
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Percepción y valoración social de los paisajes disfrutados: aportaciones desde el visitante para una gestión sostenible de espacios turísticos rurales. El caso de la Sierra de Arcena (Huelva)

Inmaculada Mercado Alonso

Universidad de Sevilla

imercado@us.es

RESUMEN

Desde que fue publicado el Convenio Europeo de Paisaje (Florenca, 2000), la percepción de la población constituye el elemento central de la propia definición del concepto "paisaje". En el texto se insta a los Estados firmantes a conocer cómo se identifican y valoran los paisajes por la ciudadanía y a incorporar este conocimiento en la toma de decisiones a través de procesos de participación. En los espacios turísticos, a la mirada de los residentes, debe sumarse la de los visitantes, ya que puede resultar relevante y complementaria en la gobernanza de los paisajes locales.

El turismo provoca transformaciones en el paisaje de dimensión y alcance diversos, dándose la circunstancia de que sus atributos de calidad constituyen una de las principales ventajas comparativas de cualquier destino. En el caso de los espacios rurales, una demanda mayoritariamente urbana busca una experiencia satisfactoria global, identificada difusamente con autenticidad, singularidad y calidad en el entorno. Los espacios rurales se enfrentan al dilema de armonizar un escenario de ocio que muestra a los visitantes, *paisajes disfrutados*, con la necesidad de impulsar un desarrollo local en el que las actividades tradicionales son cada vez menos viables dentro de un sistema económico globalizado, y constituyen los *paisajes vividos*.

El objetivo de este trabajo es identificar las percepciones y valoraciones de los visitantes de un espacio rural: la Sierra de Arcena (Huelva-España). Para ello se ha desarrollado una metodología basada en la investigación social, y se han establecido una serie de conclusiones a partir de los resultados.

Palabras clave: Paisaje, Turismo, Percepción social, Sierra de Arcena

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Perception and social assessment of enjoyed landscapes: contributions from the visitor for a sustainable management of rural tourism areas. The case of Sierra de Aracena (Huelva)

Inmaculada Mercado Alonso

Universidad de Sevilla

imercado@us.es

ABSTRACT

Since the publishing of the European Landscape Convention (Florence, 2000), people's perception has been at the heart of the very definition of the concept. The text of the Convention urges signatory States to discover how citizens identify landscapes and ascertain the value that they put on them, and to incorporate this knowledge into decision making through participatory processes. In tourist areas, the views of visitors should be added to those of residents, as they could be relevant for, and a complement to the governance of local landscapes.

Tourism brings about changes to the landscape of different size and scope, as its quality attributes are one of the main comparative advantages of any tourist destination. In rural areas, mainly urban demand seeks an all-round satisfactory experience, diffusely identified with the authenticity, uniqueness and quality of the surroundings. Rural areas are faced with the dilemma of harmonizing a leisure scenario that shows *enjoyed landscapes* to visitors, with the need to boost local development in places where traditional activities are increasingly less viable in the globalized economic system, and are *living landscapes*.

The purpose of this study is to identify the perceptions and appraisals of visitors to a rural area: Sierra de Aracena Mountains (Huelva province, Spain). A social research-based methodology has been used for this and a number of conclusions have been drawn from the findings.

Keywords: Landscape, Tourism, Social perception, Sierra de Aracena

I. MARCO TEÓRICO, ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

El Convenio Europeo de Paisaje (CEP en adelante, Florencia 2000) constituye un hito en la reflexión científica, social y política sobre el paisaje y fortalece su reconocimiento jurídico, al considerarlo un derecho y un bien con una clara función social, sujeto, por tanto, de una protección y ordenación adecuada por parte de los poderes públicos (Priore, 2002; Zoido, 2009). Pero además el documento¹ otorga un gran protagonismo a la sociedad, de tal forma que puede leerse en el primero de sus artículos que el paisaje es *“cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter será el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos”*. La percepción social constituye, pues, un elemento definidor del paisaje y, por tanto, su conocimiento es clave en el desarrollo de instrumentos para su ordenación y gestión.

En el caso de espacios con vocación turística interesa la percepción del paisaje de la población residente, pero igualmente, la de la población que lo visita (Barrado y Castiñeira, 1998). Existen precedentes de extensión de la consulta pública sobre el paisaje tanto a residentes como a visitantes: por ejemplo, Mata y Galiana, 2008, sobre los Molinos del Campo de Criptana (Castilla La Mancha); Barrasa, 2013, sobre la ciudad de la Habana (Cuba); Nogué, 1992, en la Garrotxa (Cataluña). El punto de vista del que vive en el paisaje como realidad cotidiana es muy diferente del que lo contempla y disfruta momentáneamente y, sin embargo, puede ser clave reconocer los conflictos y generar una convergencia de intereses en la búsqueda de una mejor gobernanza en la escala local (Fernández, 2011).

Este trabajo, que se inserta en un proyecto más amplio y que se orienta en la línea descrita, se centra en el estudio de la percepción de los visitantes en un espacio rural con vocación turística: la Sierra de Aracena (Huelva). Se trata de un territorio poblado desde la prehistoria, incluso de forma intensa en algunas etapas históricas, al que se reconoce una gran calidad ambiental y paisajística, ratificada con la declaración de Parque Natural desde 1989² y como parte de la Reserva de la Biosfera “Dehesas de Sierra Morena”³. De clima mediterráneo con influencia atlántica, cuenta con importantes recursos hídricos y amplias extensiones de dehesa. Los numerosos núcleos de población, de pequeño tamaño, son muestra de una arquitectura tradicional de gran atractivo, que ha merecido que nueve de ellos sean reconocidos como conjuntos histórico-artísticos. El núcleo principal, Aracena, se encuentra a menos de 100 km del área metropolitana de Sevilla y, pese a tratarse de un espacio serrano relativamente excéntrico, presenta una buena accesibilidad. Todos estos

¹ Se ha utilizado el texto oficial del Instrumento de ratificación de España del CEP. BOE nº 31. Martes 5 de febrero de 2008.

² Ley 2/89, de 18 de julio. BOJA nº 60 27/7/1989.

³ Declarada el 8 de noviembre de 2002 a instancias de la Junta de Andalucía.

valores han situado al ámbito en una posición competitiva dentro de los espacios rurales incorporados a la función turística en Andalucía.

Figura 1. Localización del ámbito de estudio



Fuente: Cartografía digital 2009. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.
Elaboración propia.

Para esta investigación se han seleccionado doce municipios del conjunto serrano: Alájar, Aracena, Almonaster la Real, Castaño de Robledo, Cortegana, Fuenteheridos, Galaroza, Higuera de la Sierra, Linares de la Sierra, Jabugo, Santa Ana la Real y Los Marines. Los criterios de selección han tenido en cuenta la relevancia demográfica y de la oferta turística, el carácter simbólico y representativo en el contexto de los valores generales de la Sierra, y la continuidad espacial de los municipios incluidos en la muestra. Así, los doce municipios representan aproximadamente un 50% de la población del Parque Natural y cuentan en la actualidad con casi un 80% de la oferta de plazas turísticas disponibles.

