características propias del edificio o del entorno inmediato*" (Decreto 214/1995 de la Generalitat de Cataluña por el cual se regula la modalidad de alojamiento turístico conocido como residencia-casa de payés).

En algunos casos se produce la coincidencia de más de un criterio a la hora de decidir qué puede ser objeto de turismo rural y qué no. En Andalucía, por ejemplo, las casas rurales deben estar ubicadas en un medio "*donde se desarrollan las actividades típicamente agrícolas, forestales, extractivas, pesqueras y ganaderas*" y sus características tipológicas deben ser "*acordes con las de la zona geográfica*" donde se ubican.

En general, los establecimientos hoteleros rurales o las casas de acogida en este tipo de medio deben guardar una cierta imagen que responda a lo que se llama la arquitectura tradicional de la zona. En el caso de Aragón, las viviendas de turismo rural consideradas de categoría superior llegan a distinguirse de las demás por el hecho de encontrarse en un "*marco estético de calidad*" atendiendo a criterios de patrimonio cultural y natural. Pero desde 1985, cuando se publicó el libro de David Lowenthal, ya sabemos que el patrimonio es un país extraño: *the past is a foreign country*.

La patrimonialización y el tipismo visual: el camino hacia la tematización

Patrimonializado, el medio ambiente deviene algo fijo e inmutable. Los rectores de los espacios naturales que antes hemos analizado o los administradores de las casas rurales que acabamos de ver, deben conseguir que los recursos que gestionan tengan esa apariencia que algunos agentes han definido como "auténtica", "real" o "apropiada". Esta imposición ha generado no pocos conflictos, no sólo de apreciación del medio, sino de formas de gestión y de supervivencia de los actores locales.

- Campesinos que no pueden construir en Uralita, pues la normativa de la zona protegida donde residen se lo impide. En su lucha callada contra la cosmovisión turística (*the tourist gaze*, como dice John Urry), la Administración ha apostado por los intereses ociosos, urbanos y paisajísticos.
- Taxistas de parques nacionales que no pueden sobrepasar las capacidades de carga del lugar y que no pueden hacer todos los viajes que la demanda, estacionalmente repartida, les exigiría en un momento determinado.
- Hoteleros luchando para que les den permiso para abrir un aparthotel dentro de un parque natural y que ven a la competencia arrendar un restaurante por un precio irrisorio en un edificio restaurado con dinero público.
- Espeleólogos que no pueden realizar sus investigaciones en parques naturales porque la administración considera esta práctica como perjudicial para el medio. En este caso, no se trata de la exploración deportiva del subsuelo, sino de una investigación científica que pretendía conocer un poco mejor ese medio natural.
- Editoriales que, a petición de los parques nacionales, deben dejar de representar ciertos caminos sobre los mapas que editan para evitar la llegada de masas de gente a ciertos espacios considerados más vulnerables dentro de estas reservas.

En algunos casos, la patrimonialización de una parte del país se convierte en una nueva forma de colonialismo, pues los países "desarrollados" *imponen* una cierta imagen a aquello que se patrimonializa. El Patrimonio Mundial de la Humanidad da entrada a agentes globales en la gestión de recursos locales. Aquello que consigue inscribirse en las listas de la UNESCO responde supuestamente a un interés supranacional y por lo tanto todos y todas estamos en condiciones de exigir su conservación e incluso algunas formas de uso. Además, los estados vienen obligados a actuar sobre este patrimonio.

Se da con ello el caso de que ciertos países no pueden mantener ese patrimonio porque les faltan recursos o personal adecuado para intervenir en ellos.

En otros casos, son las mismas comunidades receptoras las que deciden abrirse al turismo.

En países como Kenia o Tanzania, con los turistas a las puertas de casa, algunas comunidades locales decidieron conservar su patrimonio cultural con el fin de poderle sacar algún rendimiento. La ejecución de danzas tradicionales, la venta de objetos de artesanía o la representación de las antiguas formas de vida se convirtió así en un nuevo complemento a ese paisaje ya abocado al turismo que era la sabana (véase más atrás). En el momento en que se empiezan a "comercializar" estos productos culturales, empiezan las críticas por su

desnaturalización, alienación y explotación.

En Kenia, las comunidades que no participaron en este intercambio no tardaron en hacer oír sus voces en el sentido que se trataba de una gran impostura que estaba falsificando e incluso matando su cultura ancestral (Musila, 1997, 40).

Todo esto nos llevaría a hablar de nuevo de la tipificación de los residentes en destinos turísticos y de cómo estos pasan a formar parte del paisaje local (para un europeo en visita a Kenia, tan agradable es ver un león como una tribu afincada en plena sabana). Su muerte orgánica está próxima pues las funciones para las que fueron utilizados cambian radicalmente.

La danza de la lluvia se convierte en un sinfín de movimientos rítmicos para conseguir que luevan dólares o euros. El carnaval, en lugar de reforzar los vínculos locales, sirve para recrear a los/las turistas. Los nobles menorquines escenifican en la plaza pública un poder que hace años que se les escapó de la mano. Los visitantes siguen acudiendo a la réplica de las cuevas de Altamira como si pudieran visitar las auténticas pinturas. Los frescos del románico del valle catalán de Taull se pueden contemplar en Barcelona, en un museo, y no *in situ*. Todo vale, para el turismo. Todo lo que sea (aceptado como) *auténtico*.

Pero lo auténtico hace tiempo que murió víctima de la tematización.

De la tematización a la estacionalidad, pasando por el paisaje

La conversión del paisaje en tema alrededor del cual construir un destino turístico no es nueva. Más bien es tan antigua como la existencia misma del fenómeno turístico: ya estuvo presente en los primeros balnearios y estaciones de montaña o litorales. Como ya tuvimos ocasión de explicar, la potenciación del paisaje como recurso capaz de atraer a turistas fue una estrategia que estuvo presente en algunos de los primeros *resorts* de nuestro país. Las campañas promocionales de la época hacían valer los paseos que estos establecimientos habían construido, la vista desde los mismos o las posibles excursiones que desde ellos pudieran llevarse a cabo como un valor añadido a la cura medicinal que en principio caracterizó a este tipo de demanda.

