

País, paisatge, futur. Produir en un entorn de qualitat

Joan Nogué

Director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya
i catedràtic de Geografia Humana de la Universitat de Girona

1. El paisatge com a factor de competitivitat

Una de les paradoxes més sorprenents del procés de globalització en el qual estem immersos és el fet que la gent afirma, cada vegada amb més insistència i de manera més organitzada, les seves arrels històriques, culturals, territorials. Es reafirma en les seves identitats singulars. La gent defensa els seus llocs davant la nova lògica dels espais sense llocs, dels espais de fluxos propis de l'era de la informació que ens ha tocat viure. La gent reclama la seva memòria històrica i la pervivència dels seus valors. Com ha assenyalat sovint Manuel Castells, com més abstractes esdevenen els fluxos globals de capital, tecnologia i informació, més concretament s'afirma l'experiència compartida en el territori, en la història, en la llengua. El poder de la identitat no desapareix en l'era de la informació, sinó que es reforça. Vivim plenament immersos en aquesta paradoxa territorial, de la qual es deriva una qüestió molt rellevant: es miri per on es miri, el lloc, el territori, és cada cop més present. El territori i la seva identitat han assolit una importància creixent en el món contemporani, a diferència del que s'havia pronosticat fa unes dècades. El món virtual no ha representat, ni de bon tros, l'eliminació de les coordenades geogràfiques ancestrals, encara que siguin menys tangibles i més vaporoses, com ja va mostrar en el seu moment el geògraf David Harvey.

En efecte, en el context de la globalització contemporània, en el qual l'espai i el temps s'han comprimit, les distàncies s'han relativitzat i les barreres espacials s'han suavitzat, el territori no només no ha perdut importància, sinó que ha augmentat la seva influència i el seu pes específic en els àmbits econòmic, polític, social i cultural. És a dir, sota unes condicions de màxima flexibilitat general, la competència es torna extremament dura i, per tant, cal estar més que mai a l'aguait dels avantatges del lloc. En aquest sentit, les petites –o no tan petites– diferències entre dos territoris, entre dues regions, entre dues ciutats, en allò referit a recursos, infraestructures, mercat laboral, patrimoni cultural, qualitat de l'entorn i del paisatge, etc., esdevenen, ara, molt significatives. Precisament quan semblàvem destinats a tot el contrari, estem assistint a un procés accelerat de revalorització dels territoris que, al seu torn, genera una competència entre ells inèdita fins al moment. D'aquí la necessitat de singularitzar-se, d'exhibir i ressaltar tots aquells elements significatius que diferencien un lloc respecte dels altres, de «sortir al mapa», en definitiva. És precisament en aquest context on el paisatge pren una rellevància inimaginable fa un temps, perquè la qualitat del paisatge i de l'entorn ha esdevingut un factor de competitivitat decisiu per a l'atracció d'empreses innovadores i de mà d'obra qualificada. Clarament, el paisatge s'ha convertit en un capital extraordinari que no es

pot deslocalitzar i que mereix una atenció preferent per millorar i mantenir la competitivitat d'un territori.

2. Productivitat i excel·lència en un país de qualitat

Vet aquí, per tant, una vinculació evident entre la qualitat d'un territori, expressada per mitjà d'un paisatge harmònic i ben endreçat, i la seva competitivitat en l'esfera global. Però és que, a més, produir en un entorn de qualitat, que és del que es tracta, és un símbol de la maduresa i del nivell cultural d'un país. La imatge que projectem com a país està intrínsecament unida a la qualitat dels nostres paisatges, tant si són rurals com urbans. I, ahora, aquests paisatges significatius i amb personalitat –ja siguin rurals o urbans– reforcen el sentiment de pertinença de la comunitat i incrementen l'autoestima basada en el lloc. Potser fóra convenient recordar en aquest punt que el paisatge és el resultat d'una transformació col·lectiva de la natura; és la projecció cultural d'una societat en un espai determinat; és el rostre del territori. I no només en allò referent a la seva dimensió material, sinó també a la seva dimensió simbòlica. Les societats humanes, per mitjà de la cultura pròpia, transformen els medis naturals originaris en paisatges culturals, caracteritzats no solament per una determinada materialitat, sinó també per la translació al paisatge propi dels seus valors, dels seus sentiments. El paisatge segueix tenint un paper cabdal en el manteniment de les identitats territorials, a totes les escales.