En esta fase de análisis de la percepción de los paisajes de la Sierra por parte de los visitantes los objetivos planteados son:

- Conocer la valoración de los visitantes, tanto excursionistas como turistas, de los paisajes de la Sierra de Aracena.

-
- Detectar los elementos más valorados por parte de este colectivo en relación a la singularidad o carácter de dichos paisajes.
 - Determinar si son percibidas amenazas o conflictos que los afecten según la opinión de los que la visitan.
 - Conocer la valoración de las principales infraestructuras de uso público que facilitan el acceso y disfrute de los paisajes serranos.
 - Identificar los que se consideran por parte de los visitantes paisajes sobresalientes o deteriorados.
 - Conocer su posición ante posibles medidas para la gestión de los paisajes del ámbito.

Estos objetivos se completan con investigaciones posteriores, en las que se desarrollan distintos instrumentos de participación para la población residente. Se pretende que, a partir de un futuro análisis comparativo de resultados de ambos grupos, se pongan de manifiesto conflictos o aspiraciones comunes, que permitan una mejor gobernanza de los paisajes en la Sierra de Aracena.

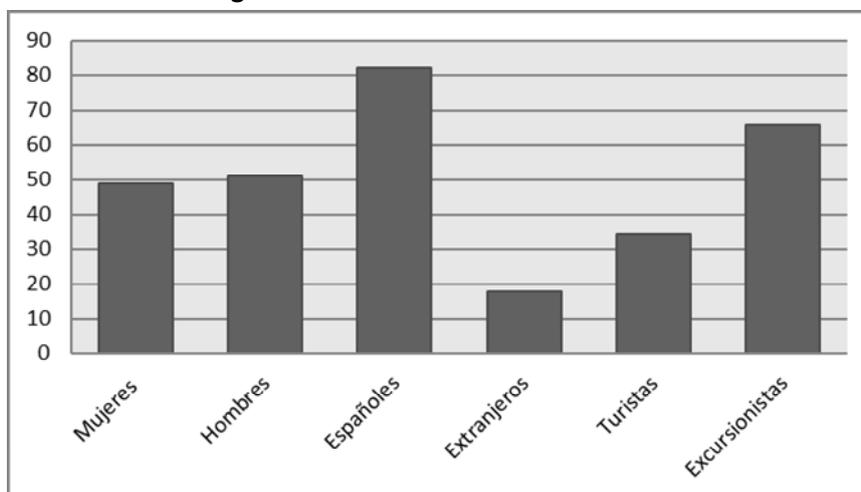
II. METODOLOGÍA

El reconocimiento del papel protagonista de la población en la definición y valoración de los paisajes exige una metodología en la que se cuente con la participación directa de la ciudadanía, con las herramientas tradicionales de la investigación social (Sabaté i Rotes, 2009). En este caso se ha optado por aplicar una encuesta que pueda mostrar resultados significativos y, en la medida de lo posible, estratificados.

El universo de esta encuesta es indeterminado puesto que no existen datos desagregados de demanda turística para el ámbito. Se ha seleccionado la muestra significativa, en este caso 385 personas, por el procedimiento habitual cuando el universo no es conocido.

La estratificación se ha producido en base a tres criterios: sexo, procedencia y tiempo de estancia (turista o excursionista). Se ha considerado relevante dividir la muestra entre sexos (50%), sobre la hipótesis de que resultaba interesante comprobar si existen diferencias en la percepción del paisaje asociadas a esta variable (De la Fuente y De Lucio, 2003). Dado que los registros de procedencia, fundamentalmente en las oficinas de información turística y de recepción del Parque Natural, presentaban oscilaciones importantes según años, no se ha tenido en cuenta para determinar la muestra esta variable, aunque se ha preguntado a los encuestados y se considera que puede ser una proporción cercana a la realidad. Respecto al tiempo de estancia que determina el grupo de turistas y el de excursionistas se tuvieron en cuenta los resultados de algunos estudios que sitúan el porcentaje entre ambos en 60% excursionistas, 40% turistas (Flores, D. 2007). Sin embargo, en el trabajo de campo resultó difícil mantener esta proporción.

Figura 2. Características de la muestra.



Elaboración propia

Figura 3. Distribución de encuestados por procedencia

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS POR PROCEDENCIA		
	NUMERO	PROVINCIA, REGIÓN, PAÍS
Españoles	312	
Extranjeros	68	
Andaluces	147	Sevilla (56), Cádiz (41), Huelva (31), Córdoba (17), Málaga (2)
No andaluces	165	Madrid (82), Canarias (17), Navarra (14), Asturias(14), Galicia (10), Cataluña (9), Extremadura (7), Murcia (5), Castilla La Mancha (5), Castilla León (2)
Alemanes	36	
Portugueses	14	
Otros países	18	Francia (7), Italia (7), Reino Unido (4)

Elaboración propia

Respecto a los puntos de muestreo y el número de encuestas realizadas en cada uno, se ha establecido en relación a la posible afluencia. El punto de máxima afluencia es la Gruta de las Maravillas (Aracena), que con los datos de registro de entradas⁴, se estima que puede significar un 40% del total de los que visitan la Sierra. A partir de este máximo, el resto de los puntos se ha elegido en función de su capacidad de atracción y de aforo. El siguiente sería la Peña de Arias Montano (20%), Centro de Interpretación del Parque Natural (10%), Cabecera del sendero Castaño de Robledo-Jabugo-Casa Rural (10%),

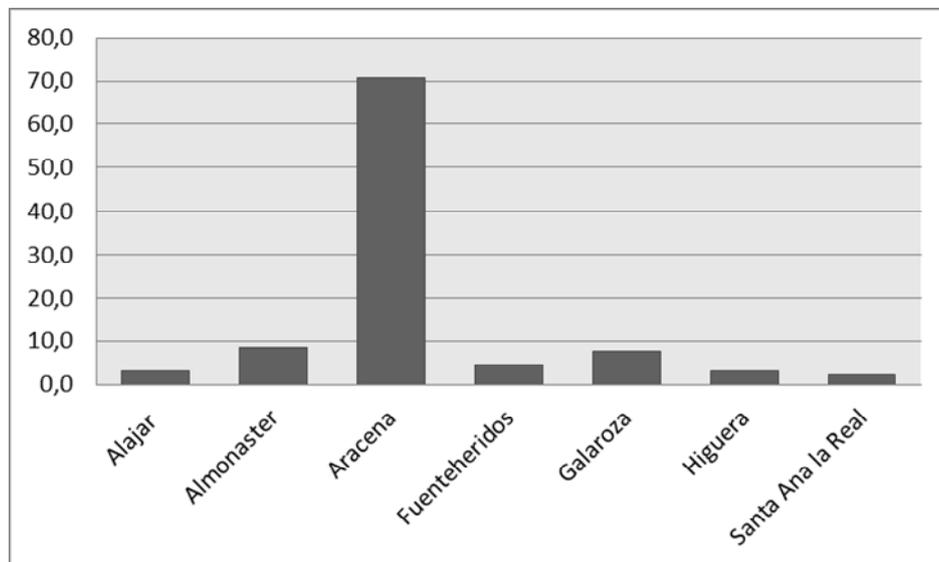
⁴ Los registros presentan bastantes oscilaciones dependiendo de los años. En 2011 se registraron 130.000 visitas.

