



El paisatge, element clau per repensar el model turístic

Jaume Mateu

Les transformacions socials i territorials produïdes els darrers cinquanta anys a l'Europa mediterrània i molt especialment a les seves illes han tengut en el paisatge un element de debat permanent. És ben evident que aquestes transformacions, per la velocitat i la intensitat amb què s'han produït, han comportat efectes molt importants sobre els bells i vells paisatges mediterranis, caracteritzats per una humanització molt intensa però prolongada en el temps, que els confereix una fesomia particular. Aquesta fesomia es caracteritza sobretot pels elevats components de mixticitat entre el medi natural i el medi humà, i l'empremta que els ha deixat l'ocupació humana en el devenir dels segles —tant en l'àmbit urbà com en l'àmbit rural i natural— simbolitzada per exemple pel tessellat de gra molt petit construït al llarg dels anys amb paciència i tenacitat en els paisatges agroforestals (Mannion i Vogiatzakis, 2007). Els valors estètics i culturals que s'hi associen han estat un dels principals atractius que han motivat el seu atractiu turístic i residencial. Un atractiu responsable, al cap i a la fi, de la seva accelerada transformació.

El turisme impulsor del canvi socioeconòmic i territorial implica, per tant, la transformació intensa d'aquests paisatges, sobre els quals paradoxalment se sustenta. El sector turístic i residencial no és aliè, tanmateix, als alts i baixos cíclics que afecten l'economia els darrers anys. D'aquesta manera, la seva evolució s'ha traduït en onades cícliques de períodes de creixement i períodes de recessió que impliquen distorsions importants en el model i que causen efectes col·laterals prou importants, en termes tant socials com ambientals. Agreujats, de ben segur, pel procés de globalització econòmica en què estam instal·lats, que afegeix encara un component més important de volatilitat a l'activitat econòmica en general i, per tant, en suposa una inestabilitat més gran. Aquest ha estat almenys el cas de l'evolució del model a les illes Balears, tal com han descrit prou bé diferents autors (Murray, 2012). Per tant, podem pensar que aquesta accelerada transformació no ha permès tampoc consolidar un model econòmic prou estable. És cert, també, que una cosa no va lligada directament a l'altra, sobretot si pensam que al cap i a la fi els canvis en el paisatge són el reflex de la societat, de l'economia, de cada moment, i generalment no és

fàcil concebre el procés a la inversa: que el paisatge contribueixi a canviar o modelar la situació econòmica.

Tanmateix, i sobretot des de l'aprovació del Conveni europeu del paisatge, que permet introduir la gestió del paisatge en els instruments de planificació del territori, es pot entendre que sí que és possible que el paisatge i la seva gestió serveixin de suport a les activitats econòmiques. I és des d'aquest punt de vista que podem entendre que també la gestió del paisatge pot contribuir a millorar el nostre model turístic.

En aquest sentit, la reflexió que vull exposar gira entorn de la reversió del procés: del paisatge transformat al paisatge transformador. És a dir, de recuperar el paisatge no solament com a procés de reversió d'una transformació sovint poc afortunada, sinó també de la consideració del paisatge —o de la recuperació i gestió del paisatge— com a element fonamental per reorientar l'economia a escala local i regional cap a una, si encara podem



Imatge 1. El paisatge pot afavorir noves oportunitats econòmiques en àmbits com ara l'economia del coneixement, l'agricultura i el comerç. Cal tenir en compte, però, que a les illes Balears l'activitat agrària ha quedat relegada a un pla totalment residual.

dir-ho, sostenibilitat més gran. A més de pensar en la reorientació del model turístic, cosa bàsica en el cas de les Balears, podem pensar també en el paisatge com a element de creació de noves oportunitats econòmiques en altres àmbits, com són el de l'economia del coneixement, el de l'activitat agrària o el de l'economia a escala local lligada al comerç, a la petita indústria i a l'artesania. Totes vinculades en part a l'economia turística, però no solament a això.

És ben palès que aquest és un tema recurrent en els debats o controvèrsies que han sorgit a les Balears els darrers anys sobre la necessitat d'influir en el model econòmic i turístic, en el sentit de corregir algunes de les conseqüències que aquest model ha generat i genera en termes territorials, socials i ambientals. Aquest ja és un vell debat, a les Illes. I és un vell debat no resolt i que sovint ha implicat dificultats d'entesa per part dels diferents actors socials i econòmics, car trobar el punt precís d'equilibri és realment complicat.

