

La unidad de paisaje como herramienta de planificación del territorio objeto de la industria turística

José R. Vera Galván

Universidad de La Laguna

Turismo como producción comunicativa

La industria del turismo es una industria comunicativa, con un producto específico, el paisaje, y un modo de procesar, el viaje, que mueve al consumidor en torno a la imagen y que lo asimila a ésta de manera progresiva. Supone una transformación geográfica en lo esencial. No sólo por lo que tiene de transformación territorial (del objeto territorio), sino también por lo que tiene de representación del mundo social mediante el territorio. Digamos que, en el turismo, el viaje es una mediación comunicativa que proporciona al turista un mundo alternativo, materializado, plastificado, expresado, mediante un territorio destino que actúa, entonces, como representación de ese mundo alternativo. El viaje tiene sus etapas, sus estaciones y sus itinerarios, así como sus guías e intérpretes, que son, precisamente, las etapas de la construcción-codificación del territorio destino como paisaje, como un espejo de la producción que nos da una imagen inversa de ésta. El objetivo último es hacer del consumidor uno-con-el-paisaje. Puesto que el paisaje en cuestión no es más que el ideal de la propia sociedad, se trata de identificar al turista-ciudadano con este ideal. Puesto que el ideal es una forma social, se trata de hacer conforme al ciudadano con su sociedad. Dicho sea de paso, esta conformidad, rota en la vida cotidiana por el contraste continuado entre el ideal y el hecho, debe ser restablecida para mantener la consistencia social. La industria del viaje juega entonces un papel de regulador y liberador de tensiones. Desde este punto de vista, general, como producción material, la actividad obtiene como resultados, paisajes, el auténtico objeto de consumo del viajero y el auténtico producto específico (imágenes geográficas, imágenes soportadas en el territorio), nada que ver con los evanescentes “servicios” que, por lo general, se asimilan al turismo, en tanto que producto “inmaterial”.

Sin duda, este mecanismo regulador que es la industria del viaje en su conjunto, no deja de constituir una potente actividad productiva en el sentido particular, es decir, una actividad que genera valor y más valor. Que genera beneficios y que se explica por esta lógica. En este sentido el viaje es un proceso

de valorización y una operación de transmisión y de consumo de un objeto que incorpora valor. El paisaje, por supuesto, constituye una mercancía que recibe el trabajo de los múltiples aspectos de la actividad turística y que queda determinada, en cuanto a su valor, por la oferta y demanda del mercado, como cualquier otra. Lo específico aquí es la manera de transmitir el valor y de acumular: reducción o casi anulación de los costes de materia prima y subordinación de otras actividades a la turística. Otras actividades, como la agricultura, las de conservación y otras tantas, como la inmobiliaria, generan paisaje y lo mantienen como un subproducto en la línea principal de cada actividad. El turismo toma (recicla) estos subproductos (paisaje) de otras actividades y los emplea en su propio proceso en calidad de materia prima, de objeto que ha de recibir el trabajo de aproximación, de reducción de distancias, de información, en definitiva, de mediación comunicativa.

Al asimilar esta materia prima, la industria del viaje lo hace sin remunerar a sus proveedores. Sin transacción dineraria. En realidad toma gratuitamente algo que ha recibido trabajo, elaboración, y que, en las actividades que lo suministran, se torna condición de eficacia de los procesos siguientes (algunas veces, barrera). De esta manera, aprovechando a coste cero los subproductos de otras actividades (que tienen en común el carácter territorial) actúa como un integrador intersectorial. La industria del viaje no es una actividad más, en paralelo con otros sectores, sino una actividad transversal que, por su carácter integrador, y en virtud del mecanismo ya señalado, instrumenta las capacidades y los medios de otras muchas actividades, en la medida en que éstas coincidan y concurren en el territorio como sus formadoras.

El problema reside en la inexistencia de remuneración para el trabajo que genera estos subproductos y, por tanto, en la inexistencia de garantía en la reposición de las materias primas necesarias. Si se tiene en cuenta que, el propio turismo, y de manera indirecta, a través de esa estructura de instrumentación subordinación, produce tendencias al abandono de ciertas actividades -en su mayor parte agrarias-, resulta que el problema de remuneración del paisaje en tanto que materia prima, en tanto que paisaje-objeto, en tanto que texto-fuente, se convierte en el problema del mantenimiento o de la reposición de la propia industria turística.