Mezquita de Almonaster la Real (10%), Hotel Aracena Park (5%), Castillo de Cortegana (5%).

Se calcula que el 70% de los visitantes de la Sierra son de proximidad (andaluces, y especialmente del área occidental). El resto de los visitantes se distribuyen en un 20% de visitantes de origen español no andaluz, y un 10% de extranjeros⁵.

Es importante advertir que la procedencia lejana de algunos encuestados, pese a lo que podría parecer a priori, no tiene por qué llevar aparejada su condición de turistas. En muchos casos se trata de personas que están pernoctando fuera del ámbito (playas de Huelva o Cádiz, áreas urbanas cercanas como Sevilla) y que realizan una visita de día a la Sierra de Aracena. En otros casos se trata de una visita en ruta hacia otro destino.

Figura 4. Distribución porcentual de los turistas por municipio de pernoctación en la Sierra de Aracena



Elaboración propia

Los turistas encuestados pernoctan mayoritariamente en Aracena (71%), municipio que cuenta con la mayor parte de plazas ofertadas en el ámbito.

En cuanto al diseño de la herramienta, incluye preguntas cerradas (la mayoría, para facilitar su tratamiento estadístico) y semi-abiertas.

Los contenidos respondían a los objetivos planteados en la investigación y son los siguientes:

⁵ Estimaciones a partir de los datos de evolución del registro de visitantes del Centro de Interpretación del Parque Natural.

- Contenidos sobre identidad y carácter del paisaje. Son preguntas para conocer qué elementos y qué imágenes identifican el paisaje de los que lo visitan. Se invita a un reconocimiento de los hitos y parajes que mejor representan la personalidad y los valores inherentes.
- Contenidos de identificación de procesos de cambio en el paisaje, especialmente aquellos que tienen que ver con el turismo, e identificación de la valoración que se hace de los mismos. En el caso de los visitantes se cuestiona sobre posibles signos o manifestaciones de esos cambios en el paisaje actual.
- Contenidos sobre las infraestructuras de acceso al paisaje y a las actividades turísticas que pudieran tener directa relación con él.
- Contenidos sobre identificación del grado de consenso que alcanzarían medidas genéricas de en relación a la gestión del turismo y del paisaje.

Otras informaciones complementarias que podrían obtenerse indirectamente de las preguntas propuestas son la identificación del propio concepto de paisaje, las aspiraciones paisajísticas, es decir, el reconocimiento de una mirada prospectiva sobre el paisaje desde los propios valores sociales, o la jerarquía en la estructuración de problemáticas que puedan afectarlo.

III. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La extensión de este trabajo no permite reproducir el análisis exhaustivo de los resultados de cada una de las preguntas, en el que se detallan las respuestas generales y por segmentos. Se han extraído aquí algunas cuestiones que se consideran relevantes o significativas en relación a los objetivos de la investigación, que, además, permitirán una mejor comparación con los resultados de la encuesta realizada a los residentes en fases posteriores.

Recordar el perfil medio del visitante es importante para la valoración de este resumen de resultados, puesto que se ha constatado cómo, para determinados segmentos (especialmente extranjeros), los resultados muestran diferencias significativas. Sin embargo, el carácter minoritario de los mismos, implica una incidencia escasa en la pauta media de comportamiento de los encuestados, pero interesante para las conclusiones de la investigación.

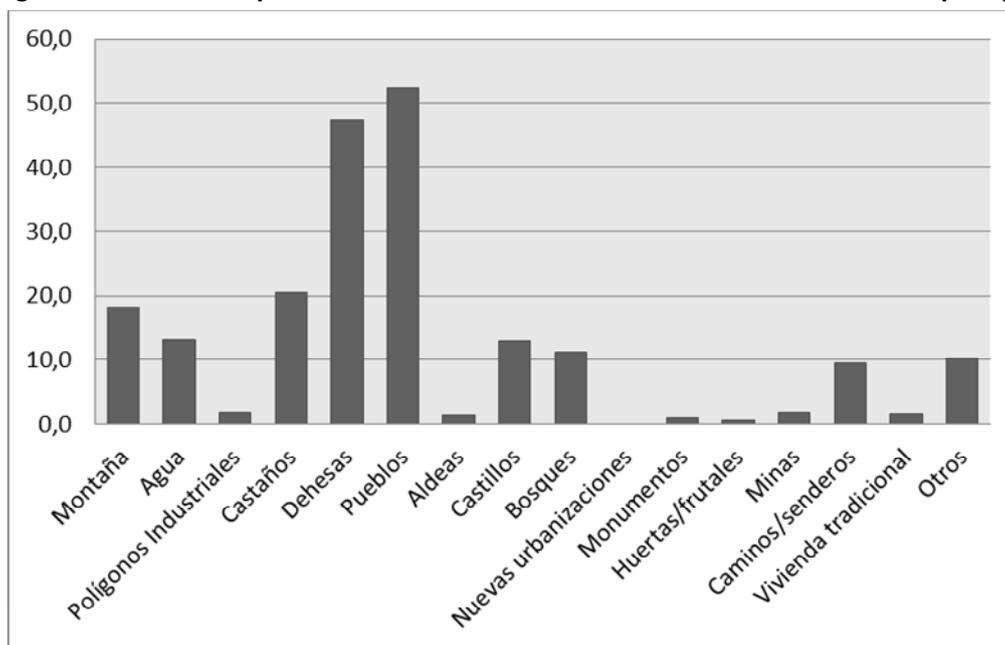
Así pues, no debe olvidarse que los resultados presentados están obtenidos de una muestra representativa que, reconociendo las limitaciones de información estadística sobre demanda del ámbito que se comentaban anteriormente, supone un reparto equilibrado entre hombres-mujeres y proporcional españoles-extranjeros y turistas-excursionistas. El 82% de los visitantes finalmente encuestados son españoles y el 66% son excursionistas.

1. La percepción del visitante medio de la Sierra de Aracena es la de un paisaje humanizado

La primera conclusión que se obtiene sobre la percepción del paisaje desde el visitante de la Sierra de Aracena es que se identifica con dos elementos básicos: los pueblos y la dehesa. Son los elementos que se consideran más valiosos y, por tanto, que manifiestan el potencial de atracción de este destino turístico por encima de otros, podría hablarse, pues, de sus principales y genuinos recursos turísticos.

Sobre los elementos elegidos cabe hacer algunas consideraciones. Por un lado, se ha confirmado que la actividad más frecuentemente desarrollada por los visitantes es el paseo por los pueblos, y otras que se desarrollan casi exclusivamente en estos entornos urbanos. El paisaje que más directamente experimentan los visitantes, por tanto, es el paisaje urbanizado y, pese a ubicarse el ámbito en un espacio natural protegido, los valores más representativos están relacionados con la presencia humana en el territorio. El paisaje de la Sierra de Aracena no se reconoce tanto por su componente natural, sino como claramente humanizado. Los elementos propios de la naturaleza han sido descartados por la mayoría en la respuesta a las primeras preguntas de reconocimiento o identificación: bosques, agua, montañas... apenas han sido mencionados.