Hem de dir que el debat sobre el nostre model econòmic i la capacitat que tenim per influir-hi a fi de corregir-ne les conseqüències més negatives transcendeix segurament l'àmbit d'aquest article. Tanmateix, aquest text pretén oferir algunes pinzellades sobre com el paisatge pot contribuir a repensar o reconduir el desenvolupament econòmic en un àmbit local i regional. La clau de tot és que un paisatge de qualitat és una eina per atreure talent i generar noves opcions econòmiques en qualsevol cas, sigui com a atractiu turístic, sigui com a atractiu per a l'economia del coneixement o per recuperar el sector agrícola de base tradicional. Jo afegiria que és un element interessant per retornar a l'escala local, tot defugint dels corrents globalitzadors com a fórmula també per millorar el nostre model productiu.

Seguint aquest fil, podem desenvolupar la idea exposada a partir de tres elements: la (complexa) relació entre paisatge i turisme, la velocitat del canvi i la transformació del paisatge en entorns turístics, i el paisatge com a *antídoto* en l'era postcrisi, a la recerca de valor afegit.

La (complexa) relació entre paisatge i turisme

Deia Augustin Berque, l'any 2008, en una entrevista a la revista *Mètode*: “La gent vol tenir una casa amb vistes a un paisatge concret. I en aquest procés s'està destruint l'objecte mateix de consum: busquem paisatge, el consumim instal·lant-nos-hi i el destruïm amb la nostra nova ubicació” (Berque i Climent, 2008). És a dir, el fet de convertir un paisatge en un simple objecte de consum comporta que, en consumir-lo, el transformem. El paisatge resulta transformat i, potser en aquest procés de transformació, perd els valors que el feien mereixedor d'aquest mateix procés de consum. Aquesta és la paradoxa, la dificultat, que trobam també en la relació entre turisme i paisatge. I més encara si, com està passant els darrers temps, el turisme esdevé cada cop més lligat a l'activitat residencial o immobiliària.

Així, és ben evident que l'origen de l'activitat turística té en el paisatge i la seva descoberta un dels seus principals factors. L'interès per la descoberta d'espais exòtics o representatius de la idea romàntica del paisatge és, en el cas de les illes mediterrànies, un dels elements més rellevants a l'hora d'entendre com es va fixar la imatge turística dins l'ideari centreeuropeu (Seguí, 1992). D'aquella imatge romàntica dels espais insulars mediterranis hem evolucionat cap a un procés de transformació que ha incidit, a causa de la intensitat de l'activitat turística, en el seu procés de canvi accelerat. La complexitat de tot plegat la dóna el fet que l'activitat turística neix per l'admiració o atracció per un espai —urbà, natural, agrari— el paisatge del qual ha estat format per un entorn socioeconòmic i cultural determinat. En implantar-se l'activitat turística, i a mesura que aquesta activitat pren més rellevància, és inevitable trastocar aquest entorn socioeconòmic, per mitjà de la terciarització econòmica i la dependència cada vegada més important de les dinàmiques exteriors que la mateixa activitat representa. Podem afegir, a més, que aquesta transformació serà més rellevant en el cas dels paisatges on el grau d'humanització és més elevat, precisament pels canvis que es provoquen sobre l'estructura productiva, que és el motor del mateix paisatge. Aquesta dependència provoca, de retruc, l'abandó del context social, cultural i econòmic que havia donat lloc al paisatge precisament motivador de l'atractiu turístic, que corre el risc de caure en la banalització i en la tergiversació del relat originari sobre el qual es fonamenta

aquest atractiu. Un cercle complex que caldria gestionar adequadament sobretot si, tot i la pèrdua de valors importants per al caràcter del paisatge, això implica un creixement social i econòmic acceptable que, malgrat tot, acaba trontollant quan la sensació de pèrdua i de manca de sentit del lloc es fa més present. I més encara: pot acabar conduint a la pèrdua de l'atractiu turístic i per tant fer trontollar, també, la mateixa activitat econòmica.



Imatge 2. El desig generalitzat de gaudir d'un paisatge determinat ha afavorit la urbanització intensiva de parts del territori, fet que ha comportat una gran transformació i una pèrdua dels valors que es perseguien. A la imatge, Santa Ponça, a Mallorca.