Tenemos, pues, en los primeros momentos del turismo organizado, un intento de tematización latente de estos recursos. Con el paso del tiempo, la tematización ha ido en aumento y en las últimas décadas asistimos a un más que discreto crecimiento de lo que llamamos parques temáticos. Los límites de este tipo de recursos muchas veces son difíciles de establecer y su identificación teórica no es nada evidente: existe un acuerdo unánime en clasificar a Euro-Disney como parque temático, pero esta unanimidad desaparece cuando se trata de valorar otros recursos. Un caso claro, en este último sentido, lo tenemos en lo que se conoce como turismo industrial: ¿hasta qué punto una antigua fábrica, colonia industrial o mina en desuso no se puede considerar un parque temático? ¿Es que el tema que claramente debe delimitar este tipo de recurso no está claro?

Dejando de lado este tipo de planteamientos –cuyo debate no corresponde al marco en que nos movemos–, lo cierto es que algunos recursos o espacios naturales parecen haberse convertido en algo parecido a un parque temático. Tenemos ejemplos muy claros en los parques nacionales españoles: cada uno de ellos intenta ser representativo del estado impoluto de un determinado tipo de ecosistema presente en nuestro país. Lo que nos debe llevar a una

cierta reflexión es el hecho de que el medio más extendido de nuestro país –lo que algunos autores llaman el "paisaje" mediterráneo- no fuera reconocido como tal hasta 1995, cuando Cabañeros fue declarado parque nacional. Lo interesante de esta constatación es que aquello que más abunda, o que no se percibe como escaso, en un lugar determinado parece ser lo menos dado a la tematización: véase la importancia que han adquirido los humedales en la política ambiental española en relación a su relativamente escasa presencia en el suelo peninsular.

En este sentido, nos parece sensato afirmar que con el paisaje sucedería algo parecido: existiendo casi por doquier (allí donde exista un cierto medio ambiente descodificado a partir de criterios estéticos, como vimos anteriormente), casi nunca se ha planteado este recurso intangible como algo tematizado o tematizable. Únicamente en algunos casos, especialmente en zonas naturales o urbanas protegidas, se puede ver claramente esta tematización del paisaje. El caso de la Caldera de Taburiente ofrece un magnífico ejemplo cuando en su PRUG se afirma que las instalaciones astronómicas no deben ser visibles desde el mirador de la Cumbrecita. En este caso y en muchos otros, uno de los temas principales a través del cual gira la imagen de estos destinos turísticos es precisamente el paisaje. Cabe suponer que a medida que el ecoturismo vaya adquiriendo mayor envergadura en nuestro país, también el medio ambiente irá ganando posiciones entre los temas elegidos para centrar la visita de los/las turistas.

Recientemente, con motivo del Año Internacional de las Montañas, hemos asistido a un debate sobre este marco geográfico. La cuestión era discernir si las montañas se estaban convirtiendo en parques temáticos o en lugares dedicados a conseguir la sostenibilidad. En este marco, pudimos sostener que la montaña, a principios del siglo XXI, era un parque temático cuya tematización se centraba en dos ámbitos:

- Por un lado, la montaña como fuente de experiencias excitantes y aventureras.
- Por otro, la montaña como espacio privilegiado para contemplar los mejores paisajes.

En el primer sentido, algunas montañas no están muy alejadas de los típicos parques temáticos de atracciones; quizá la única diferencia radicaría en que las atracciones, en lugar de ser mecánicas, son naturales: cascadas, rápidos, paredes de escalada, senderos, etc. En este sentido, y a nivel hipotético, podemos sostener que la "confusión" entre uno y otro recursos ha generado no pocos problemas: la montaña tiene unas reglas propias sin que exista un botón o anillo de que tirar en caso de emergencia. Muchos accidentes de montaña tienen lugar entre personas poco preparadas que salen al monte sin una preparación suficiente y habiendo recibido tan sólo unas pequeñas nociones técnicas. Por decirlo así, podríamos afirmar que la gente copia los movimientos sin acabar de entender sus verdaderos fundamentos: esto se ve de una forma muy clara en los practicantes de ciertos deportes que exigen el uso de cuerdas, entre los cuales a veces se encuentran personas que saben que hay que hacer un nudo para atarlas, pero ignoran qué tipos de nudos son mejores en aquellas circunstancias y que existe una variedad increíble de estos recursos técnicos que se pueden aplicar incluso en casos de emergencia. En otros casos, la montaña nos da sorpresas por no acercarnos a ellas con el equipo adecuado.

En el segundo sentido, la montaña se está convirtiendo en un parque temático centrado en su

propio paisaje. Hoy en día resulta muy difícil, por no decir imposible, *vivir de la montaña* (turismo a parte). Por el contrario, lo que la gente desea es *vivir la montaña*, sentirla a través de todos los sentidos y apreciarla como si fuera una obra de arte. Este deseo la convierte en un paisaje y está en la base de lo que podemos llamar una tematización latente de este tipo de espacios naturales.

Actualmente, en las sociedades occidentales, la mayor parte de la población valora la montaña a partir de criterios paisajísticos. Ante este tipo de medio, las personas tendemos a representarla como paisaje, como un lugar agradable y ameno. Puede que, en este proceso, acabemos descartando cierta montaña por no responder a los baremos que le exigimos; pero, en cualquier caso, esos baremos están ahí y son de orden paisajístico. Casi nadie valora la montaña como recurso económico, agentes de promoción turística a parte.

En este contexto, muchos destinos turísticos se convierten en recursos con una tematización latente o, por lo menos, no explícita, basada en su aspecto estético. Lo que hay que evitar, a toda costa, es que esa tematización no se convierta en impostura, pues esto estaría en la base del fracaso como destino turístico de estos recursos. Recordemos que las estaciones de esquí montadas ex proceso son peor recibidas que aquellas que han crecido en lugares donde existía un poblamiento tradicional previo. Impostadas e importadas, esas estaciones de esquí no encajan en el paisaje que las acoge y por ese motivo son mal recibidas.