Precisament pel que s'acaba de comentar, la producció local de qualitat està lligada a paisatges de qualitat, que són, ahora, molts d'ells, paisatges productius, i que contribueixen enormement a la projecció del país al món. Els paisatges vitivinícoles en són un exemple, i sectors significats i significatius del Penedès i del Priorat així ho han començat a entendre. La patronal del sector vitivinícola d'aquestes comarques i d'altres, així com l'Administració local i el conjunt dels agents socials del lloc han entès de fa temps l'enorme valor afegit que el paisatge incorpora a les vendes del seu producte estrella, quelcom que regions vitivinícoles de prestigi mundial tenen molt clar des de fa anys. Per entendre realment de què estem parlant, n'hi ha prou que ens entrem a llegir les cada cop més ben dissenyades etiquetes de les ampolles de vi: el que s'hi descriu, en el fons, és un paisatge. Encara més: iniciatives com la Fundació Alícia o la Bulli Foundation, entre moltes d'altres, basen el seu discurs en el fet que, efectivament, la producció de qualitat i l'excel·lència no són possibles en un país mediocre, banal, desendreçat, malgirbat.

I, de tot plegat, en són encara més conscients els sectors turístics més seriosos i professionals del país: ells saben que, arreu del món, les polítiques turístiques més reeixides i amb plenes garanties de pervivència en el futur giren entorn d'estratègies de promoció i preservació del paisatge, ja sigui natural, rural o urbà. El paisatge és un recurs turístic de primer ordre i, òbviament, per això mateix és el principal atractiu de moltes destinacions turístiques. El turisme de qualitat (que, per cert, no és sempre sinònim de turisme amb elevada capacitat adquisitiva), aquell que és sostenible i durador en el temps, fuig, com del dimoni, dels paisatges mediocres, malmesos i homogeneïtzats. No en vol saber res. Busca paisatges originals, autèntics, estèticament agradables, ben cuidats.

3. Creativitat, emprenedoria i ocupació

El paper rellevant que ha pres i que segueix prenent el paisatge avui dia el fa present en sectors tan diversos com el cinema, la publicitat, la moda, la gastronomia, el disseny, etc. Són sectors que usen el paisatge i els seus valors inherents per transmetre una idea, un concepte, un producte, en última instància. Solen ser sectors molt creatius i emprenedors que s'afegeixen, pel que fa a la generació de llocs de treball, als fins ara més habitualment vinculats al paisatge, això és, el disseny i manteniment d'espais verds, la promoció de l'agricultura periurbana, els operadors turístics del paisatge, la gestió d'espais rurals de qualitat, els serveis professionals propis del paisatgisme, l'ordenació del territori i la integració paisatgística, la restauració d'espais degradats o la formació i educació en el paisatge. La suma d'aquests sectors potser més coneguts amb aquells que no ho són tant i que hem esmentat més amunt està donant com a resultat un nínxol d'ocupació extremament dinàmic i, certament, ben poc explorat encara, en què la creativitat i l'emprenedoria són fonamentals, fins i tot a l'hora de replantejar-se, per exemple, les funcions tradicionals (avui obsoletes) de molts paisatges, o de porcions d'aquests paisatges, com ara el paisatge agroforestal, sense anar gaire lluny. Aquesta emprenedoria es vehicula mitjançant fórmules ben diverses, des de l'empresa privada fins a la cooperació publicoprivada.

4. Exportació de coneixement i expertesa en l'àmbit del paisatge

L'emprenedoria i la creació de nous llocs de treball tenen una estreta relació amb la recerca o, més ben dit, amb la capacitat d'un país per traslladar els resultats de la recerca de base a l'àmbit de l'aplicació concreta. La recerca i la innovació són una peça clau per esdevenir un país amb futur, i són àmpliament coneguts i reconeguts els esforços –reeixits– que s'han fet a Catalunya en aquest terreny, des de l'àmbit de la recerca biomèdica fins al que ara ens ocupa. Potser no s'ha explicat prou, o no s'ha dit prou alt, però la veritat és que Catalunya exporta, ara mateix, recerca d'excel·lència i investigadors qualificats en àmbits vinculats al paisatge tan diversos com fer el projecte i l'ordenació dels paisatges urbans i quotidians, l'ecologia del paisatge, paisatge i qualitat de vida, la percepció del paisatge, la patrimonialització del paisatge, la comunicació del paisatge, etc. En els darrers anys hem assistit, en la major part d'universitats catalanes, a una autèntica explosió i consolidació de nombrosos grups de recerca sobre paisatge, caracteritzats per la solidesa científica i la varietat disciplinar. Fins i tot el mateix Observatori del Paisatge de Catalunya (ens no específicament dedicat a la recerca, però en el qual se n'ha fet) ha estat reconegut per l'European Science Foundation, en la seva *newsletter* número 41, com un dels centres de recerca sobre paisatge més notoris d'Europa.