La velocitat del canvi i la transformació del paisatge en entorns turístics

El patró descrit a l'apartat anterior s'ha donat en el cas de les Balears, tot i que amb matisos diferents segons els llocs. Quin és el diàleg del paisatge amb la història de l'economia turística? Els paisatges es transformen, canvien: el canvi és consubstancial amb el paisatge. En el fons, però, l'important és la velocitat amb què es produeix aquest canvi i la sensació de pèrdua que provoca.

Tal com explica Marc Antrop (Antrop, 2005), els paisatges *referent* que tots tenim al cap a escala europea solen correspondre a aquells paisatges tradicionals que es van formar abans de la revolució industrial. Però amb el procés industrialitzador del segle XIX s'inicia un procés transformador cada vegada més accelerat, de manera que, si abans del segle XIX havien de passar diferents generacions abans de percebre un canvi important en el paisatge proper, en l'època moderna la transformació cada cop és més ràpida. I els paisatges actuals, els paisatges de la postmodernitat, encara han patit canvis més ràpids. En aquesta evolució la darrera etapa està marcada per l'increment de l'accessibilitat, la urbanització i la pressió turística i residencial. La transformació que operam sobre el paisatge té una part de canvi físic, marcat pel creixement de les zones urbanes i les infraestructures, i una part més subtil, que arriba a les zones rurals i els paisatges agraris o urbans tradicionals, en els quals la urbanització implica l'abandó de les pràctiques tradicionals i canvis socials per la pressió de les segones residències i el procés d'urbanització del món rural, o bé el fenomen de la gentrificació en entorns urbans.

L'activitat turística és també un exemple de *canvi* associat a les transformacions de l'època industrial i postindustrial. És també paradoxal que el turisme apareix com a activitat de la classe burgesa i aristocràtica, que es desplaça fora de les zones urbanes i industrials per al seu descans. En aquest sentit, és també un producte de la revolució industrial. Si a això hi afegim el toc romàntic de la segona meitat del segle XIX, ja tenim els ingredients que fan també admirar els paisatges com a atractius per viatjar-hi.

Seguint el model de les perifèries turístiques de Gormsen (1997), observam que el turisme es desenvolupa gràcies als factors que també hem identificat en la transformació del paisatge —o com a conseqüència d'aquests factors—, principalment per la millora de l'accessibilitat i l'increment de la pressió immobiliària i turística sobre el territori.

En les primeres onades el turisme arriba al litoral i a la distància que permet el transport de l'època. Brighton o Blackpool, a Anglaterra, són *resorts* turístics sorgits vora la mar on la burgesia industrial crea zones de descans i lleure en espais propers a Londres.

A mesura que avancen els sistemes de transport, l'activitat turística eixampla les seves fronteres: cap al sud de França i Itàlia, primer; cap a la

Mediterrània, després, i cap a Amèrica Central i Àsia, finalment. I s'inicia partint d'uns espais concentrats al litoral, al principi, per abastar cada vegada zones més àmplies del territori, fins a arribar a transformar paisatges i territoris.

En el cas de les Balears, l'expressió del primer turisme fou la dels viatgers esporàdics que arribaven a les llunyanes i exòtiques Balears, com si ara viatjàssim al cor de l'Àfrica subsahariana. De les descripcions dels seus diaris de viatge es deriva la fixació, en l'imaginari centreeuropeu, de la imatge de les Balears com a "paradís". L'evolució de l'activitat a la primera meitat del segle xx implica consolidar una incipient indústria turística que va servir de base per al desenvolupament exponencial del turisme de masses a partir dels anys seixanta del segle passat, que va evolucionar en forma de grans onades —fins a tres— i que va transformar les Balears en el que són avui dia. Així, les successives onades de creixement de l'economia turística han fet incrementar la urbanització i l'accessibilitat del territori illenc, han relegat l'activitat agrària a un pla totalment residual, han incrementat la pressió residencial i immobiliària sobre tot el territori insular i han deixat també poc marge a la indústria local.

Però aquest model no està exempt de crisis i conflictes, que s'han resolt, a partir dels anys noranta del segle xx, treballant per millorar la imatge de la destinació amb processos de reconversió, amb l'aprovació d'eines de protecció territorial i amb l'aposta per una visió "ecològica" del turisme. I en aquest procés, la darrera de les crisis ha evidenciat com de fràgil és també aquest model excessivament dependent de les conjuntures externes, i ha palesat la necessitat de prendre mesures per redreçar la situació en termes socials, econòmics i ambientals.