Por otro lado, la tematización latente, en el sentido paisajístico, de algunos destinos supone tener que prestar mucha atención a los efectos paisajísticos de la estacionalidad. Hay que evitar, a toda costa, que ciudades costeras o estaciones de esquí en temporada baja presenten un aspecto desvencijado, decrepito y, en definitiva, desagradable para los visitantes de temporada baja.

Mucho se ha hablado de los efectos negativos de la estacionalidad de la demanda, pero no recordamos que nadie haya tratado estos aspectos desde un punto de vista paisajístico. Quizá ya sería hora de empezar a plantearnos estos temas y de aceptar que el cierre estacional de algunas actividades (establecimientos, espectáculos, pistas de esquí, etc.) puede suponer externalidades negativas para terceros negocios que no se encuentran sometidos a una estacionalidad tan marcada. Fuera de temporada, esos negocios cerrados y mal camuflados añaden impostura a la imagen del destino turístico.

Conclusiones

El medio ambiente constituye un soporte necesario e ineludible para la existencia de paisaje. Esto no significa que su adecuación sea mecánica y que una buena calidad medioambiental sea garantía de un disfrute paisajístico. Pueden existir medios muy bien conservados y poco atractivos para los turistas (los manglares, por ejemplo) y, al revés, medios ecológicamente colapsados pero percibidos como lugares bellos.

En el marco del desarrollo sostenible, hemos de estar atentos a que los criterios de sostenibilidad se apliquen tanto al medio ambiente como al paisaje. En el primer caso, se trata de un deber ineludible que hemos contraído con las generaciones futuras. Por lo que se refiere al paisaje, su sostenibilidad supone la necesidad imperiosa de mantener ciertas imágenes socialmente consideradas las más apropiadas para cada destino. Si en el primer caso lo que está en juego es el futuro del medio ambiente, en el segundo la partida se juega en el terreno de la explotación empresarial rentable de los recursos turísticos.

El paisaje tiene una importancia excepcional para el turismo. Se trata de un recurso intangible que, además, está siempre abierto a una constante redefinición por parte de la cultura de las personas que entran en relación con algunas manifestaciones del medio ambiente. Desde este punto de vista, se convierte en un recurso renovable, pero sometido a una demanda que puede fluctuar en función de las relaciones sociales y culturales que existan en los lugares de destino y de origen de los/las turistas.

En este sentido, el paisaje pirenaico es amado y construido fuera del mismo Pirineo. Es en las áreas urbanas donde se elabora la imagen de aquello que es bello y agradable: los/las visitantes, cuando llegan a su lugar de destino, casi nunca intentan establecer una relación nueva con el medio que les acoge. Al contrario, su mirada ya ha sido preparada y su atención programada para que puedan disfrutar de aquello que se considera pertinente. Incluso, en la mayoría de los casos, la no adecuación entre sus expectativas y la "realidad" que perciben puede generarles un sentimiento de engaño o a un resentimiento contra los agentes turísticos que les han llevado a ese destino. En este sentido, el efecto es distinto según se haya llegado al lugar por iniciativa propia y sin utilizar ningún tipo de intermediario comercial o, por el contrario, si algún turoperador o agente de viajes ha intervenido en la programación de esos días de sosiego.

Aunque algunos destinos turísticos sean considerados paisajísticamente poco agradables, pueden funcionar como recursos altamente rentables. Este es el caso, por citar un ejemplo ya visto, de Benidorm. En cualquier caso, pero, el embellecimiento de este recurso que ya funciona a nivel económico no debería ser negativo para el futuro del destino. Incluso su

reforma paisajística debería ser una baza más para jugar en un mercado cada vez más competitivo y más globalizado. Apostar por ofrecer el mismo paisaje de hoteles, apartamento y otras infraestructuras que ofrecen los destinos que compiten en nuestro mismo marco es el mejor sistema de poner en peligro nuestra supervivencia económica. Algunas ciudades españolas así lo han entendido y han puesto en práctica políticas de destrucción del parque inmobiliario tendentes a ganar espacios públicos y paisajes hasta ahora negados.

Que su ejemplo se extienda como una mancha de aceite es responsabilidad de distintos sectores sociales, entre los cuales se encuentra el que forman personas como quien escribe.

Sant Martí de Centelles, febrero de 2003

Bibliografia

- AEDAVE (2002a), Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas: informe *Turismo e impacto ambiental*. Documento electrónico: www.aedave.es/publico/informes_esp/medio_ambiente/impacto_ambiental.htm
- AEDAVE (2002b), Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas: informe *Ideas y programas de turismo sostenible*. Documento electrónico: http://www.aedave.es/publico/informes_esp/medio_ambiente/planes.htm
- Agnew, J. A. i Duncan, J. S. (edts.) (1989): *The power of place. Bringing together geographical and sociological imaginations*. Boston, Unwin Hyman.
- Aguirre, Conxa; Pié, Ricard; Sabaté, Joaquim (1990): *Seguretat ciutadana i urbanisme. Seguridad ciudadana y urbanismo*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona. (Edición bilingüe).
- Altman, I.; Chemers, M. (1989): *Culture and environment*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Ambrosi, Claudio; Wedekind, Michael (2000): *L'inevenzionedi un cosmo borguese. Valori sociali e simboli culturali dell'alpinismo nei secoli XIX e XX*. Trento, Museo Storico in Trento.
- Anton Clavé, Salvador (1997): *Diferenciació i reestructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona, Edicions El Mèdol.
- Aoun, Sabáh: *A procura do paraíso no universo do turismo*. Documento electrónico disponible en http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/sabah_aoun.htm
- Argullol, Rafael (1983): *La atracció del abismo. Un itinerario por el paisaje romántico*. Barcelona, Destino.
- Associació Enginyers de Monts (2000): *Manifest eòlic*. Documento electrónico disponible en <http://www.arrakis.es/~eforests/com/eeolica.htm>
- Azorín (1969): *El paisaje de España visto por los españoles*. Madrid, Espasa-Calpe.
- Augé, Marc (1995): *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, Gedisa editorial.
- Barbaza, Yvette (2000): "Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace littoral". *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 50. P. 9-55. Publicado originariamente en *Annales de Géographie*, 434. (1970). P. 446-469.
- Bardolet Janer, Esteve (1995): "El diseño del paisaje turístico. Proyectos y respuestas en ara del turismo de calidad" en Picornell, Joan; Seguí, Joana M. (dir.): *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Palma de Mallorca, UIB-CODEFOC.
- Barnes, Trevor J.; Duncan, James S. (1992): *Writing worlds. Discourse, text and metaphor in the*

representation of landscape. Londres y Nueva York, Routledge.