Si el turismo no remunera el paisaje-materia prima, y si las actividades que hasta ahora lo habían mantenido, de manera gratuita, desaparecen por su baja rentabilidad y por un complejo de motivos que acompañan al económico, está claro que ese paisaje-materia prima, sin reposición que haga posible la continuidad de su explotación económica, terminará deteriorado y agotado en poco tiempo y, quizás, sin posibilidad de reciclaje. Puesto que constituye uno de los fundamentos de la industria, su desaparición e, incluso, su baja calidad, se presenta como amenaza en el escenario estratégico de los próximos diez años. La solución al problema, tal como éste se plantea, está en la remuneración de los trabajos que tienen como objetivo la reposición del paisaje objeto. La reposición

debe adquirir un carácter dinerario y, por tanto, debe desaparecer la gratuidad de su empleo. Supone un coste necesario que debe asumirse si se quieren frenar las pérdidas relativas en ingresos derivadas de la pérdida de nivel adquisitivo de los viajeros recibidos (más que pérdidas, reducción en los beneficios y en la tasa de beneficios, ya que el aumento del número de viajeros no compensa la reducción del paquete y el gasto total). Aún cuando ésta sea la tendencia general de la industria, se trata de captar o retener segmentos de mayor nivel con mejoras de calidad muy notables, precisamente, con el mantenimiento de la alta calidad de los recursos y, en definitiva, del paisaje ofertado.

Esto nos lleva a una serie de consideraciones de carácter estratégico y de posición de Canarias respecto del mercado mundial de turismo. Aunque sean inevitables los conflictos bélicos y sociales en los países que podrían constituir la más fuerte competencia respecto de Canarias, y, por tanto, el retraso de estos países respecto de su fortalecimiento en el mercado del viaje; igualmente resulta inevitable que otros muchos países, aún más lejanos respecto de los emisores, entren en el mercado y constituyan competencia por los mismos sectores, con ciertas ventajas añadidas (bajos costes, exotividad, novedad, etc., p.e. oriente: Tailandia, Japón, India, y otros) y con posibilidades reales de fortalecer su posición en el mercado en los próximos años.

A Canarias le resta, entonces, realizar una política de valoración de recursos, que aún lo son en potencia, y de potenciación de sus especificidades (tampoco puede competir ventajosamente con ciertos destinos de América por el mercado del turismo verde en una definición grosera de éste, frente a Costa Rica, Perú, Brasil, Venezuela y otras). Tampoco puede competir con Europa en cuanto a turismo cultural (mejor decir, motivaciones, recursos culturales). Pero sí puede potenciar lo que tiene, y lo que tiene es una combinación determinada y única de recursos naturales y humanos que resultan un paisaje, una representación cultural, de los recursos físicos y humanos, que la distingue de cualquier otro destino competidor. Canarias es el mejor destino en lo suyo, en su especialidad; todo ello en consonancia con la progresiva diversificación y multiplicación de segmentos. Por otra parte, Canarias entra en consideración progresiva de emisores que enviaban sus viajeros a destinos más próximos, p.e. Estados Unidos y Canadá, respecto de América Central. El tema de la reposición y remuneración del paisaje-objeto se vuelve central, tomada en consideración la tendencia del mercado mundial y la posición de Canarias en ese contexto.

Concepto de paisaje

El paisaje es un objeto complejo. Para comenzar es un objeto cultural, una representación de los ideales sociales, de sus valores, de sus conflictos, también, materializada en el territorio. Con independencia del carácter urbano o rústico del soporte, actual o relíctico, con independencia de la extensión espacial, el paisaje es una representación, un discurso, un texto, un producto, ahora, con el

turismo, mas mediático. Puesto que es el resultado de trabajos superpuestos y coexistentes, y colectivos, de trabajos guiados por unas maneras de hacer y entenderse con el territorio y sus componentes, es una plastificación de las reglas sociales básicas, de producción reproducción. El paisaje es una condición para el mantenimiento y reproducción social en el sentido ideal y más real que pueda concebirse. Es el registro de las maneras de formar y transformar el mundo. Una manifestación de un orden social y de las reglas de intercambio entre la naturaleza y lo humano.