El paisatge com a antídoto: a la recerca de valor afegit

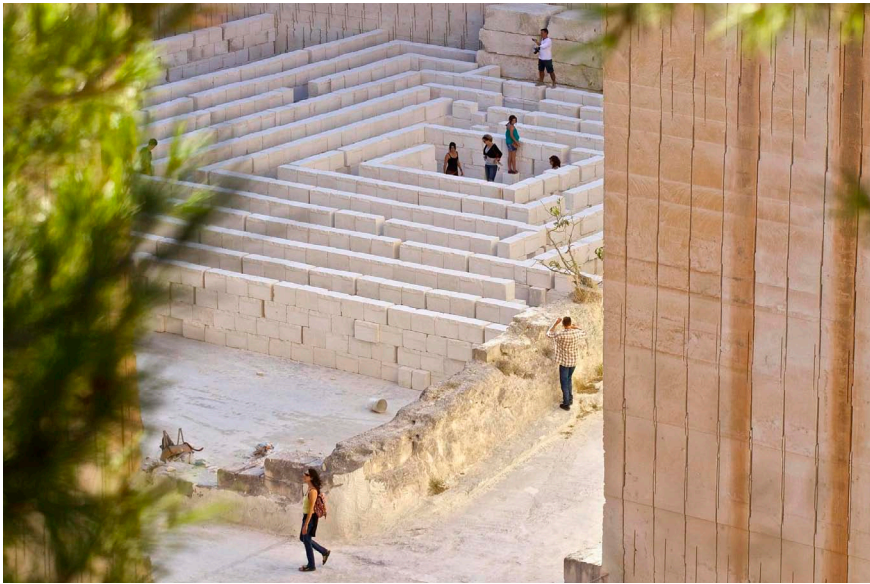
La combinació de fases de creixement molt accelerat amb crisis que han implicat greus desequilibris socioeconòmics i ambientals ha palesat la necessitat d'instrumentar eines que permetin suavitzar corbes de creixement i decreixement, així com salvaguardar espais, protegir entorns i millorar les condicions socials o laborals; en definitiva, evitar els perjudicis que la

mateixa activitat turística genera. En el cas de les Balears, diferents moments han comportat també diferents eines i diferents limitacions per mirar de fer més sostenible l'activitat: des de la simple protecció urbanística d'espais naturals (tal com es féu a través de la Llei d'espais naturals, l'any 1991) fins a la limitació de creixements adoptada en diversos plans urbanístics i territorials, que significaren introduir topalls tant al creixement en noves places turístiques com en noves urbanitzacions i espais residencials, o fins i tot en l'establiment de límits i quotes d'ús en espais naturals o en el litoral.

Dins d'aquestes eines, però, les polítiques de paisatge hi quedaren prou difuminades, a excepció, en tot cas, dels criteris paisatgístics introduïts en la redacció del Pla territorial insular de Menorca aprovat l'any 2003. No fou fins al 2008, amb l'adopció per part del Consell de Mallorca d'una estratègia de paisatge directament inspirada en el Conveni europeu del paisatge (Dubon, 2009), que s'introduí una línia de planificació que tengués en compte el paisatge en la seva concepció més holística, i que consideràs també el paisatge i la seva protecció i gestió com un element amb capacitat de reconduir la mateixa activitat econòmica, i no solament pal·liar-ne els efectes protegint o *fossilitzant* espais determinats.

L'ús del paisatge com a eina transformadora parteix per tant de la concepció que n'estableix el Conveni europeu del paisatge. Bàsicament: la seva concepció global ("tot territori és paisatge"), que permet treballar tant amb paisatges ben conservats o protegits com amb paisatges degradats o en procés de transformació, tant urbans com rurals, tant turístics de sol i platja com de centres històrics. En segon terme, l'acceptació de la naturalesa dinàmica, en procés constant de canvi, que parteix de la base que per conservar no és imprescindible congelar, sinó més aviat acompanyar el canvi i mantenir les dinàmiques —per exemple, agràries— que donen sentit a un territori. I en tercer terme, la consideració que el paisatge també es pot gestionar, modular, planificar, acceptant que la ciutadania hi ha de tenir veu —tot definint la quantitat de canvi que estam disposats a assumir— i treballant de manera integrada tant amb els instruments urbanístics i territorials com amb les eines pròpies de planificació econòmica.