- Beck, Ulrich (1998): *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós.
- Berger, Peter; Luckmann, Thomas (1993): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Bergues, Martine (1995): "Des vaches au marais: de l'élevage traditionnel à l'animal comme outil de gestion paysagère" en *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*. París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. P.151-165.
- Berque, Augustin (1990): *Médiance de milieux en paysages*. Montpellier, Réclus.
- Berque, Augustin (1996): *Etre humains sur la terre*. París, Gallimard.
- Berque, Augustin (1997): "El nacimiento del paisaje en China" en *El paisaje. Arte y naturaleza. Huesca, 1996. Actas*. Huesca, Diputación de Huesca.
- Biarge, Fernando; Salamero, Enrique (1991): *Huesca. Cañones y barrancos*. Huesca, edición de los autores.
- Boers, H. ; Bosch, M. (1996): *La tierra, destino turístico. Introducción al turismo y al medio ambiente*. Madrid, SME/Institute for Environmental Communication and Netherlands Institute of Tourism and Transport Studies.
- Bourdieu, Pierre (1977): "Une classe objet". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 17-18. P. 2.
- Bover i Pagespetit, Andreu (1988): *Arbúcies. Estudi del medi i formes de vida (1743-1940)*. Gerona, Diputació de Girona.
- Boyer, Marc (1996): *L'invention du tourisme*. París, Gallimard.
- Bozonnet, Jean-Paul (1992): *Des monts et des mythes. L'imaginaire social de la montagne*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Briffaud, Serge (1994): *Naissance d'un paysage. La montagne pyrénéenne à la croisée des regards. XVI-XIX siècles*. Toulouse, Association Guillaume Mauraan/CIMA-CNRS.
- Broc, Numa (1969): *Les montagnes vues par les géographes et les naturalistes de langue française au XVIII siècle. Contribution à l'histoire de la géographie*. París, Bibliothèque Nationale.
- Broc, Numa (1994): *Regards sur la géographie française de la Renaissance à nos jours*. Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan. 2 volúmenes.
- Brunet, Roger (1974): "Espace, perception et comportement". *L'Espace Géographique*, 3. P. 189-204.
- Buarque de Holanda, Sergio (1987): *Visión del paraíso. Motivos edénicos en el descubrimiento y colonización del Brasil*. Caracas, Biblioteca Ayacucho.

- Calle, Merche S. (2002): *Impacto en la cumbre*. Documento electrónico disponible en <http://www.ideal.es/waste/snmundial.html>
- Callizo Soneiro, Javier (1991): *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid, Editorial Síntesis.
- Camena d'Almeida, P. (1890): *Les Pyrénées développement de la connaissance géographique de la chaîne*. París, Armand Colin.
- Camporesi, Piero (1992): *Les belles contrées. Naissance du paysage italien*. París, Gallimard.
- Castellana, Robert (2002): *Tourisme et paysage : la Promenade des Anglais à Nice*. Disponible en http://www.chez.com/palmiers/revue/n32/Riv_.htm
- Ceballos Lascurain, Héctor (1998): *Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible*. México, Editorial Diana. Una parte de esta obra está disponible en <http://www2.planeta.com/mader/ecotravel/mexico/strategy/ecoturismo12.html>
- Cejador y Frauca, Julio (1990): *Vocabulario medieval castellano*. Madrid, Visor Libros.
- Cloarec, Jacques (1995): "Un village se penche sur son paysage" en *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*. París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. P. 195-208.
- Copleston, Frederick (1978): *Historia de la filosofía*. Madrid, editorial. Ariel.
- Conan, Michel (1991): "Généalogie du paysage". *Le Débat*, 65. P. 29-42.
- Coolidge, W. A. B. (1989): *Josias Simler et les Origines de l'alpinisme jusqu'en 1600*. Grenoble, Editions Glénat.
- Corbin, Alain (1988): *Le territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage. 1750-1840*. París, Aubier.
- Corbin, Alain (1995): *L'avènement des loisirs. 1850-1960*. París, Aubier.
- Cornide, José (1794): *Descripción física, civil y militar de los Montes Pyreneos por Don Josef Cornide. Año de 1794*. Manuscrito consultable en la Real Academia de la Historia (Madrid). Ms. 9/5659.
- Coromines, Joan (1980): *Diccionari etimològic i complementari de la llengua catalana*. Barcelona, Curial edicions catalanes.
- Cosgrove, Denis; Daniels, Stephen (edt.) (1988): *The iconography of landscape. Essays on the symbolic representation, design and use of past environments*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Cruz, San Juan de la (1991): "Subida del monte Carmelo" en *Obra completa (I)*. Madrid, Alianza Editorial.
- Chamson, Max (1987): *Le roman de la montagne. Des auteurs et des cimes*. Mesnil-sur-l'Estrée, Christian de

Bartillat éditeur.