No caben interpretaciones reductivas del paisaje. Atención a las encuestas de satisfacción. Sustitúyanse estas encuestas por mapas mentales soportados en SIGs. Es bastante común reducir el paisaje al llamado 'paisaje natural', que no es más que una abstracción científica, necesaria, para centrar la atención de la investigación en las componentes de origen no humano de la composición territorial. De esta manera se pueden estudiar, aisladamente, aspectos y procesos que, en su naturaleza, son independientes de la actividad humana. Por ejemplo, ciertos procesos de erosión, edafización deposición y construcción que afectan a la forma del relieve, o a ciertas formas. Es indudable que, aún reconociendo que la actividad humana interfiere en todas las dinámicas constructoras o destructoras del territorio, existen ciertos procesos que actúan de manera independiente de éste y tienen su legaliformidad intrínseca: meteorización, lixiviación, crioclastia, ordenación por gravedad, etc.

Otro tanto ocurre con las componentes humanas y sus evoluciones. También se aíslan para tratarlas en y descubrir las reglas que les son propias, particulares e independientes de la relación que mantengan con otras componentes no humanas. Tanto en uno como en otro paquete de componentes, y debido a la mutua independencia, cabe esperar y encontrar, reglas específicas, relativas a las relaciones internas. Se justifica el tratamiento metódico aparte de tales componentes y dinámicas. Pero no debemos olvidar que, tal tratamiento constituye un momento del método que, como objetivo último, se propone integrar, al final, todo tipo de componentes y dinámicas en un proceso conjunto.

Este proceder, que separa las componentes en paquetes, se encuentra orientado por la necesidad de obtener síntesis parciales (relativas a dominios limitados, a relaciones particulares), dentro de una óptica o aproximación general. Puede y debe completarse con una síntesis total que, dentro de la óptica general, nos devuelva las reglas de organización de las diferentes componentes sin vinculación a ámbitos espaciales particulares, con independencia, esta vez, de la diferenciación regional. Es por esto por lo que, a partir de este punto, conviene continuar en la investigación de las reglas regionales, o reglas de la composición espacial.

Una vez hecha la investigación general, procedemos a la incorporación de las reglas generales en las reglas generales. Otro tanto puede decirse de las reglas cronológicas, que deben incorporar las dinámicas naturales y las evoluciones humanas. En la síntesis regional, ambas entradas, la temática y la histórica-

cronológica, deben ser asimiladas en la entrada regional. Las aproximaciones temática, cronológica (general) y espacial (regional) pueden ser consideradas como sucesivas concreciones. Centrados en la lógica regional, nos interesa que las particiones regionales, las entradas que son propias de este punto de vista, sean las entradas que organicen los otros puntos de vista. Es decir, cuando trabajamos lo temático y lo cronológico lo hacemos subordinando estos puntos de vista a la partición espacial. Esto plantea el problema de la determinación de la divisiones espaciales con anterioridad a la búsqueda temática y crónica. Y también, el de la revisión o establecimiento definitivo a posteriori de esta búsqueda.

El paisaje expresa una complejidad regional. El paisaje pone de manifiesto la región: componentes, relaciones, patrones de organización. Centro, entorno, periferia, etc. El paisaje es la materialización plástica, sensible, y concreta, del orden subyacente que identificamos como región. Orden o conjunto de regularidades que emanan del carácter social del territorio. En el paisaje concurren los materiales de expresión y la organización de éstos en una combinación concreta y única, y en un lenguaje formal común a ciertos 'hablantes' o partícipes de la comunidad en la que se forman estos paisajes.