Catalunya no comença de zero en aquest camp. Disposa ja d'un cert coixí al darrere que li permet ser un referent internacional en la matèria. A Catalunya s'han generat metodologies, idees i conceptes sobre paisatge que s'estan exportant i aplicant a diferents àmbits geogràfics, des de l'estat espanyol fins al Quebec, l'Argentina o l'Uruguai, passant per molts països europeus. Assistim a una projecció internacional del país per la via del coneixement expert del paisatge i, també, per la presència institucional en òrgans de decisió d'àmbit europeu sobre qüestions de paisatge.

5. La matèria primera: un país de paisatges

Tot això ha estat possible no només gràcies a la iniciativa i la voluntat de la societat civil catalana i d'algunes de les seves administracions, sinó també per l'existència d'una matèria primera òptima. No ens enganyem: hi ha països que ho tenen més difícil que nosaltres perquè no disposen d'una matèria primera –d'un paisatge– tan diversa com la nostra. I aquest fet objectiu estén sobre nosaltres, sobre els catalans, un plus de responsabilitat.

En efecte, per la seva orografia, varietat climàtica, diversitat d'ecosistemes naturals, llegat històric i personalitat cultural, Catalunya gaudeix d'una gran riquesa de paisatges. La diversitat paisatgística catalana és excepcional i reconeguda a tot Europa. A vista d'ocell hom s'adona immediatament dels forts contrastos paisatgístics del país. Als Pirineus són destacables els valors naturals i ecològics de les petites conques fluvials, els boscos i les pastures d'alta muntanya, així com l'extraordinària estructura paisatgística del fons de les valls. En apropar-nos cap a les planes de Lleida des de la muralla pirinenca, el paisatge canvia radicalment: aquí, els ocres i grocs del secà s'estenen cap a uns horitzons sense fi, només solcats per petites elevacions sobre les quals, històricament, s'ha assentat la població. Seguint cap al sud trobem una realitat paisatgística totalment diferent: la delimitada per l'àmbit fluvial de l'Ebre, un paisatge presidit pel riu i tot el que se'n deriva, així com, per contrast, pels murs, cabanyes i estructures de pedra seca presents a tota la zona. El delta de l'Ebre constitueix una veritable icona paisatgística no només per als habitants de la zona, sinó per a tots els catalans, i no sols pels seus valors naturals i ecològics, sinó també pels paisatges agrícoles que l'han modelat, en especial els arrossars. A la desembocadura d'aquest gran riu, la varietat cromàtica, la lluminositat, l'horitzontalitat i la sensació de tranquil·litat imposen un gran respecte. Des d'allà es divideixen amb claredat les serres que delimiten aquest territori del sud de Catalunya i, entre elles, el gran massís dels Ports, tan desconegut com suggeridor. Remuntant cap al nord-est, ens endinsem al camp de Tarragona, on impera el típic paisatge mediterrani, en l'interior del qual –concretament a la comarca del Priorat– s'elaboren avui alguns dels vins més apreciats i valorats del país. A pràcticament tota la zona, però molt especialment a la conca de Poblet i les serres de Vilobí i el Tallat, a les Garrigues altes i al Montsant, l'arquitectura popular de la pedra seca és present en tot el paisatge, al qual confereix un elevat valor estètic i patrimonial. Pujant pel Penedès i a través de les seves vinyes, hom s'acosta a la conurbació de Barcelona. I, cap al nord i el nord-est de l'àrea metropolitana de Barcelona, trobem dues altres configuracions paisatgístiques d'enorme interès: el mosaic agroforestal de l'interior de Catalunya, que ocupa milers d'hectàrees i que es troba en molt bon estat de conservació, i el paisatge més humit, verd i internament heterogeni de les comarques de Girona. Podríem anar seguint, i molt més encara si incrementéssim l'escala d'anàlisi: si ho féssim així, en una primera fase trobaríem els cent trenta-cinc paisatges perfectament descrits i delimitats pels catàlegs de paisatge de Catalunya i, en una segona, una munió extraordinària de micropaisatges locals.

