

052 - 053

Debate  
e Investigación

Desarrollo y Patrimonio  
Paisajístico

PH42 - Febrero 2003



por todas partes- sino que el paisaje –como el “lugar antropológico”- es una entidad identitaria, histórica y relacional que atañe esencialmente a la sensibilidad (AUGE, M., 1998). Impregnado de tales cualidades, el paisaje no es sólo un dato objetivo, ni sólo una ilusión subjetiva, el paisaje existe realmente para aquellas personas que están inmersas en la intención e historicidad propia de ciertos medios y de ciertas épocas. Valgan los dos siguientes y paralelos ejemplos: los ingenieros del progreso y el fomento nunca vieron paisajes en el delta del Ródano o en las marismas del Guadalquivir, sino unas “charcas pestilentes que debían bonificarse”. Los poetas felibristas serán los verdaderos creadores de los paisajes de la Camarga como símbolos de naturaleza salvaje y humilde y de libertad provenzal amenazada por el centralismo parisino. Chapman y Buck –cazadores, ornitólogos y viajeros románticos- valoraron las marismas de Doñana como “zonas húmedas” que podían desafiar a cualquier otro punto del mundo por su ornitofauna de invierno. José M. Caballero Bonald –poeta y novelista contemporáneo- se encuentra desde su Sanlúcar de Barrameda con “la otra banda” (Doñana) y la convierte en el paisaje íntimo y mítico de la “Argólida” (PICON, B. y OJEDA, J.F., 1993).

Existen, pues, distintas **percepciones del paisaje**, en función de los sujetos que perciben, de sus vinculaciones con el medio percibido y de los contextos desde los que se efectúen las mismas. Se podría distinguir entre percepciones primarias o protopaisajísticas y percepciones connotativas o mitificadoras -unas y otras constituirían distintas formas de “producción cultural”, en el sentido otorgado a este concepto por las teorías sociales críticas (WILLIS, P. 1997)- y, por otro lado, percepciones comunes que tendrían un marcado carácter de “reproducción cultural”, homogeneizadora y estereotipada.

> **Percepciones protopaisajísticas:** El hombre que vive y construye su paisaje, que forma parte de él, que distingue cada uno de sus elementos y se adhiere a los mismos productiva o afectivamente, que se identifica con sus colores, olores y sonidos cambiantes, no necesariamente tiene por qué concebirlo como paisaje en el sentido panorámico o estético. Existen de hecho muchos paisanos que no han observado nunca de forma conjunta y admirativa su propio paisaje, como hay otros muchos que lo observan como algo no destacable por su belleza. Ahora bien, todos suelen distinguir con mucho detalle cada uno de sus componentes a los que consideran recursos propios, elevando a algunos de ellos a la categoría de símbolos. Algunos, más sensibles o más sensibilizados por procesos educativos o migratorios, sueñan con sus paisajes y los convierten en parte misma de sus vidas.

> **Percepciones connotativas:** Tampoco son comunes estas percepciones que connotan y valoran los paisajes singularizándolos y mitificándolos. Las percepciones creativas y artísticas -literarias, pictóricas, fotográficas o cinematográficas- crean un acervo de referencias paisajísticas que no sólo resaltan los valores de los paisajes y los blindan ante posibles agresiones, sino que, además, influyen en los propios análisis e interpretaciones científicas de los mismos. Ello da lugar a que, en ciertos paisajes peculiares, se interpenetre tanto lo denotativo o real y lo connotativo o mitificado que resulte difícil el deslinde entre elementos de cada categoría. Lugares como las colinas de Montmartre, El Luberón o el Mont de Sainte Victoire, el Puente de Avignon, el Bosque de Sherwood, los Molinos de la Mancha, la Camarga, Doñana, La Peña de Arias Montano, el Cerro del Hierro o la Rivera del Hueznar cuentan con la doble virtualidad -denotativa o existencial y connotativa o metafórica- que aquellos apreciados acercamientos les otorgaron. Entre

## Voces

### La Universidad y el Patrimonio como factor de Desarrollo

Jaume Sureda  
Universidad de Islas Baleares

Digamos, de partida, que la estructura universitaria, desde su organización interna, está muy mal preparada para dar respuesta a problemas o temas que exigen planteamientos no sólo multidisciplinarios sino también interdisciplinarios. Esta inadecuación se agrava cuando estos temas no constituyen el centro de interés de algún estudio de carácter oficial, ya sea diplomatura o licenciatura. En este caso el tratamiento docente que normalmente se hace –ya digo, en el caso hipotético de que se haga- se circunscribe a la organización de títulos propios, de postgrados o cursos de extensión o difusión cultural. Y, efectivamente, las uni-

versidades españolas organizan diversos cursos en los que está presente, ya sea de forma explícita o implícita, el binomio patrimonio y desarrollo. Si analizamos los objetivos, contenidos y características del profesorado de estos cursos veremos como el tema es abordado desde diversas disciplinas y, consecuentemente, con la parcialidad que es propia de cada una de ellas. La interdisciplinariedad, que en mi opinión debería ser el elemento clave de estas propuestas docentes, brilla por su ausencia. Desgraciadamente son escasas las plataformas que ofrezcan una formación que contemple el Patrimonio y sus relaciones con el desarrollo, a partir de diversas visiones disciplinares... Apuntar otro problema que considero importante: las universidades no han conseguido estructurar sistemas ágiles que faciliten la necesaria permeabilidad entre el mundo académico y el mundo profesional. Abordar de forma adecuada temas como el que nos ocupa pasa, además de por la interdisciplinariedad, por una estrecha colaboración entre académicos y profesionales. No tenerlo presente es una vía segura para caer en el academicismo estéril; de la misma forma que marginar a la universidad puede conducir a un pragmatismo igualmente estéril.