Aplicaciones al análisis y la ordenación

Desde el punto de vista del análisis, la “unidad de paisaje” se concibe como un objeto que posee reglas de construcción, transformación, evolución y destrucción; reglas de composición, clases, jerarquía, herencia, etc. (se comporta como un objeto). El patrón de organización y el subsecuente modelo, resultante del análisis, debe ser la base o el fundamento de la ordenación. Este patrón de organización debe orientar sobre las posibilidades de transformación del objeto, de la unidad, sobre su plasticidad ante esfuerzos y tensiones introducidas por las decisiones de ordenación, por las actuaciones. Una ordenación consecuente, debería impedir el colapso de la unidad. Debería actuar respetando sus reglas y en el ámbito de sus reglas, operar con los grados de libertad que estas permitan.

Debemos tratar las unidades de paisaje en términos de jerarquía, encapsulamiento, anidamiento, métodos, operaciones, sucesos, estados, asociaciones, filiaciones, genealogía, contradicciones, y otros propios de la orientación a objeto, tanto en los aspectos dinámicos y programables, como en el diseño de la base de datos en donde se guarden los aspectos (no conviene perder la concepción relacional, que facilita el descubrimiento de las reglas), las componentes temáticas, los atributos de las clases y subclases. Las tablas y los programas, que actualizan los objetos descubiertos a partir de una indagación espacial-gráfica y tabular (precedida de una importante reflexión teórica), deben vincularse a regiones, estructuras topológicas complejas que agrupan en clases y subclases las unidades espaciales mínimas (polígonos) en función de la escala de trabajo.

Este modo de tratamiento de la información plantea problemas: a) la definición preliminar de las regiones y los criterios empleados; b) el procedimiento a seguir para descubrir de modo sistemático las regularidades respecto de composición y comportamiento; c) el procedimiento para reintegrar y simplificar (ocultamiento, encapsulamiento, agregación) la información en objetos cada vez más complejos y sintéticos; y d) redefinir la unidad, en términos útiles para la ordenación.

Las unidades de paisaje deben expresar patrones de organización, modelos, diseño de productos, modos de implantación e imposición, esquemas de base, módulos, y otros datos que conformen las matrices de requerimientos de la demanda, condiciones de las piezas y características de los desarrollos, según segmentos. Pueden actuar como unidades de cuenta, base del establecimiento de estándares, densidades globales, parámetros de tipo ambiental emanados de los propios patrones de organización (como marcos de los Programas de Actuación Urbanística). De esta manera pueden convertirse en unidades de actuación, y equidistribución de las plusvalías derivadas del aprovechamiento desigual, mecanismos de compensación, marco de remuneración (en especial, espacios naturales, cascos históricos, etc.). Al mismo tiempo, pueden convertirse en unidades de información, estadística y seguimiento, con resultados que alimenten a las matrices de partida.

Otras cuestiones en relación muy estrecha son: convertibilidad, regresividad, flexibilidad, grados de libertad, especialización y complementariedad entre unidades, garantías de rehabilitación de los espacios ocupados, vinculaciones y dependencias entre equipo y alojamiento (adscripción de plazas a grandes lotes de terreno, inventario de recursos en relación con segmentos. Hemos introducido este concepto y los mecanismos asociados como idea a desarrollar en el Plan Insular de Ordenación del Territorio de Tenerife. El desarrollo se está llevando a cabo en el proyecto de investigación Modelos de desarrollo turístico en Canarias: análisis geográfico y ordenación del territorio desde el concepto de paisaje (innovación tecnológica).

Conclusiones

Todo desarrollo turístico debe estar precedido, en su ordenación, por un análisis geográfico de amplia escala, fundamentado en abundante cartografía temática de calidad que genere “unidades de paisaje”. Estas actuarán como marco y conjunto de directrices para las decisiones de ordenación, de modo que la ordenación repose en los patrones de organización, en definitiva, en la representación regular, sistemática y reproducible de las unidades de paisaje. Se garantizará el contenido ambiental de los instrumentos de planeamiento, la variedad y complementariedad de los desarrollos, su entrada más regulada en el mercado y, entre otros asuntos de interés, la remuneración del paisaje y la redistribución del valor entre diferentes clases de suelo, asunto que parece vital para la conservación y la recualificación de los desarrollos y su entorno.