Així doncs, disposem d'una matèria primera enormement potent, i també dels instruments necessaris per entendre-la i gestionar-la: en concret, i simplificant, la Llei de protecció, gestió i ordenació del paisatge de Catalunya, de 2005, i els catàlegs de paisatge, que no són l'únic recurs que la Llei preveu, certament, però que sí que són els que tenen més relació amb el fil argumental d'aquesta aportació, en el sentit que, en identificar, delimitar i caracteritzar els paisatges de Catalunya, els catàlegs, de retruc,

visualitzen i donen rostre als sentiments d'identitat territorial de la societat catalana. Els catàlegs neixen precisament en l'època en què es reivindiquen amb més força que mai les identitats territorials. Formalment, però, són un instrument innovador per protegir, gestionar i ordenar el paisatge a Catalunya des de la perspectiva del planejament territorial. El seu principal objectiu és contribuir a la incorporació del paisatge en el planejament territorial, sense oblidar la seva gran utilitat en el desenvolupament d'altres polítiques i estratègies de caràcter sectorial lligades al paisatge (medi ambient, agricultura, indústria, infraestructures de transport, cultura, turisme), així com sensibilitzar la societat catalana sobre el paisatge i els seus valors ambientals, culturals i estètics.

6. De la reflexió a l'acció: CATPAISATGE 2020

El moment delicat que el país travessa avui dia pot ofuscar les enormes potencialitats que tenim davant nostre. El títol que encapçala aquest article vol posar-les de manifest i subratllar el principal repte a superar: el de ser capaços de produir en un entorn de qualitat, és a dir, d'empeltar la qualitat i l'excel·lència en *allò* que fem en el lloc *on* ho fem. En aquest petit escrit hem posat l'èmfasi en l'*on* per mostrar que el territori i el paisatge que li dóna cara no són un suport neutre i material, sinó que incideixen positivament o negativament en allò que hi fem. N'hem donat exemples, pocs però suficients, per mostrar-ho. I també hem parlat, i ara l'explicitem, de l'arrel comuna entre *país* i *paisatge*, que, de tan evident en termes de construcció i pervivència d'una identitat nacional, no mereix gaires més comentaris.

Conclouré amb una proposta programàtica molt ambiciosa que, des de l'Observatori del Paisatge de Catalunya, hem anomenat CATPAISATGE 2020. Ens proposem impulsar de manera transversal i arreu del país, amb la complicitat de tots els agents socials, econòmics i culturals, una autèntica agenda d'actuació de cara al futur, de cara al 2020, que seguirà aquests eixos, presents d'una manera o d'una altra en el que s'ha dit més amunt:

- Viure i produir en un entorn de qualitat.
- Promoure la internacionalització des de la singularització.
- Crear nous paisatges referencials.
- Promoure paisatge, creativitat i desenvolupament local.
- Promoure paisatge, ocupació i emprenedoria.
- Promoure paisatge, ciutadania i valors.
- Relacionar canvi climàtic, energia i paisatge.
- Fomentar la recerca com a valor en alça.

Els països més moderns i avançats del nostre entorn europeu, aquells en els quals sovint ens emmirallem, no es distingeixen només per gaudir d'unes bones infraestructures, d'una població formada i educada i d'una economia que recolza sobre sectors

innovadors i de gran valor afegit, sinó que també sobresurten per la seva cultura territorial i la seva consciència de paisatge. El paisatge, sense cap mena de dubte, és un indicador excel·lent per valorar el nivell de cultura, de civilitat i d'urbanitat d'un territori. I encara més: és un indicador idoni per captar l'estima d'aquella societat pel seu territori i el grau d'identificació que hi manté. Tenim, com a país, molta feina a fer, encara, en aquest terreny, i nosaltres hi volem contribuir. Estic totalment convençut que és possible «*produir en un entorn de qualitat*».