Figura 5. Distribución porcentual de menciones a elementos más valorados del paisaje.

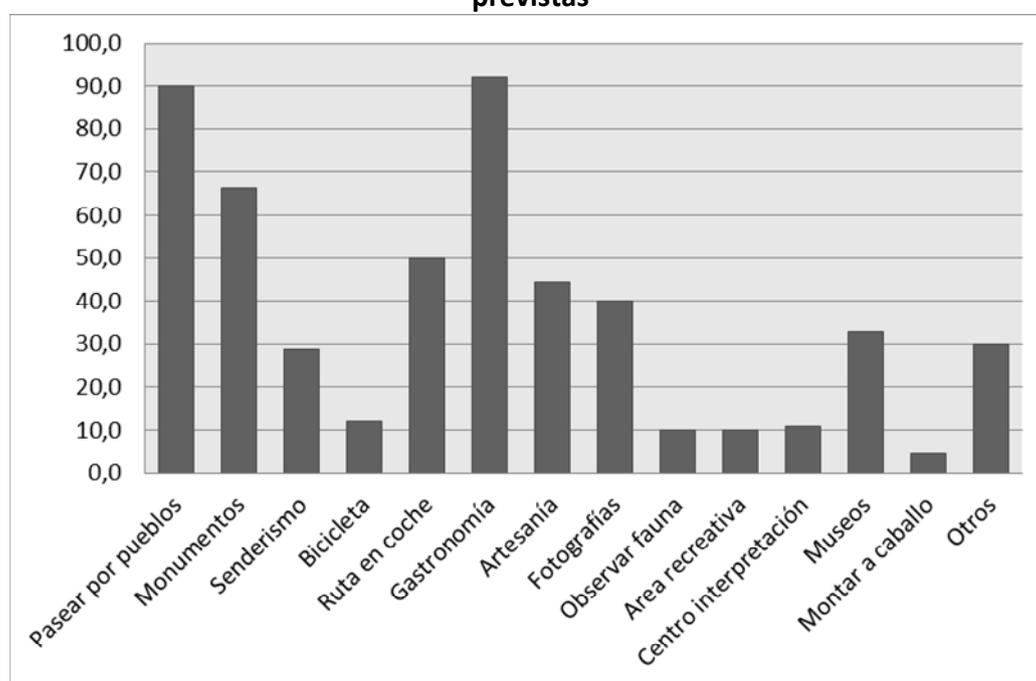


Elaboración propia

Todo esto remite a una concepción “construida” del paisaje, y a una referencia concreta en forma de núcleos o lugares, que en la mayor parte de los casos no contempla recorridos muy extensos en el interior del ámbito. Visitar la Sierra de Aracena significa, en primer lugar, disfrutar de su gastronomía. La frecuencia y valoración de esta actividad,

aparentemente no relacionada por el paisaje, se explica, sin embargo, por una riqueza excepcional de productos alimentarios locales que sí tienen que ver con el paisaje: la explotación de la dehesa (derivados del cerdo ibérico), la presencia de castaños o los recursos micológicos. A pesar de ello la experiencia turística recoge sólo la fase final del proceso de elaboración de dichos productos, desconectada con su producción, y realizada en los núcleos urbanos. Algo parecido ocurre con la segunda actividad más mencionada, pasear por los pueblos. Sólo a través del viaje (del desplazamiento por carretera entre el origen y ese pueblo o pueblos que se visitan) aparece otro elemento diferenciador y referente, la dehesa, paisaje en definitiva también humanizado, y conectado, en el caso de la Sierra, con la propia distribución del sistema de asentamientos.

Figura 6. Distribución porcentual de menciones a actividades realizadas o previstas



Elaboración propia

A medida que aumenta el grado de penetración y movilidad en el interior del ámbito por parte de algunos grupos de turistas, se produce una diversificación de las respuestas, puesto que se accede a "otros" paisajes, a través de senderos o caminos, andando o en bicicleta, y ello permite ampliar el espacio percibido y también la manera de hacerlo. Pero esto se reduce a una tendencia más frecuente entre el colectivo de visitantes extranjeros y también de turistas frente a los excursionistas, por lo que es una posibilidad reservada a una minoría.

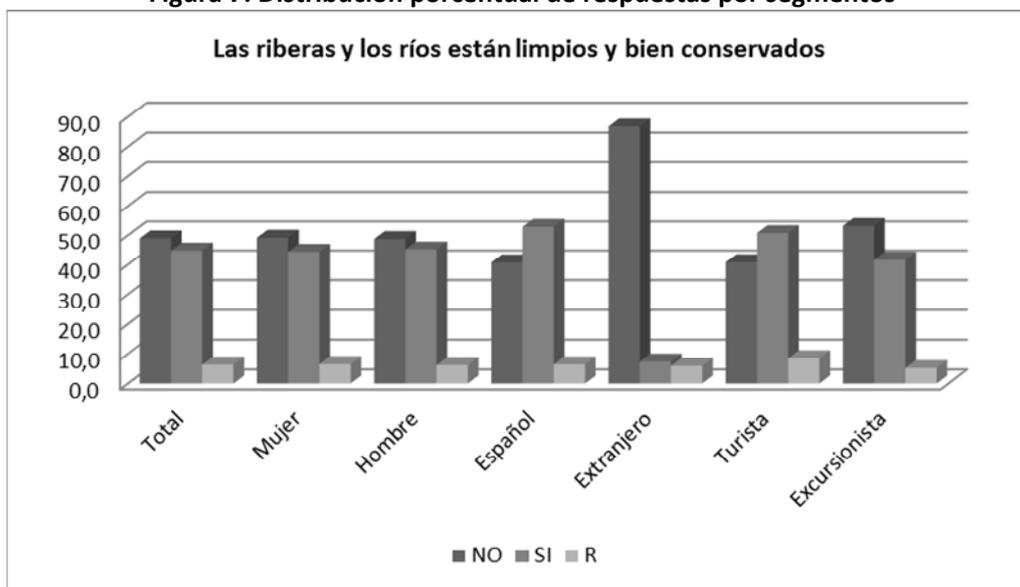
2. La valoración de los paisajes es muy alta y no se perciben amenazas significativas

En general, los visitantes de la Sierra tienen una alta valoración del paisaje y muestran satisfacción por el estado de conservación del mismo. De hecho es difícil que identifiquen algún proceso o elemento que pueda estar contribuyendo a su degradación, ni siquiera en su consideración de amenaza potencial. La percepción mayoritaria es que no hay dehesas o aldeas abandonadas, no hay retroceso en cultivos o bosques y áreas naturales y no existen vertederos incontrolados o acumulaciones de residuos.

Algunos elementos que han generado menos consenso hacia posiciones positivas tienen que ver, en todo caso, con la situación de esos paisajes humanizados que son los que más conocen y visitan estas personas. Se hace referencia a las nuevas urbanizaciones o al tráfico y, aunque la opción mayoritaria no ha sido crítica, se alcanza el 40% entre los que opinan lo contrario, lo que implica un posicionamiento diferente en un número significativo de encuestados.