- Chaze, Jean-Pierre; Touron, Xavier: "Cultures sportives et stratégies d'acteurs, l'exemple du ski nordique" en *Actes du Colloque "L'Observation des pratiques sportives de nature"*. 29 & 30 novembre 2001. Disponible en: http://membres.lycos.fr/sportsnature/Pages/Actes_colloques/Observation/Actes_valence.htm
- Confoederatio Helvética (2002) : *Tourisme durable et exploitation durable des forêts de montagne vont de pair*. Disponible en http://www.admin.ch/cp/f/3c989334_1@fwsrvg.bfi.admin.ch.html
- Dadognet, François (1991): "Pourquoi protéger ce qu'on maîtrise? Réflexions sur l'arbre" en Roger, Alain; Guéry, François (dir.): *Maîtres & protecteurs de la nature*. Seyssel, Champ Vallon. P. 257-266.
- Dainville, François de (1964): *Le langage des géographes. Thèmes, signes, couleurs des cartes anciennes. 1500-1800*. Paris, Edt. A. et J. Picard & Cie.
- Debarbieux, Bernard (1995): *Tourisme et montagne*. Paris, Economica.
- Debarbieux, Bernard (2001): *Chamonix-Mont-Blanc 1860-2000. Les coulisses de l'aménagement*. Servoz, Edimontagne.
- Delumeua, Jean (1992): *Une histoire du paradis. Le jardin des délices*. Mesnil-sur-l'Estrée, Editorial Fayard.
- Deluz, Christiana (1976): "La géographie dans le Liber de Guillaume de Boldensele, pèlerin de Terre Sainte-1336" en *Voyage, quête, pèlerinage dans la littérature et la civilisation médiévales. Senifiance*, 2. Aix-en-Provence. P. 25-40.
- Deluz, Christiane (1979): "Sentiment de la nature dans quelques récits de voyage et pèlerinage" en *Études sur la sensibilité au Moyen Age*. Paris, CTHS.
- Departament de Medi Ambient (2001): *El Govern presenta la revisió del mapa d'implantació ambiental de l'energia eòlica a Catalunya*. Documento electrónico disponible en <http://www.gencat.es/mediamb/parcseolics/revisio.htm>
- Descenso Deportivo de Cañones (1988): *Descenso deportivo de Cañones*. Barcelona, Federación Española de Espeleología.
- DETEC (2002): *Des paysages protégés comme attraction touristique*. Disponible en: http://www.uvek.admin.ch/gs_uvek/fr/dokumentation/medienmitteilungen/artikel/20020611/01063/index.html
- Donadieu, Pierre (dir.) (1996): *Paysages de marais*. Paris, Edc. Jean-Pierre de Monza.
- Doxey, G. V. (1975): "A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences". *Proceedings of the Travel Research Association 6th Annual Conference*. San Diego, Travel Research Association. P. 195-198.
- Dragon, Chantal; Kacimi, Mohamed (1992): *Naissance du désert*. Paris, Editions Balland.

- Eberlee, John (2002): *Choque de dos culturales: amerindos y ecoturistas*. Documento digital disponible en <http://www.idrc.ca/reports/>
- Engel, Claire-Eliane (1930): *La littérature alpestre en France et en Angleterre aux XVIIIe et XIX siècles*. Chambéry, Lib. Dardel.
- Enriquez de Salamanca, Cayetano (1982): *La sierra de Guara*. Madrid, publicado por el mismo autor.
- European Commission (2002): *Using natural and cultural heritage to develop sustainable tourism* disponible en <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/studies/ecosystems/heritage.htm>.
- FAPAS (sf): *Plan eólico en Soria*. Documento electrónico disponible en <http://fapas.netcom.es/eolico.htm>
- Feliú Suárez, J. A.; Rituerto Marrupe, A. (1994): *Crónicas de Gredos. La Sierra de Gredos*. Salamanca, Caja Salamanca y Soria.
- Florecillas (1968): *Las florecillas de San Francisco. El cántico del sol*. Madrid, Espasa-Calpe.
- Fourcassié, Jean (1990): *Le Romantisme et les Pyrénées*. Tolosa, Annales Pyrénéennes.
- Fraguell, R. M. (1994): *Turisme residencial i territori. La segona residència a la regió de Girona*. Gerona, l'Eix.
- Fuller, Anne (1999): *Tourism Development in the Dominican Republic Growth, Costs, Benefits and Choices*. (<http://kiskeya-alternative.org/publica/afuller/rd-tourism.html>)
- Galacho Jiménez, Federico Benjamín (1996): *Urbanismo y turismo en la Costa del Sol*. Málaga, Universidad de Málaga.
- García Fernández, Jesús (1990): "De la percepción del hecho montañoso: en torno a las palabras "monte-montes" y "montaña"". *Estudios Geográficos*, 199-200. P. 431-452.
- Gèze, Bernard (1968): *La espeleología científica*. Barcelona, Ediciones Martínez Roca.
- Giudici, Nicolas (2000): *La philosophie du Mont Blanc. De l'alpinisme à l'économie immatérielle*. París, Bernard Grasset éditeur.
- Glacken, Clarence J. (1996): *Huellas en la playa de Rodas. Naturaleza y cultura en el pensamiento occidental desde la Antigüedad hasta finales del siglo XVIII*. Barcelona, Ediciones del Serbal.
- Goff, Jacques le (1980): "Le désert-forêt dans l'occident médiéval". *Traverses*, 19. París, Centre G. Pompidou. P. 23-33.
- Gómez, Francisco (1993): "El agua en el paisaje urbano" en *Actas de las VI Jornadas sobre el Paisaje. Agua y paisaje*. Madrid, Asociación para el Estudio del Paisaje. P. 47-58.

- Gómez, Edu; Soro, Miquel (1993): *Gorgas y barrancos de Cataluña, Mallorca y Alto Esera*. Barcelona, edición de los autores.
- González Bernáldez, Fernando (1981): *Ecología y paisaje*. Madrid, Blume.
- Gourevich, Aaron J. (1983): *Les catégories de la culture médiévale*. París, Gallimard.
- Govern de les Illes Balears (2002): *El perquè de l'impost ecoturístic*. Documento electrónico disponible en <http://www.ecotaxa.org/porque-01.ct.html>
- Graf, Arturo (1892): *Miti, leggende e superstizioni del Medio Evo*. Nueva York, Burt Franklin. 2 vol. Existe una reedición de 1971.
- Grenier, Lise (dir.) (1987): *Le voyage aux Pyrénées ou la Route Thermale*. Tarbes, Randonnées Pyrénéennes.
- Hall, C. M.; Page, S. J. (2000): *The geography of tourism and recreation. Environment, place and space*. Londres/Nueva York, Routledge.
- Häyrynen, Maunu (1994): *National landscapes and their makin in Finland*. Documento electrónico: <http://www.uoregon.edu/~ucurrent/1.4.html>
- Holden, Andrew (2000): *Environment and tourism*. Londres y Nueva York, Routledge.
- *Images de la montagne. De l'artiste cartographe à l'ordinateur. Exposition organisée par la Bibliothèque Nationale avec le concours de l'Institut Géographique National. Catalogue et Essais*. París, Bibliothèque Nationale, 1984.
- Janer, Félix (1841): "Sobre la propiedad que posee la admósfera de destruir todos los miasmas, gases y demás cuerpos estraños que se elevan ó mezclan con ella" *Boletín de la Academia de Ciencias Naturales y Artes de Barcelona*, 8.
- Jurdao, Francisco (1992): *Los mitos del turismo*. Madrid, Endymion.
- Kenny, Anthony (1991): *Mountains. An anthology*. Cambridge, John Murray Publishers.
- Kessi, Maude (2001): *Parcourir la montagne ensemble: les représentations de l'espace alpin chez les accompagnateurs en montagne et leurs clients*. Université de Neuchâtel, Institut de Géographie. Documento electrónico disponible en <http://www.mtnforum.org/resources/library/kessm01a.htm>
- Kokkonen, Pellervo; Peltonen, Arvo (1999): *Mapping lakelands: challenges of map design for tourism*. International Cartographic Conference. Ottawa, 1999. (<http://www.karttaikkuna.fi/lakeland.pdf>)

