

JOAN NOGUÉ

Cátedra de Geografía y Pensamiento Territorial. Universidad de Girona
Director del Observatorio del Paisaje de Cataluña

Territorios sin discurso, paisajes sin imaginario. Retos y dilemas

RESUMEN

El paisaje es cultura y, precisamente por eso, es algo vivo, dinámico y en continua transformación. Ahora bien, hoy día determinados paisajes están sometidos a unas transformaciones muy intensas, bruscas y rápidas, lo que les conduce a una evidente degradación y banalización, sobre todo en términos de pérdida de sus valores patrimoniales y simbólicos tradicionales. Son a estos paisajes a los que el artículo se referirá, planteando algunos de los principales retos conceptuales y metodológicos con los que nos enfrentan, en concreto los de la globalización, hibridación, efimeralidad, legibilidad, invisibilidad y representación.

RÉSUMÉ

Des territoires sans discours, des paysages sans imaginaire. Défis et des dilemmes.- Paysage est culture et c'est pour cette raison que c'est quelque chose vive, dynamique et dans une transformation continue. Cependant, maintenant il y a quelques paysages que sont soumis à des transformations très intenses, brusques et rapides, que les conduise à une évidente dégradation et banalisation, surtout en termes de perte de ses valeurs patrimoniaux et symboliques traditionaux. C'est à ces paysages auxquels l'article se rapportera, en projetant cer-

tains des défis principaux (conceptuels et méthodologiques) avec ces que nous opposent: ceux-là de la globalisation, hybridation, éphémé-ralité, lisibilité, invisibilité et représentation.

ABSTRACT

Territories without discourse, landscapes without imaginary. Challenges and dilemmas.- Landscape is culture and this is why it is something alive, dynamic and in continuous transformation. However, nowadays certain landscapes are exposed to intense, sudden and fast transformations, what leads them to an obvious degradation and trivialization, above all in terms of losing heritage and traditional symbolic values. The article refers to these landscapes, suggesting some of the main conceptual and methodological challenges that they face up to, specifically: globalization, hybridization, ephemerality, legibility, invisibility and representation.

Palabras clave / Mots clé / Key words

Paisaje, banalización, legibilidad, invisibilidad, representación.
Paysage, banalisation, lisibilité, invisibilité, représentation.
Landscape, trivialization, legibility, invisibility, representation.

LA INVESTIGACIÓN sobre el proceso de creación histórica de los valores patrimoniales y simbólicos que hoy reconocemos en muchos paisajes no sólo es imprescindible, sino apasionante. Entender los factores que incidieron en este proceso y las modalidades del mismo se ha revelado como un conocimiento fundamental no sólo en el ámbito de la investigación huma-

nística, sino también para una adecuada orientación de las recientes políticas de protección, gestión y ordenación del paisaje que se están dando en el contexto europeo. Sin embargo, en el texto que sigue a continuación voy a situarme en otro plano y en otra perspectiva. Me pregunto qué pasa con aquellos paisajes que han perdido todo su valor simbólico y patrimonial.

¿Qué hacer, desde el punto de vista simbólico y patrimonial, con los paisajes de los territorios fuertemente transformados, de los territorios densos, rotos, sin valores aparentes? Me refiero sobre todo, aunque no sólo, a los paisajes de los entornos urbanos y metropolitanos sometidos a fuertes presiones urbanísticas y a los paisajes originados por el turismo de masas que se inicia en nuestro país a partir de la década de 1960, por poner dos ejemplos. Estoy pensando, por tanto, en los territorios y en los paisajes que han perdido o cambiado radicalmente y en muy poco tiempo su discurso y su imaginario. He ahí lo que yo he calificado de territorios sin discurso y de paisajes sin imaginario.

La dispersión del espacio construido, la urbanización diseminada sin pautas ni control, el crecimiento urbanístico desvinculado de los asentamientos urbanos tradicionales, la explosión de la ciudad (es decir, la metropolización del territorio), junto con la implantación de infraestructuras de todo tipo (algunas de ellas muy pesadas, muy duras), han provocado en muy poco tiempo una intensa fragmentación territorial y una radical transformación paisajística que ha cuestionado en profundidad la identidad de muchos lugares; proceso agravado, dicho sea de paso, por una cierta homogeneización y banalización urbanística y arquitectónica, sobre todo en los espacios suburbanos, periféricos, de transición, en los que, efectivamente, es inevitable detectar un punto de sordidez, de desorden y de desconcierto.

El diagnóstico es claro y las causas y las consecuencias conocidas, por lo que no incidiré más en ello. Voy a limitarme en las páginas que siguen a señalar los retos conceptuales y metodológicos que la situación descrita nos plantea, retos que, a mi entender, son nuevos, porque la situación también es nueva: nunca habíamos sido capaces de consumir tanto territorio en tan pocos años (en el caso de la región metropolitana de Barcelona, en treinta años se ha consumido tanto territorio como en toda la historia precedente); nunca habíamos transformado el territorio a la velocidad en que lo hemos hecho estos últimos decenios; nunca habíamos estado tan interconectados con el resto del mundo y, en consecuencia, nunca habíamos recibido y compartido tantos elementos identitarios. He ahí, en definitiva, una situación nueva, que genera unos territorios y unos paisajes insólitos hasta el momento y que nos enfrenta a nuevos retos conceptuales y metodológicos. Seis serán los retos que plantearé a continuación: los de la globalización, hibridación, efimeralidad, legibilidad, invisibilidad y representación. No son los únicos,

ciertamente, pero sí algunos de los más significativos. Vamos por el primero, el de la globalización.