En este caso también hay matices si observamos los resultados por segmentos, ya que parece existir una sensibilidad diferente, un umbral distinto en la valoración, entre los extranjeros, con mayores referencias a elementos como la publicidad o la señalización poco integrada, los residuos etc. Una situación más vulnerable parece detectarse en las riberas y ríos, con una percepción más negativa que tiene un carácter general, pero que se observa con mucha rotundidad entre los visitantes extranjeros.

Figura 7. Distribución porcentual de respuestas por segmentos



Elaboración propia

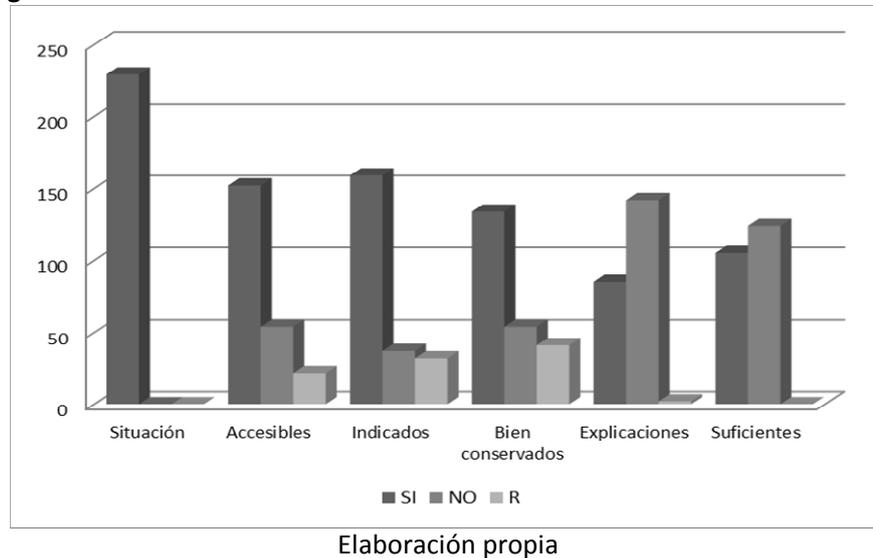
Nuevamente a mayor penetración en el paisaje, mayor conocimiento del mismo y, por tanto, mayor percepción de amenazas, no sólo para los paisajes más humanizados sino también para aquellos que contienen un nivel mayor de naturalidad.

3. La contemplación del paisaje no sería la principal motivación para el viaje

En la percepción del paisaje juegan un papel muy importante los enclaves que permiten visiones panorámicas del mismo, en especial para la demanda turística. Estos lugares se convierten en puntos de gran afluencia que deben permitir aprehender con relativa facilidad los valores paisajísticos emblemáticos que caracterizan especialmente a los destinos rurales y de montaña. Los miradores serían equiparables a la visita al interior de un monumento o la visión de un cuadro en un museo en el turismo cultural. A priori, pues, los miradores deberían ser lugares de gran afluencia en la Sierra de Aracena, como espacio rural, de montaña, y parque natural.

Para un visitante un mirador no siempre es una infraestructura construida para este uso concreto. Quien accede a un castillo, a una torre de vigilancia, a una ermita situada en lo alto de un cerro, a una ladera contraria a la que alberga la trama urbana de un núcleo..., puede considerar que se encuentra en un mirador, ya que se trata de lugares, señalizados o no, que le permiten obtener una mayor amplitud de cuenca visual y gozar, más o menos momentáneamente del paisaje local.

Es cierto que la mayor parte de los encuestados declara haber visitado un mirador, en torno a un 60%. Pero quizá la proporción no es tan alta como podría imaginarse para un espacio como este, en el que existen más de una veintena, repartidos entre los que se incluyen en la red de equipamientos del Parque Natural, los que han construido los municipios o los que lo son por su carácter de promontorio accesible (castillos, ermitas...). Hay casi un 40% de los visitantes encuestados que declaran no haber visitado ningún mirador ni tener intención de hacerlo.

Figura 8. Número de menciones sobre evaluación de calidad de los miradores

Los tres hitos más mencionados en la respuesta no tienen la consideración de mirador, en el sentido de infraestructura construida para ese uso, y si no se tuviesen en cuenta, el resto de los lugares habría sido mencionado apenas por el 12% los encuestados. De esos tres hitos, dos se encuentran en los cascos urbanos de Aracena y Cortegana (sus castillos), por lo que se inscriben en aquella actividad que se comentaba anteriormente del “paseo por los pueblos”, y por tanto, no se trata de una visita programada expresa o independientemente; y la Peña de Arias Montano, conocida (junto con la Gruta de las Maravillas en Aracena) como lugar emblemático de la Sierra, y por tanto, genera una afluencia masiva equiparable al recurso más importante en cualquier destino turístico. En resumen, la visita a los miradores, aquellos que se construyen como tales, no es frecuente entre las actividades turísticas que se realizan en la Sierra, lo cual parece indicar un cierto desinterés real por la contemplación panorámica del paisaje como argumento turístico.

La valoración de los miradores por quienes los han visitado es generalmente positiva en cuanto a ubicación, señalización y conservación y más crítica respecto a la información-interpretación que se encuentra en los mismos. Esto último puede estar relacionado con el tipo de mirador que se ha visitado de forma mayoritaria, que no tiene la consideración de equipamiento, y por tanto, no ha sido dotado de los elementos habituales (paneles explicativos, orientación, interpretación...). Los encuestados consideran insuficiente la oferta, pero, dadas las escasas referencias aludidas, habría que plantearse si tienen conocimiento real de la misma.

4. Dificultades para comprender el concepto de paisaje: paisajes tópicos, paisajes contruidos

La pregunta en la que se solicitaba a los encuestados la identificación de un paisaje considerado magnífico y otro degradado ha aportado información directa e indirecta que permite obtener algunas conclusiones respecto a cómo construyen los visitantes el concepto de paisaje en el lugar de destino.

La primera es la constatación de la dificultad para comprender el concepto mismo de paisaje y de concretarlo en el espacio, o, en todo caso, la variedad de interpretaciones que se pueden encontrar respecto al mismo. Esto puede verse en las respuestas entre las que hay quien asimila el concepto paisaje a un elemento aislado en el territorio (un edificio como el teatro de Aracena o el castillo de Cortegana); a espacios genéricos no localizados (senderos, vegetación, nuevas construcciones); a un pueblo concreto (Cortegana, Linares de la Sierra, Alájar, Aracena...). Existen menciones que, si bien son minoritarias, difícilmente podríamos considerar paisaje en su significado más académico, como las referencias al calor, la gastronomía o la falta de rutas turísticas. Y, por último, otro síntoma de esta falta de claridad bien podría ser la opción mayoritaria de no identificar ningún lugar como paisaje degradado.