- Kuhn, Thomas (1970): *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid, FCE.
- Lassus, Bernard (1991): "Pour une poétique du paysage. Théorie des failles" en Roger, Alain; Guéry, François (dir.): *Maîtres & protecteurs de la nature*. Seyssel, Champ Vallon. P. 239-255.
- Lassus, Bernard (1994): "L'obligation de l'invention. Du paysage aux ambiances successives" en Berque, Augustin (dir.): *Cinq propositions pour une théorie du paysage*. Seyssel, Champ Vallon. P. 81-106.
- Lecouteux, Claude (1995): *Au-delà du Merveilleux. Des croyances du Moyen Age*. París, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne.
- Lemkow, Louis (2002): *Sociología ambiental. Pensamiento socioambiental y ecología social del riesgo*. Barcelona, Icaria.
- Lenoble, Robert (1969): *Histoire de l'idée de nature*. París, Albin Michel.
- Lison Arcal, José C. (1992): "¿El turismo como futuro inevitable? El caso del valle de Gistau" en Jurdao, Francisco: *Los mitos del turismo*. Madrid, Endymion. P. 145-177.
- López Monné, Rafael (1999): *Senderisme. Camins i senyals. Activitats recreatives i turístiques en espais rurals i naturals*. Tarragona, Arola editors.
- Lunn, Arnold (1944): *Switzerland and the English*. Londres, Eyre & Spottiswoode.
- Llanos, Ana Clara (2002): *Informe preliminar sobre impacto ambiental*. Documento electrónico disponible en www.ecoport.net/articulos/informe.htm
- Lleal, Coloma (1997): *Vocabulario de la Cancellaría Aragonesa (Siglo XV)*. Saragossa, Institución Fernando el Católico.
- *Llibre d'amorettes atribuït a un ermità de Montserrat del segle XIVè* (1930). Montserrat, Monasterio de Montserrat.
- Madoz, Pascual (1845): *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar*. Madrid.
- Marías, Fernando (1993): "El Greco y el paisaje español del siglo XVI" en *Los paisajes del Prado*. Madrid, Editorial Nerea.
- Mariño Ferro, Xosé Ramón (1987): *Las Romerías/Peregrinaciones y sus símbolos*. Vigo, Edicións Xerais de Galicia.
- Márquez Pérez de Aguiar, Manuel (1878): *Memoria acerca de el Valle de Arán*. Gerona, Imp. de P. Puigblanquer. 2ª edición.
- Mayol, J.; Machado, A. (1992): *Medi ambient, ecologia i turisme a les illes Balears*. Palma de Mallorca,

Editorial Moll.

- Mazas, Alain (1995): "Le paysage dans notre patrimoine scolaire" en *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*. París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. P. 65-75.
- Mazón, Tomás (2001): *Sociología del turismo*. Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Meiffret, Laurence (1991): "L'ermite et la montagne dans l'art médiéval. XIII-XVI siècles" en *La montagne et ses images du peintre d'Akrésilas à Thomas Cole*. París, CTHS. P. 107-151.
- Menéndez Pidal, R. (1969): *Cantar del Mio Cid. Texto, gramática y vocabulario*. Madrid, Espasa-Calpe.
- Mollá Ruiz-Gómez, Manuel (1992): "El conocimiento naturalista de la sierra de Guadarrama. Ciencia, educación y recreo" en Gómez Mendoza, J.; Roteaga Cantero, N. (dir.): *Naturalismo y geografía en España*. Madrid, Fundación Banco Exterior.
- Montfort Mir, Vicente M. (1999): *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*. Tesis doctoral. Universitat de València, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
(<http://www.cervantesvirtual.com>)
- Montserrat Zapater, Octavio (1998): *El balneario de Panticosa (1826-1936). Historia de un espacio de salud y ocio en el Pirineo Aragonés*. Zaragoza, Gobierno de Aragón, Departamento de Educación y Cultura.
- Múgica, Marta; Luci, José Vicente de (1993): "El agua como elemento de atracción paisajística para los visitantes de espacios naturales" en *Actas de las VI Jornadas sobre el Paisaje. Agua y paisaje*. Madrid, Asociación para el Estudio del Paisaje. P. 161-168.
- Mullet, Michael (1990): *La cultura popular en la baja edad media*. Barcelona, Crítica.
- Musila, David (1997): "La gestion touristique des sites naturels" en *Culture, tourisme, développement : les enjeux du XXIe siècle*. París, UNESCO. P. 37-41.
- Nardy, Jean-Pierre (1984): "Cartographies de la montagne, de l'édifice divin au bas-relief terrestre" in *Images de la montagne. De l'artiste cartographe à l'ordinateur*. París, Bibliothèque Nationale.
- Nogué, Joan (1989): "Paisaje y turismo". *Estudios Turísticos*, 103. P. 35-45.
- Nogué i Font, Joan (1991): *Els nacionalismes i el territori*. Barcelona, Editorial El Llamp. Existe una versión en castellano, publicada por la editorial Milenio.
- Nogué, Joan (1992): "Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio". *Estudios Turísticos*, 115. P. 45-54.
- OIT (2001): "En busca de un turismo socialmente responsable". *Trabajo*, 39. Junio de 2001. Disponible en www.ilo.org/public/spanish/bureau/inf/magazine/39/tourism.htm