I

EL PESO DE LA GLOBALIZACIÓN

El paisaje ha tenido y sigue teniendo un papel relevante en el proceso de formación, consolidación y mantenimiento de identidades territoriales (NOGUÉ, 2005 y 2006). Esta afirmación no se aleja demasiado del mensaje de fondo que filtra la vieja trilogía paisaje-cultura-región, tan presente en los estudios geográficos de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. En la tradición geográfica vidaliana el paisaje es la fisonomía característica que nos revela una porción del espacio concreta (una región) y la distingue de otras regiones. Es en la región donde cristalizan las relaciones sociedad-naturaleza y ello otorga a la misma un carácter distintivo que la hará única e irrepetible y que se materializará y visualizará a través del paisaje. Esta vieja trilogía paisaje-cultura-región también se hará presente en la geografía norteamericana de la primera mitad del siglo XX, inspirada en la obra de Carl O. Sauer. Y, en el fondo, también se manifiesta en la geografía fenomenológica de las décadas de 1970 y 1980. Las perspectivas fenomenológicas en geografía, también en arquitectura: en la obra, por ejemplo, de Christian NORBERG-SCHULZ (1980) o de Christopher ALEXANDER (1979), profundizan en esta línea, salvando todas las distancias metodológicas y contextuales que uno quiera. Geógrafos como David SEAMON (1993) o Edward RELPH (1976) buscan la esencia del paisaje, su supuesto carácter, también (aunque no sólo) a través de la asociación paisaje-cultura-región, expresada ahora con otros términos, como los de paisaje-identidad-lugar.

Ésta es, *grosso modo*, la tradición académica e intelectual que ha mantenido viva hasta hoy la firme convicción de que el paisaje ha tenido siempre un papel relevante en la formación, consolidación y mantenimiento de identidades territoriales; tradición que ha tenido su correspondiente traducción, su contrapartida, en algunos ámbitos intelectuales, e incluso políticos. Ahora bien, ¿podemos seguir manteniendo aún hoy la vieja trilogía paisaje-cultura-región en todos los rincones del territorio y en un contexto de globalización acelerada como el que tenemos encima? Debemos preguntarnos seriamente si las dinámicas territoriales contemporáneas no ponen en duda y cuestionan el sentido que hasta ahora habíamos dado a conceptos como lu-

gar y, aún más, a asociaciones como identidad=lugar=paisaje. Es lícito y necesario preguntarse cómo y de qué manera, en un contexto de globalización galopante, las interconexiones entre las fuerzas globales y las particularidades locales alteran las relaciones entre identidad, significado y lugar.

Efectivamente, hay que reconocer que los lugares (y sus paisajes) han recibido sin duda el impacto de las telecomunicaciones, de la mayor velocidad de los sistemas de transporte, de la mundialización de los mercados, de la estandarización de las modas, de los productos, de los hábitos de consumo. La identidad de los lugares tradicionales, basada en una «cultura territorializada», en un paisaje identitario, se ha visto, en efecto, trastocada, pero no aniquilada. Con esto quiero decir que los lugares (y sus paisajes) no han desaparecido, a diferencia de lo que creen Marc Augé y otros. Han aparecido «no-lugares» (AUGÉ, 1998), pero no se ha perdido el sentido de lugar. A pesar de la creciente homogeneidad de la producción cultural internacional, aún hay muchos y distintos espacios que expresan sentimientos de comunidad, sentimientos de identidad, en definitiva. Las ideas y las imágenes producidas y comercializadas globalmente son percibidas y utilizadas de manera diferente por los seres humanos en diferentes puntos del planeta y al mismo tiempo. No sabemos exactamente por qué esto es así, pero lo cierto es que los seres humanos siguen creando lugares en el espacio y los siguen impregnando de significados: las sociedades contemporáneas, a pesar de todo, redescubren, reivindican, reinventan lugares y paisajes.

Se hace difícil entender los nuevos territorios, los paisajes sometidos a intensas transformaciones a los que hace referencia este artículo, si no entendemos antes cómo se han visto afectados por los actuales procesos de globalización, en el marco de la inesperada e imprevista tensión dialéctica entre lo local y lo global. Entender la globalización desde un punto de vista territorial implica entender que los lugares siguen siendo lugares, pero no de la misma manera. Éste es el gran reto que nos plantea la globalización en cualquier parte, pero muy especialmente en aquellos territorios que están reformulando su discurso territorial y su imaginario paisajístico. Los modelos de urbanización, las tipologías constructivas, los patrones de ocupación del suelo, la estética de estos territorios fuertemente transformados, de estos territorios densos y sin valores aparentes, se entienden mucho mejor en el marco de la globalización. Pero, ¿hasta qué punto esta globalización ha afectado y transformado el sentido del lugar de estos lugares,

res, valga la redundancia, así como los valores tradicionales de sus paisajes? He aquí el primer reto, en estrecha relación con otro: el de la hibridación.

II

DE LA NITIDEZ A LA HIBRIDACIÓN

No hay duda de que la estructura y la morfología de muchos de los paisajes del país han cambiado radicalmente a lo largo de estos últimos años. Hasta hace muy pocas décadas, los distintos usos del suelo tenían unos límites relativamente nítidos: sin ir más lejos, se podía percibir sin demasiada dificultad dónde terminaba la ciudad y dónde empezaba el campo. Los núcleos urbanos se presentaban compactos. A su alrededor, el espacio agrícola ocupaba las tierras fértiles tanto de la llanura más inmediata como de las vertientes de las montañas más cercanas, donde se conseguía ampliar la superficie cultivable a partir de bancales y muros. En nuestras latitudes mediterráneas la zonificación rural, bastante compacta, era clara y consistía, partiendo de forma bastante concéntrica de los pueblos o de las casas de campo, en una zona de huerta, una zona de secano con cereales, vid y olivos, una zona de prados y de matorrales donde se practicaba el pastoreo extensivo y, finalmente, una zona forestal, el bosque propiamente dicho.