Aunque esto último tiene que ver con la segunda de las conclusiones: existe un alto grado de satisfacción respecto al estado de los paisajes entre los que visitan el ámbito. Las imágenes mentales del excursionista y el turista, que se han construido en el espacio de origen no son defraudadas por la realidad, que, además, está envuelta en un contexto lúdico, de tiempo de ocio, y de orientación hacia lo positivo. Una gran mayoría afirma que no hay ningún lugar que pueda ser considerado un paisaje degradado en la Sierra de Aracena.

Entre los señalados como paisajes de calidad destaca nuevamente la Peña de Arias Montano y, a continuación, la Gruta de las Maravillas (Aracena), el conjunto de la Sierra o los pueblos (y algunos en particular como Aracena, Linares de la Sierra, Alájar...) Estos resultados parecen apuntar en dos direcciones:

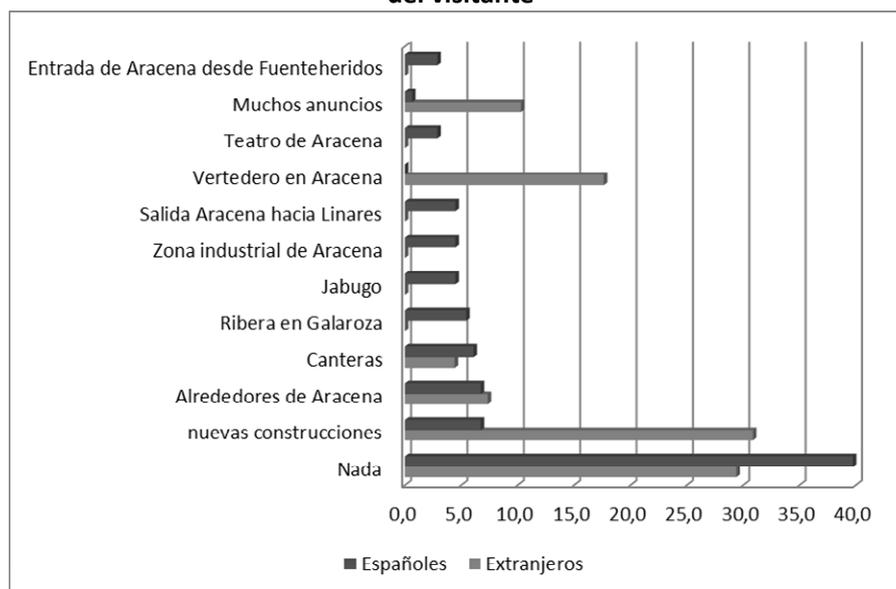
- Se identifica con facilidad lo que podríamos denominar “paisaje típico”, ese lugar de afluencia obligada, conocido como emblema territorial, que lo es por méritos propios (estéticos, históricos, artísticos, ambientales...), por su mayor accesibilidad, o porque encaja bien con la lógica turística de la “instantánea”, que permite capturar y apropiarse en un momento de la esencia de lo visitado. Pero la conclusión a partir de esta reflexión es que, en realidad, los paisajes de la Sierra de Aracena permanecen ocultos y son desconocidos para la mayoría de los que la visitan.

- Se identifica con facilidad el “paisaje construido”, los pueblos, por encima de lugares con un componente natural más claro, porque son los espacios más accesibles con automóvil, los que generan los servicios turísticos que se demandan, y los que más se asemejan a lo que desde una cosmovisión urbana se entiende por espacio rural, y que determina las expectativas de quienes proceden de las ciudades.

La identificación más mayoritaria con un paisaje degradado, sin tener en cuenta la más frecuente de las respuestas que, como se ha comentado más arriba, ha sido la no identificación, tiene que ver con las nuevas construcciones, los desarrollos urbanísticos de los últimos años en los núcleos, las áreas industriales... Es decir todo lo que no remite al prototipo de una vida rural tradicional y se asemeja demasiado al paisaje vivido del visitante. Estos elementos no encajan con el imaginario de lo que se espera encontrar en un medio rural, y por tanto son elementos distorsionadores del paisaje ideal.

Aunque el peso de los turistas extranjeros no es muy importante en la evaluación global, sus respuestas son interesantes porque muestran la diferente construcción del significado del paisaje en función de las referencias de origen. El turista extranjero ha valorado más el componente natural (senderos, bosques de castaños), acorde con sus expectativas de viaje a un destino que es un espacio protegido, seguramente no tan humanizado como es en realidad, y es más crítico con elementos que pueden degradarlo, aunque sea de forma momentánea y superficial, como la basura, los anuncios, o de manera más irreversible, las nuevas construcciones.

Figura 9. Distribución porcentual de paisajes calificados como degradados según la procedencia del visitante



Elaboración propia

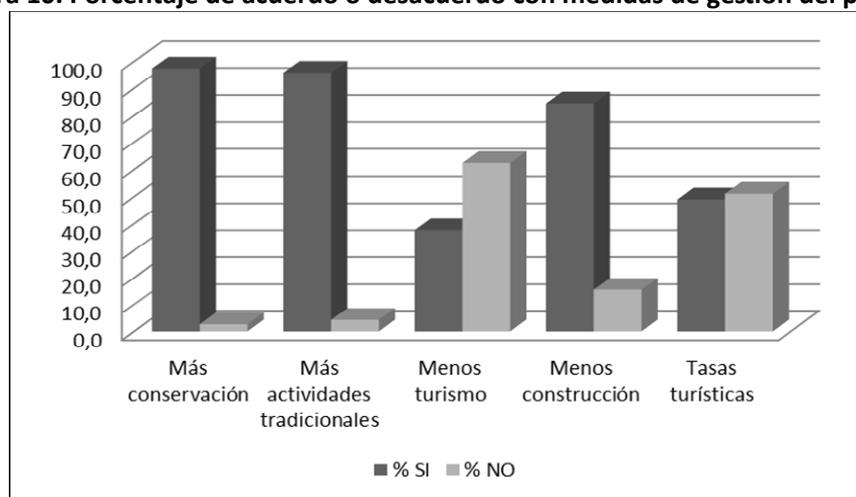
5. Acuerdo en medidas de gestión del paisaje pero sin restringir la actividad turística

En las afirmaciones que se planteaban en la encuesta como eventuales medidas de gestión del paisaje hay tres que se han contestado de forma más unánime y dos que han suscitado polémica. Las personas que visitan el ámbito están de acuerdo en que deben aumentarse las medidas de conservación del paisaje y de fomento de las actividades tradicionales que contribuyen a esta conservación, así como las que frenen la actividad constructiva en los núcleos.

Sin embargo, no están de acuerdo (aunque de forma menos contundente) con las restricciones a la actividad turística y con la posible implantación de tasas, impuestos o pagos por servicios turísticos que contribuyan a la conservación del paisaje.

Hay una reflexión que se deriva de estos planteamientos. Las respuestas traslucen una concepción del paisaje por parte del visitante asimilable a un decorado, algo que se presenta para ser consumido en un momento del tiempo, y que no se deja influir por el observador, algo que debe ser preservado y cuya responsabilidad corresponde a aquellos que viven el paisaje, no a los que lo disfrutan.