- Oldridge S, (1992) : "Bathing water quality: a local authority perspective" en Kay, D.: *Recreational Water Quality Management Vol. I. Coastal Waters*. Chichester, Ellis Horwood Ltd. P. 37-47.
- OMS (1998): "Bienestar y aspectos estéticos" en *Guías para ambientes seguros en aguas recreativas. Vol. 1: Aguas costeras y aguas dulces Versión preliminar para consulta Octubre de 1998*. Organización Mundial de la Salud. Sin paginación.
(<http://www.cepis.ops-oms.org/comun/gestcont/capi8.pdf>)
- OMT (1992): *Ordenación de los parques nacionales y de otras zonas protegidas para el turismo*. Madrid, OMT.
- Palmer, Michelle (2000): *Signposts and Gatekeepers: tourist information and holiday experience in the Dominican Republic*. Artículo electrónico disponible en <http://www.kiskeya-alternative.org/publica/palmer/signs.html>
- Panareda, 2002: "L'evolució del bosc en els darrers 125 anys" en *El canvi ambiental i l'excursionisme*. Barcelona, Pòrtic. P. 15-37.
- Panofsky, Erwin (1973): *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona, Tusquets.
- Paysages de France (2002a): *Trouble anormal de voisinage: le tribunal d'instance de Saint Tropez ordonne le démontage d'un pylône!* Documento electrónico disponible en <http://paysagesdefrance.free.fr/chauds/tel/valmer/index.htm>
- Paysages de France (2002b): *Un pylône sur une île*. Documento electrónico disponible en <http://paysagesdefrance.free.fr/chauds/tel/iam/index.htm>
- Pearce, Douglas (1987): *Tourism today: a geographical analysis*. Harlow, Longman.
- Pérez Arrarte, Carlos (2000): *Impacto de las plantaciones forestales en Uruguay*. Documento electrónico, disponible en http://www.ecoportal.net/articulos/urug_planta.htm
También disponible en <http://www.biodiversidadla.org/>
- Perrot, Martyne; Magos, Isabelle (1995): "L'Aubrac. Du haut lieu au non-lieu touristique?" en *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*. París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. P. 35-48.
- Porter, Roy (1995): "Les Anglais et les loisirs" en Corbin, Alain: *L'avènement des loisirs. 1850-1960*. París, Aubier. P. 21-54.
- Rayman, Arthur (1979): *Évolution de l'alpinisme dans les Alpes françaises*. Ginebra, Edt. Slatkine.
- Rey, Alain (dir.) (1992): *Dictionnaire historique de la langue française*. París, Dict. Le Robert.
- Roca y Lavedra, Felipe (1831): *El Amigo del forastero en Barcelona y sus cercanías*. Barcelona, Librería de José Solá.

- Roger, Alain (1978): *Nus et paysages. Essai sur la fonction de l'art*. París, Aubier.
- Roger, Alain (1997): *Court traité du paysage*. París, Gallimard. Existe una traducción al catalán.
- Rojas, Eduardo (1999): "El bosc mediterrani en el segle XXI". *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*, 23. Disponible en <http://www.gencat.es/mediamb/revista/rev23-2.htm>
- Rojas, Eduardo (2000): "El encaje del bosque mediterráneo en la sociedad del siglo XXI". *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*. Disponible en <http://da.montes.upm.es/seminarios/rural/sociedadxxi.htm>
- Roma i Casanovas, Francesc (1996): *Història social de l'excursionisme català. Dels orígens a 1936*. Vilassar de Mar, Oikos-Tau.
- Roma i Casanovas, Francesc (1996b): "És mort, l'excursionisme?". *II congrés de cultura popular i tradicional catalana. Comunicacions presentades als diversos àmbits*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura. P. 174–176. Tambien se publicó en *Muntanya*, 811. Junio de 1997. P. 91–92.
- Roma i Casanovas, Francesc (2000): *Els Pirineus maleïts. Natura, cultura i economia moral en les societats dites tradicionals*. Barcelona, Alta Fulla.
- Roma i Casanovas, Francesc (2001b): *La construcció medial de la muntanya a Catalunya (segles XV-XX). Una mirada al paisatge des de la geografia cultural*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona. Tesis Doctoral, microficha.
- Roma i Casanovas, Francesc (2001): "Quina cartografia per a l'excursionisme". *Vèrtex*, 179. P. 24. (<http://www.geocities.com/francescroma/cartografia3.doc>)
- Roma i Casanovas, Francesc (2001c): "La représentation de Montserrat (XV-XIX siècle). De la merveille à la montagne en tant que paysage". *Géographie et cultures*, 39. P. 69-84.
- Roma i Casanovas, Francesc (2002a): *La construction médiale des « paysages » montagneux de la Catalogne (XV-XX siècles)*. Tesis doctoral, inédita. París, EHESS.
- Roma i Casanovas, Francesc (2002b): *Llegendes de la natura. Itineraris pel nostre patrimoni cultural*. Tarragona, Edicions El Mèdol.
- Roma 2002c: - *El paradís indicible. La representació de Montserrat a l'edat moderna*. Manresa, Centre Excursionista Comarca de Bages.
- Ros, Ignasi (2002): *La síndrome Mitsubishi*. Documento electrónico disponible en <http://ww2.gm.es/fmirall/mitsubis.htm>
- Roux, Michel (1996): *Le désert de sable. Le Sahara dans l'imaginaire des Français (1900-1994)*. París, L'Harmattan.