Tots aquests elements persegueixen un objectiu clar: un paisatge de qualitat. Aquest paisatge de qualitat implica mantenir-ne el caràcter, evi-



Imatge 3. El repte rau a gestionar el paisatge, amb la finalitat que pugui mantenir les dinàmiques, conservar els seus valors i afavorir l'activitat econòmica. A la imatge, visitants a la pedrera de s'Hostal, a Menorca, gestionada per l'associació Lithica.

tant la pèrdua de valors, i a la vegada esdevenir un suport bàsic per a la qualitat de l'activitat econòmica. Així, davant les successives crisis econòmiques que condicionen l'evolució del model turístic balear, juntament amb la necessitat de donar resposta a la percepció de pèrdua dels paisatges illencs, la protecció i la gestió del paisatge sorgeix com a resposta, amb diferents modalitats. Aquesta necessitat de trobar noves vies de gestionar millor les dinàmiques turístiques representa, en l'etapa que estam vivint actualment, un gran element per donar valor afegit al territori, a l'economia i al mateix sector turístic. El paisatge ressorgeix així com a eina per reorientar el model econòmic. En vessants molt diversos: des de la reconversió d'espais turístics *madurs* fins a la recuperació de l'activitat agrària centrada en la qualitat i en l'autenticitat dels productes locals, o la creació de nova indústria agroalimentària. I també recuperant noves maneres d'enfocar el turisme: a través de productes a escala local, en paisatges no banalitzats i partint de la creació d'experiències com a motor d'una activitat turística més propera, menys massiva i més creadora de valor afegit, a

la qual es pot afegir l'impuls a noves activitats econòmiques basades en la recerca, la innovació i el coneixement.

Dues actuacions concretes poden servir per il·lustrar aquesta concepció del paisatge com a eina transformadora de l'economia: les operacions de reconversió d'espais turístics madurs i l'establiment de paisatges patrimonials.

En el primer cas, l'òptica de paisatge en les operacions de reconversió d'espais turístics madurs permet treballar-los amb una concepció molt més oberta. El projecte que es dissenyà —malauradament encara no executat— en el cas de l'àrea de reconversió de la zona turística de Cala Millor (allevant mallorquí) n'és un bon exemple. Aquest projecte rebutja de ple el criteri que s'establí als primers plans d'ordenació turística segons els quals per esponjar espais litorals i derruir determinats edificis mal ubicats a les zones més properes a les platges es procedia a intercanviar aprofitaments urbanístics de primera línia amb nous creixements a les parts posteriors —i per tant en contacte amb el medi rural— d'aquests espais turístics. Al contrari, aquestes noves propostes aposten per considerar l'espai de rerepaís de les zones turístiques com a espais que també cal potenciar i revaloritzar, mantenint-ne els usos agraris i en tot cas creant-hi línies de connexió a través de les quals poden interactuar, mitjançant camins de descoberta dels paisatges interiors ben connectats amb les zones turístiques litorals. I tot això sense renunciar, d'altra banda, a recuperar els ecosistemes litorals perduts o a millorar de manera significativa la qualitat dels espais urbans litorals, amb noves zones verdes, amb nous equipaments i amb una millora qualitativa del paisatge urbà com a eina, també, de millora de la qualitat turística.

El segon exemple el tenim en el cas de la declaració de la serra de Tramuntana com a patrimoni mundial en la categoria de paisatge cultural. En aquest cas, es tracta d'un paisatge patrimonial que, a través de la declaració de la UNESCO, assoleix un gran prestigi, i a la vegada s'hi genera el repte de gestionar-lo i conservar-lo adequadament.

El valor patrimonial dels paisatges es fonamenta en la forma, en la funció, en el dinamisme, i en la valoració cultural i identitària de tots aquests elements que formen l'estructura del paisatge (Silva, 2009). Per tant, la seva conservació esdevé un repte en el qual és precisament el con-

trol del canvi el que ens ha de permetre gestionar els paisatges adequadament. Però és innegable —i més en entorns turístics— que la implantació d'un segell com el de patrimoni mundial esdevé també una marca molt ben valorada per l'atractiu que pot implicar en termes turístics.