Figura 10. Porcentaje de acuerdo o desacuerdo con medidas de gestión del paisaje.



Elaboración propia

Pero no se trata de una posición tan generalizada ni tan sólida. Existe una parte de los visitantes (que se acerca al 50% en el caso de la opinión favorable a la contribución económica de los turistas para favorecer la conservación) que se plantea la corresponsabilidad o que entiende que la conservación del paisaje puede requerir medidas de control de determinadas actividades, incluidas las turísticas. Esto parece indicar que existe un margen de cambio social respecto a la tendencia descrita

anteriormente y que es una posición susceptible de crecer, insertada en estrategias de gobernanza territorial y control social de los procesos de gestión del paisaje.

IV. CONCLUSIONES

Por tanto, ¿qué prevalece en la percepción de las personas que visitan un paisaje para ser disfrutado? ¿Cómo se construye la representación de esos paisajes? ¿Qué valores se ponen en juego?

La idea de paisaje es difusa y resulta difícil de definir para la mayoría de la población. Es un concepto que presenta múltiples interpretaciones y cuya construcción está condicionada por factores de orden psicológico, sociológico, histórico, geográfico... En los resultados de esta encuesta subyace una significativa variedad de conceptos de paisaje, que se manifiestan en una gran diversidad de escalas de definición, de elementos constitutivos, de sentidos mediante los que se percibe, de elementos estructurales o coyunturales en su valoración, dificultades para la concreción en lugares o caracteres. La incorporación del paisaje a la gestión territorial, desde una perspectiva participativa, requiere un esfuerzo importante de identificación social del concepto y de formación y sensibilización en torno al mismo.

El estudio de los visitantes de la Sierra de Aracena indica que el concepto de paisaje está asociado al de paisajes de calidad, por lo que no se consideran paisajes aquellos que no responden a una imagen ideal de los mismos. En un ámbito turístico esta imagen se construye a partir del “paisaje tópico”, esto es, del recurso emblemático e identitario, sin el que la visita no es completa... Este es el paisaje reconocible, pero es muy difícil identificar otros lugares no señalados entre los que conforman la construcción del destino como recurso y que, sin embargo, lo son. Es frecuente que se califique de bello un paisaje cuando viene avalado mediáticamente y el éxito o el fracaso de la experiencia turística depende del parecido entre lo que se contempla y aquellas imágenes que nos han inducido a visitarlo (Nogué, 2009).

La percepción del paisaje por parte de los turistas en los destinos, momentánea y con fines de disfrute, se construye con imágenes que parten de deseos no satisfechos en el lugar de origen y transmitidos por distintas representaciones y formas de comunicación a lo largo del tiempo. En muchos casos los paisajes visitados responderán a las expectativas, bien porque pueden reconocerse estas imágenes que responden a la realidad, bien porque el destino las ha reproducido y adaptado para adecuarse plenamente a ellas. En otros casos no existirá ninguna correspondencia entre lo imaginado y lo real y el conflicto acabará generando problemas para la gestión del espacio turístico.

El visitante tiene una experiencia puntual en el tiempo y espacialmente limitada. Percibe el paisaje con los atributos de un momento histórico determinado y su nivel de

penetración en entornos rurales y naturales es pequeño. Ambas circunstancias condicionan su valoración y su imagen del destino. No existen asociados recuerdos, y sólo si se trata de un residente temporal (que frecuenta el lugar o que incluso lo haga periódicamente), puede tener algún conocimiento de cambios o transformaciones que hayan podido afectar al paisaje, cosa que en ningún momento, podrá ser atribuida a un visitante esporádico. Para lo bueno y para lo malo, lo que el visitante ve es una foto fija, aunque pueda, si tiene los medios y recursos adecuados, reconstruir el pasado e interpretar el presente. Por otro lado, ni siquiera en el caso del primero, se puede decir que el paisaje pueda convertirse en un elemento identitario. Igualmente, dirigir la mirada sólo a aquellos paisajes que pueden considerarse emblemáticos construye una percepción de la totalidad del espacio turístico que se aleja de la diversidad consustancial a la realidad.

La percepción de un turista o excursionista del paisaje que visita está condicionada por su origen, por su entorno habitual, en dos sentidos:

- En la decisión del viaje ha pesado lo que es diferente, que podría englobarse en espacios no urbanos, pero dentro de un orden, es decir, dentro de parámetros en los que se desenvuelva con una sensación de seguridad y control, y que le permitan no modificar excesivamente sus comportamientos (necesidades de consumo, modalidades de acceso y movilidad, comodidad y confort...). Por eso prefiere los entornos más humanizados, aun en destinos con un marcado carácter natural y estos son los que se interesa por conocer y, por tanto, los que más puede valorar.
- Sin embargo, los elementos que recuerdan demasiado al entorno habitual y que, por tanto, no encajan con el prototipo de lo diferente, la “vida rural”, se identifican como distorsiones o amenazas para el paisaje, con los “antipaisajes”.

La percepción del turista o excursionista del paisaje que visita también está condicionada por el contexto en el que se desarrolla su experiencia, que es un tiempo de ocio y un espacio para actividades lúdicas. Esto hace que su posición respecto al entorno sea positiva y en su valoración se predisponga generalmente a mostrar un alto grado de satisfacción. Pero también que para él no tenga ningún significado productivo, salvo que se vincule a recursos gastronómicos y consumo de productos alimentarios o artesanales con denominación de origen, una tendencia en alza (Trasserras y Medina, 2007). En un contexto de consumo los criterios estéticos y de singularidad tienen la máxima importancia en la valoración, por lo que los cambios en el paisaje que puedan alterar esos atributos se perciben como muy negativos. Desde la perspectiva del visitante la accesibilidad a los paisajes también es un elemento clave y se entiende mal que su disfrute pueda ser restringido, ni siquiera esgrimiendo derechos de propiedad que en otras circunstancias se defenderían, o desde la necesaria preservación de espacios

protegidos o bienes culturales vulnerables. La lógica del consumo es una lógica del presente, por lo que tampoco es frecuente una preocupación (activa, comprometida) por el futuro de los paisajes que se visitan.

En los estudios sobre las motivaciones de la demanda de turismo rural genérico se marca con frecuencia el hecho de que no existe un solo factor de atracción para un destino, sino que se produce la confluencia de distintos elementos que determinan la decisión. El paisaje es un argumento pero no es seguramente ni la única ni la principal motivación en los desplazamientos hacia las zonas rurales. Esto se demuestra en el tipo de actividades realizadas por el visitante o en la escasa frecuentación de lugares y equipamientos especialmente diseñados para el disfrute o la interpretación del paisaje.

El paisaje rural es un elemento esencial para el desarrollo turístico en estos espacios. En muchos casos puede contribuir a su conservación en la medida en que constituye su principal recurso, la valoración positiva del mismo por parte de personas foráneas activa la preocupación y el reconocimiento de ese valor por parte de las poblaciones autóctonas. Pero los límites son claros: el carácter del paisaje no puede comprometerse ni con la imposición de modelos ajenos a la dinámica territorial de los espacios rurales, ni con ritmos u orientaciones que signifiquen una pérdida de identidad que arrebatase todo su atractivo. El principal valor de un paisaje rural es poder leer en él su historia (Mata, 2011).