- Roy Ladurie, Emmanuel le (1883): *Histoire du climat depuis l'an mil*. París, Flammarion. 2 vol.
- Rozenberg, Danielle (1990): *Tourisme et utopie aux Baléares. Ibiza, une île pour une autre vie*. París, l'Harmattan.
- Rubió i Tudurí, Nicolau M. (1995): "Una tentativa paisajista. La zona turística de Maspalomas, en Gran Canaria" en Ribas i Piera, Manuel (edt.): *Nicolau M. Rubió i Tudurí i el planejament regional*. Barcelona, Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona/Editorial Alta Fulla. P. 155-161. (Edición original, Madrid, IEJAP, 1953)
- Rural Europe (2000): "La valorización del entorno y del "paisaje cultural", hilo conductor del grupo LEADER Nord-Saarland (Alemania)". *LEADER Magazine*, 24 (Otoño 2000). (<http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/theme/art02.htm>)
- Sancho, Amparo (1998): *Introducción al turismo*. Madrid, OMT.
- Santana, Agustín (1994a): "Encuentros turísticos: efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales (Islas Canarias)" *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3 (3). P. 199-213. (<http://www.culturacanaria.com/turismo/pagina2b.htm>)
- Santana, Agustín (1994b): "Prevención de efectos no deseados y su relación con la imagen vendida en la implantación del sistema turístico". *Guize*, 1. P. 11-23. (<http://www.culturacanaria.com/turismo/pagina2c.htm>)
- Schama, Simon (1995): *Landscape and memory*. Londres, HarperCollins Publishers.
- Schmidt, Hans-Werner (2002): "Tourisme et environnement". *Statistiques en Bref*, theme 4, 40. Publicación de EuroStat, disponible en www.europa.eu.int/comm/eurostat/
- Schouten, Frans (1997): "Tourisme et mutations culturelles" en *Actes de la table ronde Culture, tourisme, développement: les enjeux du XXIe siècle*. París, Unesco. P. 56-62
- Schutz, Alfred (1974): *Estudios sobre teoria social*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Segalàs, Alfonso (1956): *Deportes de invierno*. Barcelona, Editorial Hispano-Europea.
- *Le sentiment de la montagne*. Grenoble, Editions Glénat/Musée de Grenoble, 1998.
- Shurmer-Smith, Pamela; Hannam, Kevin (1994): *Worlds of desire, realms of power. A cultural geography*. Londres, Edward Arnold editor.
- Soudière, Martin de la (1995): "'La Loire prend sa source...' Le site du Mont Gerbier-de-Jonc en Ardèche" en *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*. París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. P. 77-87.
- Tarlow, Peter E. (2001): "La seguridad en la industria del turismo". *Security Management on Line*. Publicación digital. Artículo disponible en (<http://www.securitymanagement.com/library/001092.html>)

- Temporada Turística (2000): *Resum de la temporada turística 2000*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme. Publicación digital disponible en <http://www.gencat.es/turisme>
- Teran, Manuel de (1987): *Del mythos al logos*. Madrid, CSIC, Instituto "Juan Sebastián Elcano".
- Terrenos y Pando, Esteban de (1788): *Diccionario castellano con las voces de las ciencias y artes y sus correspondientes en las tres lenguas francesa, latina é italiana*. Madrid, Imp. de la v. de Ibarra.
- Thèses de Biella (1997): *Les thèses de Biella: un texte fondateur pour une approche moderne de la montagne*. Disponible en <http://perso.wanadoo.fr/mountain.wilderness/textmw/biella2.htm>
- Thompson, Edward P. (1979): *Tradición, revuelta y consciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*. Barcelona, Editorial Crítica.
- Thompson, E. P. et alii (1988): *La guerre du blé au XVIIIe siècle. La critique populaire contre le libéralisme économique au XVIIIe siècle*. París, Les éditions de la Passion.
- Titos Martínez, Manuel (1990): *La aventura de Sierra Nevada. 1717-1915*. Granada, Universidad de Granada/Diputación General de Granada.
- Tuan, Yi-fu (1980): *Landscapes of fear*. Oxford, Basil Blackwell publisher.
- Turisme de Barcelona (2001): *Barcelona. Estadístiques de turisme 2000. Estadísticas de turismo 2000. Tourism statistics 2000*. Barcelona, Turisme de Barcelona.
- UNAV (2002): *Turismo rural*. Estudio comparado disponible en http://www.umav.net/common/mt/compendio/legislacion-sectorial/turismo_rural/estatal/tur_rural_esp.shtm.
- UNEP (2002): *Tourism's three main impact areas*. Documento electrónico disponible en <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/env-3main.htm>
- Urquiola, Erika; Sevilla, José A. (1998): "Observación de cetáceos en Canarias. Situación actual (I)". *Medio Ambiente Canarias*, 10 (1998). (<http://www.gobcan.es/medioambiente/revista/1998/10/index.html>)
- Urry, John (1990): *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. Londres, Sage.
- Urry, John (1992): "The tourist gaze and the environment". *Theory, Culture & Society*, vol. 9, n. 3. P. 1-26.
- Vachée Cécile. (2000). *Représentations de la nature et comportements d'offre en escalade*. Tesis doctoral, Université Joseph Fourier, Grenoble 1, Laboratoire EROS. Se puede consultar una síntesis bajo el título *Influence des représentations de la nature sur les intentions d'usage des espaces en escalade* en http://membres.lycos.fr/sportsnature/Telechargement/Actes_valence/Vachee.pdf
- Val, Philippe (1994): *Allez-y, vous n'en reviendrez pas*. Editions du Cherche-Midi.

Se pueden consultar algunos fragmentos en <http://paysagesdefrance.free.fr>

- Vera, J. Fernando (coord.) (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona, Ariel.
- Williams, Stephen (1998): *Tourism geography*. Londres y Nueva York, Routledge.
- Yarza Luaces, Joaquín (1993): "Los "lejos" en la pintura tardogótica. De los Países Bajos a los reinos peninsulares" en *Los paisajes del Prado*. Madrid, Editorial Nerea.
- Yuan, Susan M.; Yuan, Michael S. (1995): *Understanding the relationship between tourism destination choice and the physical environment: a social psychological approach*. Comunicación en The 1995 Leisure Research Symposium, organizado por la Universidad de Indiana. Un resumen se halla disponible en <http://www.indiana.edu/~lrs/index.html>
- Zamora, Francisco de (1973): *Diario de los viajes hechos en Cataluña*. Barcelona, Curial.
- Zumthor, Paul (1993): *La mesure du monde. Représentation de l'espace au Moyen Age*. París, Editions du Seuil.