En la actualidad, la estructura y morfología del paisaje de la mayor parte del territorio (también el rural, aunque menos) se caracteriza por una alta fragmentación. La zonificación característica del paisaje tradicional se ha transformado radicalmente y ha derivado hacia una gran dispersión de usos y de cubiertas del suelo. La antigua zonificación se ha difuminado, se ha perdido la claridad en la delimitación zonal, la compatibilidad se ha roto y ha terminado por imponerse un paisaje mucho más complejo, un paisaje de transición, un paisaje híbrido, cuya lógica discursiva es de más difícil aprehensión, hasta el punto de que nos obliga a preguntarnos a menudo si el *genius loci* correspondiente no ha huido de él; si no habremos cambiado realmente de lugar, de país, parafraseando la excelente obra de David LOWENTHAL (1998), *The Past is a Foreign Country*. De hecho, cuando se observan con detenimiento los fotogramas del famoso «vuelo americano» de 1956, uno tiene realmente la sensación de estar contemplando otro territorio, de habernos equivocado de país.

Sea como fuere, he aquí el reto de la hibridación, siempre presente en los paisajes de frontera difusa, co-

mo son los paisajes de mutación intensa, los paisajes de la dispersión, los *sprawlscapes*, paisajes que ocupan amplias extensiones de territorio en forma de manchas de aceite y que transmiten una nueva concepción del espacio y del tiempo. La hibridación propia de las fronteras territoriales, de los paisajes periféricos a los cuales aquí hacemos referencia nos obliga a preguntarnos si podemos seguir concibiendo el lugar como una categoría geográfica (y ontológica) «pura», en el sentido de contener una supuesta y exclusiva homogeneidad y coherencia internas. ¿La hibridación puede generar lugares? Es probable que, hace medio siglo, la respuesta hubiera sido negativa. La tradición académica hegemónica en aquel momento (y en determinados círculos aún hoy) no habría contemplado esta posibilidad. Pero es que probablemente la pregunta no se hubiera planteado, no hubiera tenido sentido. Tampoco nos habríamos preguntado hace medio siglo si los lugares pueden ser móviles, o si los lugares (y especialmente los paisajes) pueden ser virtuales, y ahora nos lo preguntamos.

Segundo reto, por tanto: la hibridación. Es realmente un reto entender la lógica de esta hibridación, hasta qué punto afecta, altera o genera lugar y hasta qué punto han desaparecido de sus paisajes los valores tradicionales. Sea cual sea la respuesta, el hecho es que la hibridación incrementa la sensación de efimeralidad, el tercer reto que plantean los paisajes aquí analizados y al que haré referencia a continuación.

III EL RETO DE LA EFIMERALIDAD

¿Qué podemos decir sobre la efimeralidad de nuestras sociedades que no hayan dicho ya filósofos como Ilya Prigogine o sociólogos como Zygmunt Bauman? BAUMAN (2003) califica el mundo actual de «líquido», en el sentido de que todos los ámbitos y rincones de la vida actual estarían sometidos a un proceso de licuefacción, inclusive los vínculos humanos. La geografía como disciplina no ha podido escapar a este proceso, ya que el concepto de espacio, que era su objeto más sólido, aferrado a la realidad del mundo físico frente a la volatilidad más tradicional del tiempo, también se ha vuelto, de alguna forma, más «líquido» (HIERNAUX, 2006). Nuevos procesos están impactando las ciudades y estos procesos están marcados por la movilidad, la fluidez, la falta de estabilidad y el imperio de lo efímero, sobre todo entre sus manifestaciones estéticas y lú-

dicas. Por otra parte, la reestructuración de la producción, en todos sus ámbitos, ha generado nuevas formas de trabajo que remiten a lo efímero, lo temporal, lo no duradero. Se acentúa, en definitiva, la volatilidad y la efimeralidad de las modas, de los productos, de las técnicas, de los procesos laborales, pero también de las ideas, de las ideologías, de los valores, de los símbolos. Se enfatizan las virtudes de la instantaneidad, de la obsolescencia instantánea. La espacialidad de la efimeralidad y de la fugacidad se está escribiendo continuamente y nosotros mismos formamos parte de ella.

La efimeralidad es una categoría que afecta al conjunto de espacios contemporáneos, pero muy especialmente a los urbanos y, en ellos, sobre todo a los periféricos. En efecto, emergen en la ciudad nuevas geografías basadas en la efimeralidad (y también en la fugacidad) estructuradas en forma de redes espaciales extraordinariamente dinámicas y variadas que pocas veces tenemos en cuenta. He aquí, por ejemplo, las geografías de los «pizzeros» y de sus recorridos urbanos; las geografías de la noche (las del lumpen, las de las actividades ilegales que precisan de la nocturnidad); las geografías de la sexualidad y sus correspondientes cartografías del deseo (los puntos de prostitución en zonas públicas, los contactos sexuales fortuitos en lugares no definidos); las geografías de los mendigos y vagabundos, de los músicos de calle, de los vendedores y de los mercados ambulantes no autorizados; las geografías de las tribus urbanas, que a menudo delimitan sus territorios a través de *tags* y *graffitti*; en definitiva, un sinfín de redes espaciales que configuran otras geografías, a veces incluso con un cierto carácter disidente y alternativo y casi siempre heterodoxas, desconocidas y vistas con recelo, por su carácter trasgresor, nómada, de muy difícil localización y delimitación geográficas y, precisamente por ello, fuera de control. El saber geográfico ha proporcionado siempre al poder una información espacial de carácter durable, cartesiano, que le ha permitido controlar y gestionar el territorio con probada eficacia. Pero este mismo saber geográfico demuestra tener serias dificultades para describir y analizar lo nómada, lo efímero, lo fugaz... y el poder otras tantas para controlarlo y gestionarlo.

El tiempo efímero ha penetrado también profundamente en la vida de los espacios urbanos turísticos (a los que pocas veces podemos calificar de ciudad), creando nuevos paisajes basados en la efimeralidad y en la fugacidad y complicando muchísimo, junto con la hibridación, su legibilidad, el cuarto reto que quería plantear en este artículo.

IV UNA COMPLEJA LEGIBILIDAD

La legibilidad semiótica de los paisajes contemporáneos sometidos a intensas transformaciones es compleja. No es nada fácil la descodificación de sus símbolos. La legibilidad de estos nuevos paisajes es más complicada que la propia del paisaje urbano compacto, aquella que aprendimos de la semiología urbana. En su ya clásico tratado sobre la imagen de la ciudad, Kevin LYNCH (1960) resaltaba cinco categorías esenciales para la lectura del paisaje urbano convencional: señales, nodos, senderos, umbrales y áreas homogéneas. ¿Qué categorías, qué claves interpretativas permitirían leer hoy el paisaje de la dispersión, el *sprawl*? Seguramente existen, y más pensadas para ser leídas en coche que no a pie, pero son, sin duda, más efímeras que las propuestas por Kevin Lynch, y de más difícil legibilidad. No es fácil integrar en una lógica discursiva clara y comprensible los territorios fracturados y desdibujados de los paisajes de frontera, paisajes que a veces parecen itinerantes, nómadas, porque son repetitivos, porque son los mismos en todas partes. Son los paisajes que alternan sin solución de continuidad adosados, terrenos intersticiales yermos y abandonados, polígonos industriales o simulacros de polígonos industriales, viviendas dispersas, edificaciones efímeras, vertederos incontrolados, cementerios de coches, almacenes precarios, viveros, paredes medianeras dejadas de la mano de Dios, líneas de alta tensión, antenas de telefonía móvil, carteles publicitarios (o sus restos), descampados intermitentes..., en fin, un desorden general, que genera en el ciudadano una desagradable sensación de confusión, de insensibilidad, de desconcierto.

¿Cómo debemos interpretar estos paisajes? ¿Tienen valores? ¿Si no es así, es posible dotarles de valores? ¿Cómo leer estos paisajes, muchos de ellos vacíos, desocupados, aparentemente libres, que parecen tierra de nadie, territorios sin rumbo ni personalidad aparentes? Son espacios indeterminados, de límites imprecisos, de usos inciertos, expectantes, en ocasiones una mezcla entre lo que han dejado de ser y lo que no se sabe si serán. Muchos de ellos son *terrains vagues*, enigmáticos lugares que parecen condenados a un exilio desde el que contemplan, impasibles, los dinámicos circuitos de producción y de consumo de los que han sido apartados y a los que algunos (no todos) volverán algún día. Estos espacios intersticiales invisibles, opacos y abandonados se multiplican en las periferias urbanas, entre y a los lados de autopistas, autovías y cinturones

orbitales, todos ellos potentes ejes viarios imprescindibles para que el nuevo sistema urbano funcione esquivando la continua amenaza del colapso. Estos espacios yermos entre autopistas han servido en muchas ocasiones de escenarios más bien tenebrosos y fúnebres para el cine de acción y la novela negra. Son el decorado preferido, por ejemplo, de James Graham BALLARD (2000 y 2002), uno de los escritores que más y mejor partido ha sacado de los mismos. Novelas como *Crash* y *La isla del cemento*, publicadas en su versión original en 1971 y 1973, respectivamente, con acentuadas dosis de erotismo y violencia, y sirviéndose del automóvil como metáfora sexual y también como metáfora global de la vida del individuo en la sociedad contemporánea, son un verdadero canto a uno de los paisajes más desolados e inhóspitos de nuestros entornos metropolitanos.

Los territorios parecen no poseer discurso y los paisajes imaginario cuando su legibilidad se vuelve extremadamente compleja, tan compleja que se acerca a la invisibilidad, el quinto reto anunciado.

V ¿CÓMO HACER VISIBLE LO INVISIBLE?

Nuestras geografías cotidianas están llenas de paisajes incógnitos y de territorios ocultos, en buena medida debido a su compleja legibilidad. Cuando no entendemos un paisaje, no lo vemos: lo miramos, pero no lo vemos. Por eso, aunque no seamos conscientes de ello, aunque no los veamos ni los miremos, lo cierto es que nos movemos cotidianamente entre paisajes incógnitos y territorios ocultos, entre geografías invisibles sólo en apariencia. Las geografías de la invisibilidad (aquellas geografías que están sin estar) marcan nuestras coordenadas espaciales y temporales, nuestros espacios existenciales, puede que no más, pero sí tanto como las geografías cartesianas, visibles y cartografiables propias de las lógicas territoriales hegemónicas.

Muchos de estos paisajes híbridos, periféricos y de frontera de los que hablamos se corresponden con espacios marginales, tanto desde el punto de vista geográfico como social. Se trata de las zonas inseguras, indeseables, desagradables, fácilmente sorteables y escamoteables a la mirada y que todos conocemos. Son los territorios de la ciudad oculta, que sólo entrarán en escena cuando, por diferentes razones, el espacio que ocupan se convierta en deseable, bien por procesos de aburguesamiento (*gentrification*), bien por otras vías.

Vemos los paisajes que «deseamos» ver, es decir aquellos que no cuestionan nuestra idea de paisaje, construida socialmente (NOGUÉ, 2007). Dicho de otra forma: buscamos en el paisaje aquellos modelos, aquellos patrones que se ajustan a los que tenemos en nuestro inconsciente colectivo, o que más se aproximan a ellos. Y por eso estos paisajes periféricos y fuertemente transformados son invisibles a los ojos de determinados grupos y sectores sociales.

Definitivamente, las geografías de la invisibilidad y sus correspondientes paisajes ocultos están aún por describir, por interpretar. Y es posible hacerlo en el marco de una ontología de lo visible ya anunciada en su día por Maurice MERLEAU-PONTY (1975) y basada en el convencimiento de que lo no visible está completamente entrelazado con lo visible; pero no como un simple hueco en la malla de lo visible, sino como la base que lo sustenta. Se establece entre los dos la misma relación que entre la luz y la oscuridad, que entre el blanco y el negro (como decía Paul Valéry, accedemos a la secreta negrura de la leche a través de su blancura). Una ontología reforzada por las aportaciones de la Gestalt y de todas las teorías de la percepción, que inciden una y otra vez en que la realidad está constituida, a la vez, por presencias y ausencias, por elementos que se manifiestan y otros que se esconden, pero que siguen estando allí. En otras palabras: la realidad no es sólo lo que se ve. Lo visible no puede identificarse con lo real, y viceversa. Nada mejor que el paisaje para aplicar una ontología de lo visible, porque el paisaje es, a la vez, una realidad física y la representación que culturalmente nos hacemos de ella; la fisonomía externa y visible de una determinada porción de la superficie terrestre y la percepción individual y social que genera; un tangible geográfico y su interpretación intangible. Es, a la vez, el significativo y el significado, el continente y el contenido, la realidad y la ficción.

En el caso de los territorios que han perdido o que están cambiando su discurso, debemos conseguir penetrar en lo invisible a través de lo visible; hacer visible aquello que miramos, pero no vemos. ¿Cuál es la llave para aprender a mirar lo que no se ve, para convertirse en una especie de zahorí del paisaje? Hay que ganar la batalla de la invisibilidad, profesionalmente y socialmente. Y es muy probable que ganemos esta batalla a través de la representación. Como afirmábamos hace un momento, vemos los paisajes que «deseamos» ver, aquéllos que no cuestionan nuestra idea de paisaje, construida socialmente; aquéllos que no cuestionan los arquetipos paisajísticos predominantes. Es el reto de la

representación, el último reto que quería plantear en este artículo y en el que más me extenderé.

VI

LA REALIDAD Y SU REPRESENTACIÓN

Empezaré con un ejemplo anecdótico, pero no por ello menos significativo: la proliferación, en los últimos tiempos y en las principales vías de entrada de muchos pueblos y ciudades, de enormes carteles publicitarios en los que se anuncia, ni más ni menos, que la propia localidad a través de una fotografía de la misma. Se trata de una fotografía de dimensiones colosales en la que se muestra la imagen más típica y estereotipada de la ciudad o el pueblo en cuestión. Lo curioso del caso es que estos paneles informativos suelen estar emplazados de tal manera que se percibe, a la vez, el paisaje real y el representado, el original y la copia, hasta el punto de que uno no sabe muy bien qué mirar primero ni cómo mirarlo, puesto que las dos imágenes (la real y su correspondiente representación) son la misma, al menos aparentemente. Me pregunto qué sentido tiene esta estrategia comercial y turística de los lugares y de sus paisajes basada en la reiteración, en la redundancia comunicativa, en un obvio juego de espejos entre realidad y ficción.

Desde mi punto de vista estos carteles son una muestra más de que, efectivamente, nos hallamos ya de lleno en una sociedad de la visualización inducida, en la que la construcción de imágenes y, por descontado, de paisajes, ha triunfado. Las imágenes del paisaje son tan extraordinariamente cotidianas en nuestro universo visual que han llegado a orientar nuestra percepción de la realidad. Y así, hoy día, en el proceso de apreciación estética del paisaje, lo que se sabe (la información visual sobre el paisaje) condiciona y cuestiona lo que se experimenta (la propia vivencia del paisaje). La mayoría de la gente califica como bello un paisaje cuando puede reconocer en él un antecedente avalado mediáticamente y, de hecho, el éxito o el fracaso de la experiencia turística, por poner sólo un ejemplo, dependerá, en buena medida, del nivel de adecuación de los paisajes contemplados «en directo» a aquellas imágenes de los mismos que previamente se nos indujo a visitar y a conocer desde una revista, un documental de televisión o una agencia de viajes.

He ahí la definitiva mercantilización de los lugares y de sus paisajes, tan propia de las sociedades y de las economías postmodernas y postindustriales. Una de las

paradojas fundamentales de la postmodernidad (en el marco de la crisis de la autenticidad) es la clara diferenciación entre la realidad y su representación y la correspondiente celebración de la inautenticidad, algo muy en línea con la filosofía que inspira los parques temáticos. En su novela *Inglaterra, Inglaterra*, Julian Barnes (1999) desarrolla con lucidez esta tensión entre lo auténtico y lo simulado, entre el original y la copia, sirviéndose para ello de un parque temático.

Más allá de los parques temáticos propiamente dichos, parece claro que vamos camino de la tematización del conjunto del paisaje y es desde esta perspectiva desde la que quizá se interpreten mejor los mencionados carteles. Se nos enseña lo que ya podríamos ver por nosotros mismos no por puro *citymarketing* barato, ni porque seamos idiotas, sino porque, de acuerdo con lo dicho hace un momento, el paisaje real, para adquirir más relevancia, debe ser «mediatizado»; debe pasar por el poderoso filtro de la imagen, a ser posible estereotipada (y, aún mejor, arquetípica). El consumo de los lugares no es completo si antes no hemos consumido visualmente sus imágenes, como ya desarrolló en su día John URRY (1990) al explorar a fondo lo que él denominaba la «mirada turística», en el marco de una sugerente semiótica de la imagen visual. Sucede con el paisaje algo parecido a lo que, en relación con la fotografía, ya avanzó en su momento Walter Benjamin y que más tarde desarrolló Kenneth GERGEN en *El yo saturado* (1992):

«La cuestión no es saber si las relaciones entabladas a través de los medios se aproximan en su significación a las normales, sino más bien si las relaciones normales pueden aproximarse a los poderes del artificio. (...) Las vacaciones dejan de ser *reales* si no las hemos filmado; las bodas se convierten en acontecimientos preparados para la cámara fotográfica y el vídeo; los aficionados al deporte prefieren ver los encuentros por la televisión en lugar de acudir al estadio, ya que lo que ven en la pantalla les parece más próximo a la realidad. Recurrimos cada vez más a los medios, y no a nuestra percepción sensorial, para que nos digan lo que pasa» (pág. 85).

El paisaje real se ve substituido cada vez más por su imagen, por su simulacro mediático, olvidando que los paisajes, en palabras de Eduardo Martínez de Pisón, son rostros que revelan formas territoriales y que su verdadera aprehensión precisa de una sensibilidad vivencial y cultural que se genera con mucha más facilidad a través de la auténtica percepción sensorial integral, sólo posible mediante el contacto directo entre el individuo y su entorno.

El caso expuesto a modo de ejemplo de estos carteles publicitarios nos remite a algo mucho más serio y

complejo: los arquetipos paisajísticos. Parece demostrado que, a menudo, la contemplación del paisaje real contemporáneo está teñida de un paisaje arquetípico transmitido de generación en generación a través de múltiples vías y caminos (pintura de paisaje, fotografía, escuela, medios de comunicación). La falta de legibilidad y la pérdida del imaginario paisajístico de muchos paisajes contemporáneos tiene mucho que ver, de hecho, con lo que podríamos calificar de «crisis de representación», es decir el abismo cada vez mayor entre el paisaje arquetípico transmitido de generación en generación y el paisaje real, cada vez más homogéneo y banal, sobre todo en las periferias urbanas y en las áreas turísticas. Este paisaje arquetípico se habría generado en el marco de un proceso de «socialización» del paisaje que tendría lugar en un momento determinado de la historia y que sería impulsado por una élite cultural, literaria y artística procedente de un determinado grupo social, que elaboraría una metáfora y la difundiría al conjunto de la sociedad.

Está por ver, claro está, si la imagen seleccionada era la mayoritaria y cuáles se dejaron de lado, porque debemos admitir que todas ellas, en tanto que representaciones sociales del paisaje, tienen (tenían) la misma legitimidad social. Sea como fuere, lo cierto es que se produce una socialización de un paisaje arquetípico que nos ha llegado hasta hoy a través de diversas imágenes que han creado un imaginario colectivo, compartido y socialmente aceptado. El arquetipo paisajístico inglés, por ejemplo, sigue siendo muy potente y, en él, el pasado tiene un peso enorme. Es conocida la habilidad típicamente inglesa para saber mirar el paisaje a través de sus asociaciones con el pasado y para evaluar los lugares en función de sus conexiones con la historia. Un paisaje bucólico, pintoresco, ordenado, humanizado, verde y con bosques caducifolios conforma el ideal de belleza paisajística para la mayoría de los ingleses. El paisaje es aquí concebido casi como una vieja antigüedad. David MATLESS (1998), en su libro *Landscape and Englishness*, va más allá y muestra cómo el paisaje típicamente inglés es un elemento fundamental de la «anglicidad», es decir la esencia de lo inglés. En Francia, Yves LUGINBHUL (1989), Augustin BERQUE (1990 y 1995), Alain ROGER (1997) y sobre todo Pierre NORA (1984) en el libro colectivo *Les Lieux de mémoire*, entre muchos otros y cada uno a su manera, también apuntan en la misma dirección.

En Cataluña, los estudiosos del modernismo y del denominado *noucentisme*, han llegado a la misma constatación (MARFANY, 1995). Entre finales del siglo

XIX y el primer tercio del siglo XX se establecieron las bases del pensamiento catalanista contemporáneo. Estas bases se caracterizan, entre otros aspectos, por contener dos raíces hasta cierto punto contradictorias, también en términos paisajísticos: la del modernismo y la del *noucentisme*. La primera responderá a los cánones del nacionalismo romántico de inspiración germánica; la segunda, a un nacionalismo clasicista lleno de referencias a la mediterraneidad y de apariencia más cívica y de acción. Las dos perspectivas han tenido una notable difusión e incidencia desde un punto de vista territorial y paisajístico, aunque demasiado a menudo esta dimensión pase desapercibida. *Grosso modo*, el modernismo y el *noucentisme* generaron los dos arquetipos paisajísticos con los que Cataluña ha convivido a lo largo del último siglo: el de la Cataluña verde, húmeda, pirenaica, de montaña, impulsado por la *Renai-xença* y recogido en buena parte por el modernismo, y el de la Cataluña mediterránea, marítima, soleada e intensamente humanizada generado por el *noucentisme*. Dos arquetipos que se han ido alternando, en algunas ocasiones complementándose y en otras excluyéndose. ¿Cuál ha sido el arquetipo predominante? ¿Cuál de los dos discursos paisajísticos ha sido el preferido? Desde mi punto de vista y si nos situamos en el registro estrictamente ideológico y político, el primero; hegemónico, creo, aún hoy, porque, de hecho, la recuperación de las instituciones democráticas catalanas a partir de 1978 significó no tanto una renovación del discurso ideológico identitario de carácter territorial y paisajístico, como una recuperación de aquellas bases generadas siete décadas antes y, más concretamente, el enaltecimiento del paisaje arquetípico de la montaña y, por extensión, de la Cataluña vieja, y en términos de patrimonio arquitectónico una absoluta predilección por el arte románico y el gótico y un casi desprecio por el barroco y el neoclasicismo.

Me atrevería a afirmar, además, que la preeminencia del arquetipo paisajístico ya mencionado ha tenido efectos geopolíticos internos indeseables, al infravalorar el paisaje de la Cataluña no asociada al patriotismo, la que no fue escenario de las gestas medievales ni de sus mitos épicos: la Cataluña seca, los territorios del sur del país. Se quejaba a menudo de ello el geógrafo Josep Iglésies, un hombre del sur, al constatar que ni las guías del Centro Excursionista de Cataluña dedicaban la atención debida a la zona, en contraste con una Cataluña vieja muy bien representada desde este punto de vista. Una Cataluña vieja (sobre todo la pirenaica y prepirenaica) en la que encajaba bien el estereotipo paisajístico

suizo, que se convirtió en eslogan turístico y que, curiosamente, se aplicó a diferentes valles y comarcas (ROMA, 2000). El valle de Camprodon era la «Suiza de los barceloneses» en palabras de Carles Bosch de la Trinxeria, pero Víctor Balaguer la aplicó a la Cerdaña, Josep Pleyan de Porta la utilizó para describir el Valle de Aran, Dolors Moncerdà de Macià se sirvió de la misma imagen para cantar la belleza del lago de Banyoles y, en 1908, mosén Gelabert irá más allá y titulará su conocido itinerario turístico por la comarca de Olot *Guia il·lustrada d'Olot y ses valls. La petita Suissa Catalana*.

Los paisajes de referencia que se desprenden del arquetipo paisajístico mayoritario siguen hoy marcando la pauta, aunque es cierto que algunas acertadas decisiones tomadas en el ámbito de las políticas territoriales y ambientales y también de las estrategias turísticas han dado su fruto y han permitido incorporar al club de los paisajes de referencia estereotipados algunos paisajes inexistentes hace solamente treinta años. Me refiero, por ejemplo, a los paisajes de los humedales (los del Ampurdán y los del Delta del Ebro) o los de la viña (pensemos en la Ruta del Císter y en el Priorato), por no hablar de algunos otros ejemplos geográficamente más limitados, como el paisaje volcánico de la Garrotxa, prácticamente olvidado hasta hace tres décadas. La famosa escuela de pintura paisajística de Olot no reflejó de una manera evidente y explícita la dimensión volcánica de la zona, mientras que ahora es la que atrae a los visitantes y la que da sentido y coherencia al primer parque natural que se declaró en la Cataluña democrática, el de la zona volcánica. Así, pues, los paisajes de referencia se han ampliado, incorporando incluso algunos núcleos urbanos, como el casco antiguo de Girona, entre otros. Eso es cierto y bueno, porque muestra que disponemos de un imaginario colectivo aún relativamente permeable, pero no resuelve el reto que tenemos delante y que planteaba hace un momento: el abismo entre el paisaje representado y el paisaje real y la incapacidad de generar nuevos paisajes con los que la gente se pueda identificar; nuevos paisajes de referencia, en definitiva.

VII A MODO DE CONCLUSIÓN

¿Y qué ocurre en este punto, entrando ya en las consideraciones finales, en relación con aquellos paisajes que han sufrido intensas y bruscas transformaciones, como ya hemos comentado hace un momento?

Sencillamente, en ellos el abismo entre realidad y representación crece mucho más y la crisis de representación del paisaje arquetípico al que estábamos acostumbrados y que ya no se corresponde con la realidad, se hace aún mayor. Si eso es así, debemos admitir que tenemos un gran desafío, por no decir un problema: el de ser capaces de dotar de nueva identidad a estos nuevos paisajes o, lo que es lo mismo, el de generar nuevos paisajes con los que la sociedad pueda identificarse. Algunos nuevos paisajes deben poder ser objeto de representación social si queremos resolver esta fractura actualmente existente entre el paisaje real y el paisaje representado.

Hasta ahora, y más allá de los núcleos urbanos compactos, no hemos sido capaces de dotar de identidad (la que sea) a unos paisajes caracterizados en su mayor parte por su mediocridad y banalidad. Nos hemos atrevido a proponer intervenciones paisajísticas que no han ido mucho más allá de la pura jardinería, porque no estaban soportadas por un nuevo discurso territorial y, por lo tanto, no nos hemos atrevido a experimentar nuevos usos y cánones estéticos. Puede que haya faltado imaginación, creatividad y sentido del lugar, pero lo cierto es que no hemos sido capaces de generar nuevos paisajes con los que la gente pueda identificarse, nuevos paisajes de referencia; no hemos sido capaces de reinventar una dramaturgia del paisaje, en palabras de Paul Virilio. Existe, sin duda, una clara sensación de divorcio, de disociación entre paisaje real y paisaje representado, lo que sugiere la necesidad de hacer algo al respecto, sobre todo en estos paisajes tan fracturados y banalizados a los que aquí hemos aludido. Mi impresión personal es que en estos momentos hay sobre la mesa tres vías, tres opiniones al respecto, tres alternativas, que se traducen también en tres actitudes diferentes:

a) La vía del *laissez faire*, que ha tenido como resultado el surgimiento de paisajes banales y mediocres en unos territorios sin rumbo y sin personalidad, despojados como están de su carácter primigenio, de su razón de ser. Esta vía la conocemos sobradamente; o por lo

menos conocemos sus consecuencias. Responde, como es obvio, a las dinámicas propias del capitalismo inmobiliario que llevamos demasiado tiempo sufriendo y que, por sorprendente que pueda parecer, ha recibido el aval intelectual de algunos artistas, arquitectos y urbanistas envueltos en una supuesta pátina de modernidad, alejada de cualquier compromiso social.

b) La vía que plantea, pura y simplemente, eliminar del imaginario colectivo los arquetipos paisajísticos, los paisajes tradicionales de referencia, que aún tenemos y que nos vienen de lejos. Hay quien defiende abiertamente esta opción como única vía para resolver de una vez esta crisis de representación, pensando que, eliminando el referente, eliminada la representación y, por lo tanto, eliminado el problema. Esta vía, además de innecesaria, no resuelve el problema.

c) La vía de la intervención pensada y participada, socialmente consensuada. Ésta es, desde mi punto de vista, la única capaz de revisar (que no aniquilar) los paisajes tradicionales de referencia, ampliando su abanico e introduciendo elementos identitarios que nos han llegado por la vía de la globalización y que se pueden fusionar perfectamente con los autóctonos. Ésta es la única manera de generar nuevos paisajes con los que la sociedad pueda identificarse; la única manera de encontrar nuevos paisajes que puedan ser objeto de representación social; la única manera, en definitiva, de superar esta fractura actualmente existente entre paisaje real y paisaje representado y de dotar de nuevos valores al primero.

No deberíamos resignarnos a la emergencia de más territorios sin discurso y de más paisajes sin imaginario. La valoración patrimonial y simbólica del paisaje no debería referirse sólo al pasado, aunque sea en el pasado cuando se elaboran y generan muchos de los valores que apreciamos y añoramos. No es fácil reformular y ampliar el imaginario paisajístico de una sociedad, pero no es imposible, si se piensa colectivamente, si se toma una opción socialmente compartida, en línea con lo que propone el Convenio Europeo del Paisaje cuando habla de los objetivos de calidad paisajística.

B I B L I O G R A F Í A

- ALEXANDER, Christopher (1979): *The Timeless Way of Building*, New York, Oxford University Press.
- AUGÉ, Marc (1998): *Los no lugares. Espacios del anónimo*, Barcelona, Gedisa.
- BALLARD, James G. (2000): *Crash*, Madrid, Minotauro.
- BALLARD, James G. (2002): *La isla del cemento*, Madrid, Minotauro.
- BARNES, Julian (1999): *Inglaterra, Inglaterra*, Barcelona, Anagrama.
- BAUMAN, Zygmunt (2003): *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica.
- BERQUE, Augustin (1990): *Médiance de milieux en paysages*, Montpellier, Reclus.
- BERQUE, Augustin (1995): *Les raisons du paysage*, Paris, Hazan.
- GERGEN, Kenneth (1992): *El yo saturado*, Barcelona, Paidós.
- HIERNAUX, Daniel (2006): «Geografía de los tiempos y de los espacios efímeros», in NOGUÉ, Joan y ROMERO, Joan, eds., *Las otras geografías*, Valencia, Tirant lo Blanch, págs. 269-284.
- LOWENTHAL, David (1998): *El pasado es un país extraño*, Madrid, Akal.
- LUGINBHUL, Yves (1989): *Paysages. Textes et représentations du paysage du siècle des Lumières à nos jours*, Paris, La Manufacture.
- LYNCH, Kevin (1960): *The Image of the City*, Cambridge, The Massachusetts Institute of Technology Press.
- MARFANY, Joan-Lluís (1995): *La cultura del catalanisme*, Barcelona, Empúries.
- MATLESS, David (1998): *Landscape and Englishness*, London, Reaktion Books.
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1975): *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Península.
- NOGUÉ, Joan (2005): «Nacionalismo, territorio y paisaje en Cataluña», in ORTEGA CANTERO, Nicolás, *Paisaje, memoria histórica e identidad nacional*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid y Fundación Duques de Soria, págs. 147-169.
- NOGUÉ, Joan (2006): «Paisaje, identidad nacional y sociedad civil en la Cataluña contemporánea», in LÓPEZ ONTIVEROS, Antonio; NOGUÉ, Joan; ORTEGA CANTERO, Nicolás, *Representaciones culturales del paisaje. Y una excursión por Doñana*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, págs. 41-58.
- NOGUÉ, Joan, ed., (2007): *La construcción social del paisaje*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- NORA, Pierre, ed. (1984-1992): *Les Lieux de mémoire*, Paris, Gallimard.
- NORBERG-SCHULZ, Christian (1980): *Genius Loci: Toward a Phenomenology of Architecture*, New York, Rizzoli.
- RELPH, Edward (1976): *Place and Placelessness*, London, Pion.
- ROGER, Alain (1997): *Court traité du paysage*, Paris, Gallimard.
- ROMA, Francesc (2000): *La construcció medial de la muntanya a Catalunya (segles XV-XX). Una mirada al paisatge des de la geografia cultural*, Departament de Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona. Tesis Doctoral.
- SEAMON, David, ed. (1993): *Dwelling, Seeing, and Designing. Toward a Phenomenological Ecology*, Albany, State University of New York Press.
- URRY, John (1990): *The Tourist Gaze*, Sage.

Recibido: 19 de marzo de 2007

Aceptado: 24 de junio de 2007