Entorno de Baelo Claudia. Tarifa, Cádiz

tales acercamientos dominan los contextualizados en el paradigma romántico, que –frente a los analíticos y objetivos de los científicos modernos e ilustrados- tienden a la interiorización y sentimentalización de los lugares y paisajes, que se perciben tamizados por las propias sensibilidades. Las pautas románticas de acercamiento al paisaje vienen de la mano de escritores como Chateaubriand, visionario y apasionado, y, sobre todo, de Rousseau, que otorga a la naturaleza una nueva dimensión afectiva. En palabras de J. A. VALENTE (1967), “... la naturaleza en que abundó el romanticismo es una naturaleza contaminada de humanidad, transmitida a través de estados de ánimo sólo como prolongación de los mismos... Lo que (el creador romántico) nos hace ver es una Naturaleza en continua respuesta, comprensiva a sus estados sentimentales”.

> **Percepciones comunes:** Tanto las percepciones primarias como las creadoras tienden a perderse al socaire de la estandarización y homologación cultural y de la llamada “educación ambiental”. Una de las consecuencias del contexto “clorofílico” –en el que nos encontramos hoy- es el cambio del concepto de naturaleza (orgánica, histórica, vivida, cantada y simbolizada) por el de medio ambiente (analítico, ahistórico, técnico, conservado y estándar). Con ello, se pasa de ver-distinguir-vincularse-identificarse con el propio paisaje a ver-mirar-admirar el paisaje de todos según unos cánones estéticos comunes o tópicos, que son introducidos por la publicidad o la moda, se analizan a través de la psicología ambiental y cuyo referente seguiría siendo una suerte de romanticismo devaluado. La naturaleza y el paisaje, desde siempre, pero hoy –en una sociedad eminentemente urbana y mediática- más que nunca, son construcciones culturales que se originan y sostienen –necesaria y valorativamente- en los mencionados procesos de “artialisation” (ROGER, A., 1997).

La percepción actual e institucionalizada de los paisajes encierra la **persistencia del mito romántico**, pero de un mito que ya no brota de la individualidad creadora, sino de un filtraje cultural normalizado, y en el que la oscuridad tenebrosa y temible de lo salvaje ha sido sustituida por la luz melosa de un atardecer colorista. Todo apunta a que su calidad como mito, en cuanto forma de percepción y representación interior, se ha empobrecido, al menos en esta versión de mercancía cultural producida en serie y masivamente “tematizada” y distribuida (romanticismo dominguero). Este hecho es bien patente en el mensaje educativo-ambiental que difunden las escuelas, las agencias privadas de ecoturismo, los parques naturales, los ayuntamientos o los medios de comunicación y que responde a una estrategia de adaptación de lo natural a un medio básicamente cultural, por cuyas complejas redes de comunicación, circulan nuevas mercancías –las que P. WILLIS (1997) denomina mercancías culturales- que van ocupando, a pesar de su virtualidad, el espacio de las mercancías convencionales de la era industrial. Una de las mercancías culturales de mayor auge y demanda en las sociedades desarrolladas contemporáneas es precisamente la naturaleza convertida en paisaje.

## El desarrollo humano contemporáneo

Crecimiento es incremento cuantitativo en una escala física. Crecimiento económico sería el incremento en el tiempo de una serie de indicadores cuantitativos convencionales como, por ejemplo, el P.I.B. real per cápita o el nivel real de consumo per cápita. Algunos economistas ortodoxos consideran que, cuando el crecimiento económico no se ve amenazado por impactos bio-

El problema que he señalado para la dimensión docente afecta igualmente a la dimensión investigadora. En todo caso sería injusto no señalar que en los últimos años se ha producido un aumento considerable, tanto cuantitativo como cualitativo, de la investigación en temas de patrimonio y desarrollo...

¿Cómo pueden evolucionar las acciones de la Universidad en temas de Patrimonio y Desarrollo? Sin querer jugar a adivino, creo que, si las cosas quieren hacerse bien, y fundamentándome en los indicios que atisbo en la situación actual, el futuro pasa por:

a) Acentuar los planteamientos interdisciplinares, básicamente de las ofertas formativas sobre Patrimonio y desarrollo.

b) Estructurar sistemas que faciliten la interconexión entre académicos y profesionales.

c) Considerar que el desarrollo no es un tema estrictamente económico y que, consecuentemente, el Patrimonio debe tam-

bién contemplarse en sus potencialidades dinamizadoras del desarrollo cultural, social y ambiental.

d) Fomentar estructuras organizativas en el marco universitario –cátedras, foros, institutos, etc.- que faciliten el tratamiento docente e investigador del Patrimonio.

e) Aprovechar los diversos canales que la universidad ha consolidado (programas de extensión universitaria, universidad abierta, universidad para mayores...) para la difusión del Patrimonio.

La Universidad, no lo olvidemos, es una vieja institución que a pesar de sus muchos vicios siempre, en mayor o menor intensidad, ha albergado y alberga el espíritu crítico que es garantía de que el mercantilismo no se transforme en la razón última de la protección y uso del Patrimonio.