És en el fons la gestió intel·ligent del mateix territori, del mateix paisatge, el que ens ha de guiar a conduir la preservació patrimonial dels paisatges cap a la seva conversió en eines de creació de valor afegit per als territoris, i orientar precisament els beneficis que es puguin derivar del seu reconeixement cap a les activitats que permetin mantenir-los i conservar-los. En el cas de la serra de Tramuntana, cal orientar els esforços cap a la revalorització de l'economia agrària de base local —donant una marca de qualitat als productes agroalimentaris—, cap a la implantació d'activitats de baixa intensitat i molt valor afegit —noves tecnologies, espais artístics, indústria cinematogràfica— i també cap a un model turístic més estable i més proper al territori. En aquest cas, per exemple, la promoció del senderisme i la descoberta del paisatge és el que ha permès, a petita escala, desestacionalitzar el turisme, fins a tal punt que la temporada turística s'ha



Imatge 4. L'any 2011, la UNESCO va declarar la serra de Tramuntana patrimoni de la humanitat, dins de la categoria de paisatge cultural. A la imatge, marges de pedra seca a Banyalbufar.

allargat dins les èpoques de primavera i tardor en forma d'un turisme més respectuós amb l'entorn i amb un efecte multiplicador més gran sobre l'activitat econòmica local.

És en aquest sentit, en el de suport a millorar l'economia, com podem entendre el paisatge com a *antídota* contra la pèrdua de valor, contra els processos de degradació i de transformació accelerada, i a favor d'un model econòmic més estable.

A tall de conclusió: cap a un ús intel·ligent del paisatge

El concepte *smart* aplicat a les ciutats ha afluorat com un element que lliga els espais urbans amb les noves tecnologies de la informació i el coneixement. Associades a l'ús de sensors, a l'anàlisi de quantitats ingents d'informació a través de la *big data*, la consideració d'una ciutat com a intel·ligent sembla que té un marcat caràcter tecnològic. Aquest plantejament pot generar un cert escepticisme, ja que les ciutats intel·ligents són en el fons un concepte molt lligat a l'artefacte tecnològic, sovint allunyades del que se suposa que ha de ser el concepte de *ciutat*.

Tanmateix, l'ús intel·ligent del paisatge, del territori o de la ciutat és un aspecte interessant a l'hora de considerar que podem emprar de manera intel·ligent els recursos que el mateix paisatge ens ofereix. En resum, l'ús intel·ligent del paisatge, com a recurs i alhora com a element bàsic per a la qualitat de vida de les poblacions, és el que ens ha de permetre reorientar les activitats econòmiques de manera que siguin no tan sols activitats més sostenibles en termes socials i ambientals, sinó també més estables, més distribuïdores de riquesa i amb una contribució més gran a la solidesa de l'economia.

Referències bibliogràfiques

- ANTROP, Marc (2005). "Why landscapes of the past are important for the future", *Landscape and Urban Planning*, vol. 70, núm. 1-2, p. 21-34. Doi:10.1016/j.landurbplan.2003.10.002.
- BERQUE, Augustin; CLIMENT, Eliseu T. (2008). "Augustin Berque [Entrevista]", *Mètode*, núm. 58, p. 122-128.
- DUBON, M^a Lluïsa (dir.) (2009). *Bases per a una estratègia de paisatge de Mallorca. Desenvolupament del Conveni europeu del paisatge. Fonaments, criteris, objectius i línies d'acció*. Palma: Consell de Mallorca, Departament de Territori.
- GORMSEN, Erdmann (1997). "The impact of tourism on coastal areas", *GeoJournal*, vol. 42, núm. 1, p. 39-54. Doi: 10.1023/A:1006840622450.
- MANNION, A. M.; VOGIATZAKIS, I. N. (2007). *Island Landscape Dynamics: Examples from the Mediterranean*. Berks: University of Reading. (Geographical Papers; 183).
- MURRAY, Ivan (2012). *Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*. Tesis doctoral presentada a la Universitat de les Illes Balears.
- SEGUÍ LLINÀS, Miguel (1992). *El descubrimiento de las islas olvidadas. Las Baleares y Córcega vistas por los viajeros del siglo XIX*. Palma: Ed. Alpha 3.
- SILVA, Rocío (2009). "Agricultura, paisaje y patrimonio territorial. Los paisajes de la agricultura vistos como patrimonio", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 49, p. 309-334.