Sin embargo, no se puede perder de vista que el paisaje de los visitantes es el paisaje que se disfruta, no el que se vive. Esto tiene consecuencias en la atribución de las responsabilidades que se derivan de su gestión exclusivamente a la población local, y que perciben como ajenas los no residentes. Pese a ello puede observarse un cambio de mentalidad, que podría ser aprovechado en una estrategia de gobernanza participativa del territorio, en el sentido de una mayor corresponsabilidad y predisposición por parte de los turistas a la implicación en la conservación de aquello que se considera valioso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrado, D., y Castiñeira, M. (1998): El turismo: último capítulo de la idealización de la naturaleza y del medio rural. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 184, 37-64.
- Barrasa, S. (2013) Valoración de la calidad estética de los paisajes de La Habana (Cuba) con métodos de participación social. *Estudios Geográficos*, 274, 45-66.
- De La Fuente Val, G. J., y De Lucio Fernández, J. V. (2003) *La importancia de considerar expectativas y preferencias paisajísticas de visitantes, gestores y expertos ambientales en la gestión de espacios naturales del mediterráneo*. Consejería de Medio ambiente y Ordenación del territorio de la comunidad de Madrid. Centro de investigaciones Ambientales "Fernando González Bernáldez". Serie documentos. Nº 39.
- Fernández Muñoz S. (2011) La participación pública en la ordenación territorial del paisaje. En: A. Cortina., & M. Simancas (Eds.), *Retos y perspectivas de la gestión del paisaje en Canarias* (pp. 165-180). Universidad Internacional Menéndez Pelayo- Gobierno de Canarias. Tenerife.
- Flores Ruiz, D. (2007) *Análisis de la oferta y demanda del Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche* (Tesina de Maestría). Universidad Internacional de Andalucía. Sevilla.
- Mata, R., y Galiana, L. (2008) Ordenación y gestión del patrimonio cultural y el paisaje. La experiencia del Plan Especial de la Sierra de los Molinos en Campo de Criptana. *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, 43, 199-226.
- Mata, R. (2011) La dimensión patrimonial del paisaje. Una mirada desde los espacios rurales. En A. Serrano., R. Servet., & P. Fidalgo, P. (Eds.) *Crisis y Territorio. Aportaciones y conclusiones del sexto congreso internacional de ordenación del territorio* (pp. 343 y ss.) Fundicot. Madrid.
- Nogué, J. (1992) Turismo, percepción del paisaje y ordenación del territorio. *Estudios turísticos*, 115, 45 y ss.
- Nogué, J. (2009) Paisaje y comunicación: el resurgir de las geografías emocionales. En T. Luna., & I. Valverde (eds.), *Teoría y paisaje: reflexiones desde miradas interdisciplinarias* (pp. 25-42). Observatorio de Paisaje de Cataluña. Universidad Pompeu Fabra.
- Priore, P. (2002). Derecho al paisaje. Derecho del paisaje. En F. Zoido., y C. Venegas, *Paisaje y Ordenación del Territorio* (pp. 92-99). Consejería de Obras Públicas y Transportes. Junta de Andalucía. Sevilla.
- Sabaté I Rote, X. (2009). Participación ciudadana y ordenación del paisaje: el caso de Cataluña. *Mètode: Anuario*, 112-119.
- Traserras, J., y Medina, F. X. (Eds.). (2007). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Universidad de Barcelona-IBERTUR- Instituto Europeo del Mediterráneo. Barcelona.

Zoido Naranjo, F. (2009). *Derechos humanos, territorio y paisaje*. Coloquio interdisciplinar e internacional “Paysages européens et mondialisation”, Universidad de Paris 3 Sorbona. Florencia del 4 al 7 de mayo (Material no publicado).

ANEXO

MODELO ENCUESTA NO RESIDENTES (Turistas, excursionistas)

SEXO: _____

Lugar de procedencia: _____

- Pernocta. Municipio: _____
- No pernocta. Municipios que visita: _____

1. Señale (x) las actividades que ha realizado o piensa realizar en la Sierra de Aracena:

- Pasear por los pueblos
- Visitar monumentos
- Hacer senderismo
- Rutas en bicicleta
- Rutas en coche
- Disfrutar de la gastronomía
- Comprar productos artesanales
- Hacer fotografías
- Observar animales
- Disfrutar de un día de campo en un área recreativa
- Visitar el centro de interpretación del Parque natural
- Visitar museos
- Otros:

2. Por favor, de los siguientes elementos del paisaje señale **SOLO DOS** (x) como los que más valora de la Sierra de Aracena.

- La montaña
- El agua (ríos, arroyos, fuentes, embalses)
- Los polígonos industriales
- Los castaños
- Las dehesas
- Los pueblos
- Las aldeas
- Los castillos
- Los bosques
- Las nuevas urbanizaciones
- Los monumentos
- Las huertas y frutales
- Las minas
- Los caminos, senderos

- La vivienda tradicional
- Otros: _____

3. Exprese su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: **Puede contestar SI / NO/ o R (en ocasiones, algunas veces...)**

- a) Los nuevos desarrollos urbanísticos han respetado el paisaje serrano _____
- b) Hay zonas de cultivo abandonadas _____
- c) Hay muchas zonas de actividad industrial y los polígonos _____
- d) Hay dehesas abandonadas _____
- e) Hay aldeas abandonadas _____
- f) Se ha cuidado la imagen de los pueblos en cuanto a publicidad y señalización _____
- g) Hay zonas deforestadas _____
- h) Hay basura y vertederos incontrolados _____
- i) Las riberas y ríos están limpios y bien conservados _____
- j) Existen lugares muy valiosos que están degradados _____
- k) El patrimonio monumental está deteriorado _____
- l) El aparcamiento de vehículos y la circulación urbana está bien regulada _____

4. ¿Ha visitado algunos miradores en la Sierra? (x)

- No (pase a la pregunta 5)
- Si ¿Cuál/ Cuales?

.....

Exprese su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a LOS MIRADORES: **Puede contestar SI / NO/ o Regular (en ocasiones, algunas veces...)**

- Bien situados _____
- Accesibles _____
- Bien indicados y señalizados _____
- Buen estado de mantenimiento y conservación _____
- Contienen elementos explicativos de lo que se ve _____
- Son suficientes _____

5. Un lugar de la Sierra que considere un **MAGNIFICO PAISAJE:**

Un lugar de la Sierra que considere un **PAISAJE DEGRADADO:**

6. Diga si estaría de acuerdo con medidas que supusieran: **conteste por favor SI O NO.**

- Aumentar la conservación de la Sierra (rehabilitar, limpiar, prohibir actividades lesivas, controlar...) _____
- Fomentar las actividades tradicionales (apoyar la dehesa, productos alimentarios, huertas, etc.) _____
- Restringir y controlar la actividad turística _____
- Restringir los nuevos crecimientos urbanísticos _____
- Impuesto turístico, pago por equipamientos y servicios al turista _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION