



TURISMO I PAISATGE

Rosa H. Suárez Chaparro
Aida Y. Reyes Escalante
Josep Pintó

(Eds.)

Editores:

Dra. Rosa Suárez Chaparro

Dra. Aida Yarira Reyes Escalante

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México

Dr. Josep Pintó

Universitat de Girona, Catalunya, España

TURISMO I PAISATGE

ACTAS DEL SEMINARIO INTERNACIONAL

“TURISMO I PAISATGE”

Ciudad Juárez, 11-13 de abril 2018



Los capítulos que se publican en esta obra fueron revisadas por el siguiente panel de expertos:

Nombre	Institución
Alba Eritrea Gámez Vázquez agomez@uabcs.mx	Universidad Autónoma de Baja California Sur
Lilia Zizumbo Villarreal lizizumbo@uaemex.mx	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Peter Gerritsen petergerritsen@cucsur.udg.mx	Universidad de Guadalajara
Dr. Víctor Ramón Oliva Aguilar voliva@ipn.mx	Instituto Politécnico Nacional
Dr. Romano Gino Segrado Pavón romano@uqroo.mx	Universidad de Quintana Roo
Dra. Lucinda Arroyo Arcos larroyo@uqroo.edu.mx	Universidad de Quintana Roo
Dr. Servando Pineda Jaimes spineda@uacj.mx	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Revisión lingüística: los autores
Diseño cubierta e interior: autores y editores

ISBN: 978-84-9984-484-8

Girona, julio de 2019

ÍNDICE

Presentación	7
I. CONFERENCIAS	
Paisajes y representaciones escenográficas para el turismo.	
Experiencia de pueblos mexicanos, en 2001-2018	
<i>Eloy Méndez</i>	11
Turismo y paisaje	
<i>Josep Pintó</i>	27
II. ANÁLISIS DEL PAISAJE	
Territorio y medioambiente en la cuenca transfronteriza del río Bravo	
<i>Sandra Bustillos</i>	41
Parques nacionales y paisajes en Costa Rica: un análisis de la visitación	
<i>Carlos Morera, Meylin Alvarado</i>	49
Extracción de minerales a tajo abierto en el estado de Chihuahua: efectos económicos, emocionales e impacto en el paisaje	
<i>Benjamín Peña Koestler</i>	59
Evaluación del paisaje en áreas naturales de Chihuahua, México	
<i>Rosa Suárez, Josep Pintó</i>	73
III. PAISAJE Y GESTIÓN TURÍSTICA EN ESPACIOS NATURALES	
El paisaje cultural vitivinícola del valle de Guadalupe en la ruta turística del vino en Baja California	
<i>Jorge F. Cervantes, Rosalía Gómez</i>	91
Paisajes tropicales insulares de Oceanía: atributos naturales como atractivos turísticos	
<i>Manuel R. González, Mercedes A. Rodríguez, Cecilia Santana</i>	101
La inclusión de las actividades deportivas de montaña en la gestión y planificación de los parques nacionales en el centro-oriente de México	
<i>Barbara Kovács, Pedro J. Gutiérrez</i>	117
Las dimensiones del paisaje como recurso turístico	
<i>Eduardo Salinas, Arturo García-Romero, Manuel A. Serrano de la Cruz</i>	
<i>Alberto Méndez, Edvaldo C. Moretti</i>	131
Birdwatching as a sustainable tourist activity: applying lessons learned in New Zealand and the UK to Mexico	
<i>Leila K. Walker</i>	141

IV. SUSTENTABILIDAD

Programa Regional de Desarrollo Turístico de los Pueblos Mineros del Altiplano Potosino (PREDETALP) como estrategia de desarrollo turístico

Paloma Blanco

155

Acercamiento a los factores que mejoran la competitividad de las empresas indígenas de turismo de naturaleza en México

Gustavo López, Bertha Palomino

169

Use of virtual reality to improve the representation, details and sensation of realistics scenarios in a Smart City

Alberto Ochoa-Zezzatti, Aida Reyes, Edith Vera

189

Contribución de las áreas protegidas de uso turístico a la calidad de vida y bienestar social de la población receptora: construcción de un marco conceptual

César A. Oliveros, Rosa M. Chávez, Carlos Gauna

199

Actividades extractivas en la baja Sierra Tarahumara: implicaciones en la apropiación de la naturaleza

Edith Vera, Aida Y. Reyes, Sandra Bustillos

217

Las dimensiones del paisaje como recurso turístico

Eduardo Salinas Chávez¹

Arturo García-Romero²

Manuel Antonio Serrano de la Cruz Santos-Olmo³

Alberto Méndez Méndez⁴

Edvaldo C. Moretti⁵

¹ *Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus Três Lagoas, MS, Brasil*

² *Dept. de Geografia Física, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México*

³ *Dept. de Geografía y Ordenación del Territorio. Univ. de Castilla-La Mancha, Ciudad Real, España*

⁴ *Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, Universidad Nacional Autónoma de México*

⁵ *Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Federal do Grande Dourados, MS, Brasil*

esalinasc@yahoo.com

agromero@igg.unam.mx

manuel.serranocruz@uclm.es

albmen@unam.mx

ecmoretti@hotmail.com

Resumen: El estudio del paisaje como recurso turístico se ha abordado con frecuencia desde un punto de vista visual y estético, proporcionando interpretaciones interesantes del enfoque afectivo o perceptivo-psicológico evidente para los turistas. La tendencia actual hacia un turismo cada vez más informado, justo y sostenible, posibilita considerar al paisaje como concepto que añade al valor estético otros como el ecológico, el educativo, el interpretativo, etc., que apuestan por la autenticidad y singularidad de los lugares. Este trabajo pretende analizar la relación paisaje-turismo, considerando sus dos dimensiones fundamentales: el paisaje visual y el paisaje como sistema, ambas de gran impacto en el desarrollo de la actividad turística actual y futura. Para ello, se parte de la idea de que el turismo no solamente usa los paisajes como imágenes icónicas, sino también como motivación que genera en la sociedad moderna el deseo de conocer y disfrutar de paisajes idealizados como paradisiacos, tanto en áreas naturales o poco modificadas, como en otros paisajes creados o recreados artificialmente para el uso y consumo turístico. Se considera, pues, al paisaje como un elemento fundamental del producto turístico y, por tanto, en una mercancía de gran valor, que se vende y se compra, en el proceso de desarrollo y consolidación del turismo en un espacio geográfico determinado.

Palabras clave: paisaje, turismo, dimensión visual, dimensión sistémica, sustentabilidad.

Abstract: The study of landscape as a tourist resource has been frequently addressed from a point of view visual and aesthetic, providing interesting interpretations of the evident emotional or perceptive-psicological approach to tourists. The current trend towards a more informed, fair and sustainable tourism, makes it possible to consider the landscape as a concept that adds to the aesthetic value others as the ecological education, the interpretive, etc., which bet on the authenticity and uniqueness of the places.

This work intends to analyze the relationship landscape and tourism, considering its two fundamental dimensions: the visual landscape and landscape as a system, both with great impact on the development of current and future tourism. To do so, are based on the idea that tourism does not only use landscapes as iconic images, but also as motivation that generates the desire to know and enjoy idealized landscapes as standing in modern society as paradise, both little changed or natural areas, other landscapes created or recreated artificially for use and consumption tourist. He is considered, therefore, to the landscape as a fundamental element of the tourism product, therefore, a valuable commodity, sold and purchased, in the process of development and consolidation of a given geographical space tourism.

Key words: landscape, tourism, visual dimension, systemic dimension, sustainability.

INTRODUCCIÓN

El turismo en los últimos 60 años se ha caracterizado por un crecimiento ininterrumpido, a pesar de los conflictos armados, crisis económicas y desastres naturales, demostrando siempre su fortaleza y resistencia. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo pasaron de 25 millones en el año 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en el año 2016, con ingresos que, sumados a los aportados por los visitantes y el transporte, superaron en este último año, 1.4 billones de USD (10% del PIB Global) convirtiendo al turismo en un sector destacado de la economía mundial y de sumo interés para muchos países que buscan promover su desarrollo económico sobre la base de la generación de divisas y la creación de empleos (OMT, 2017). Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo podrían alcanzar los 1.800 millones en el año 2030, según el informe de la OMT Tourism Towards 2030 (WTO, 2011).

El concepto de turismo tiene variadas interpretaciones y definiciones, tan numerosas como son también los textos que abordan el tema (OMT, 1998; Wang, 2000; Vera et al., 2011, Salinas Er., 2013) pudiendo señalar que este implica un viaje por motivos variados (recreación, descanso, cultura, salud, religión y otros), el cual conlleva el desplazamiento de la

residencia habitual, por cierta duración, originando un conjunto de relaciones y fenómenos económico-sociales que tienen una expresión territorial.

En estos viajes aparece con nitidez un factor de incentivo común para el viajero: la búsqueda de lo diferente, la necesidad, el interés o el deseo de ir al encuentro de lo singular, observar y, en alguna medida, vivir esto que resulta nuevo. En esa novedad juegan un papel fundamental los paisajes, es decir, el conjunto de elementos visuales, sensoriales y ecosistémicos que caracterizan a los destinos y los hacen atractivos al visitante.

Efectivamente, el paisaje ha sido considerado como elemento fundamental para el desarrollo e impulso de las actividades turísticas desde los años sesenta del siglo XX, cuando se formularon los primeros métodos para evaluar el potencial de los diversos recursos disponibles (Dosso, 2011). El potencial turístico del paisaje se refiere al conjunto de condiciones naturales y culturales del mismo, para garantizar el desarrollo de la actividad turística (Dinca, 2007; Picazo, 2012; Salgado, 2016), considerándolo no sólo como un elemento complementario, sino como recurso y soporte básico para el diseño de cualquier tipo de producto turístico (Nogué, 1989; Antón, 2011; Mata, 2013; Vieira et al., 2017). Desde el punto de vista conceptual, el

aporte del paisaje al turismo reside en los aspectos siguientes (Picazo, 2012):

- Es un recurso globalizador que resume la personalidad del destino, su autenticidad frente a la estandarización de otros.
- Es un elemento que enaltece el valor escénico y el significado estético del destino, indispensables en cualquier viaje turístico.
- Es un soporte básico imprescindible para explicar la historia y herencia (natural y cultural) del territorio que se visita.
- Es un parámetro motivador, como escenario que contiene elementos que despiertan la sensación de estar en un entorno diferente al habitual, animando a la exploración.
- Es un estimulador de los sentidos y generador de emociones que, bien gestionado y comunicado, enriquece la apreciación global por el destino que se visita.

De forma tradicional, el estudio del paisaje como recurso turístico se ha abordado desde el punto de vista visual y estético, proporcionando interpretaciones interesantes del enfoque afectivo o perceptivo-psicológico evidente para los turistas (Nogué, 1992; Zuluaga, 2006; Knudsen et al., 2013; Kalivoda et al., 2014). Más recientemente, la tendencia hacia un turismo cada vez más informado, justo y sostenible, posibilita considerar al paisaje como una herramienta útil que añade al valor estético otros como el ecológico, el educativo, el interpretativo, el histórico, etc., que apuestan por la autenticidad y singularidad de los lugares (Tarroja, 2004; Zuluaga, 2006; Picazo, 2012; Lane y Kastenholtz, 2015; Jerez y Serrano de la Cruz, 2016).

Con el objetivo de analizar la relación paisaje-turismo, este trabajo presenta una aproximación a las que se han venido considerando como las dos dimensiones fundamentales del paisaje: la visual y la sistémica, ambas de gran impacto en el desarrollo de la actividad turística actual y futura.

LA DIMENSIÓN VISUAL DEL PAISAJE: APORTACIONES Y LIMITANTES PARA EL TURISMO

De acuerdo con el Convenio Europeo del Paisaje aprobado en el año 2000 (Zoido, 2009),

“el paisaje puede ser considerado como cualquier parte del territorio tal como es percibida por las poblaciones”. Así, el “paisaje perceptible” o “paisaje visual” se enfoca en el sentido estético o de percepción, a partir de la combinación de formas, tamaños, colores, texturas, sombras, grados de nitidez, patrones, situaciones y rasgos asociados, cuyo carácter resulta de la acción de factores naturales y/o culturales y sus interrelaciones, que son perceptibles con la vista (Montoya et al., 2003).

En el campo del turismo, el paisaje visual es considerado como objeto de apropiación estética y sensorial del territorio, siendo que el primer contacto del turista con el lugar visitado acontece mediante su visión del paisaje (Meneses, 2002). Así, el paisaje visual se vincula con el carácter diferenciado de los destinos, con el valor añadido de las marcas turísticas y con el significado esencial de los productos turísticos que se ofrecen, en tanto que experiencia de viaje. Por ejemplo, en destinos de sol y playa, o en aquellos otros de turismo masivo, el paisaje es un recurso tácito, de importancia indudable (Aguiló et al., 2005). Pero donde mayor protagonismo adquiere el paisaje es en aquellos destinos articulados alrededor del turismo natural y rural, pues es en estos ámbitos donde el paisaje no sólo actúa como soporte físico y recurso, sino que se convierte en el atractivo principal y dinamizador de la actividad turística (Nogué, 1989; Viñals, 2002; Antón, 2005).

En estos destinos los productos que se comercializan y promocionan derivan de una lectura del paisaje como recurso. Sin duda, el atractivo principal del paisaje como recurso turístico se relaciona con su valor escénico y su significado estético, hecho que incluye los miradores, rutas panorámicas o itinerarios con cuencas visuales de significado evidente (Mata y Tarroja, 2006). También se materializa en productos turísticos más concretos, como el reconocimiento de especies o comunidades vegetales (Viñals, 2002), la observación de aves (López, 2008) o la de formas y procesos del relieve que son singulares (Palacio, 2014), entre muchos otros. En estos casos, el patrimonio paisajístico bien conservado y agrada-

ble es un factor clave para la elección del destino turístico (Nogué, 1992; Medina et al., 2010; Mata, 2013).

El estudio del paisaje visual y su influencia en el turismo

La investigación del potencial visual del paisaje como recurso para el turismo se muestra como un problema metodológico complejo, que ha sido abordado por diferentes vías: mediante los inventarios de paisajes y la evaluación de sus atractivos (Ode et al., 2008), el uso de índices o la simple percepción del carácter estético, social, ecológico o sociocultural del paisaje (Nogué, 1992; Mikulec y Antoušková, 2011); incluso el uso de la ponderación y compensación de variables con las técnicas de Evaluación Multicriterio (EMC) mediante el empleo de los Sistemas de Información Geográfica.

El creciente interés por las técnicas de investigación basadas en el reconocimiento de campo, así como en la interpretación de imágenes espaciales y fotografías aéreas, es en buena medida un reflejo de las posibilidades actuales dirigidas a la evaluación del potencial visual de los paisajes para el turismo.

Entre todos ellos, destacan los trabajos que se interesan por lo que el observador es capaz de percibir del territorio, considerado como una realidad territorial. Uno de los métodos más ampliamente reconocidos es el análisis de las cuencas visuales, que consiste en clasificar un área por su grado de visibilidad, desde uno o varios puntos de observación (La Rosa, 2011) lo que nos permite una apreciación oblicua del territorio, ya que en efecto nuestra mirada es siempre oblicua, al contrario de los mapas, que nos muestran una visión ortogonal y cartográficamente conforme o equivalente de modo que representan una realidad que raramente percibimos visualmente como tal (Folch y Bru, 2017).

En otros casos, el potencial visual de un paisaje se evalúa a partir de la calidad de las vistas que se observan desde un punto, siendo de gran importancia la consideración de algunas variables como: el relieve (inclinación de la

pendiente y desnivel) y la vegetación (diversidad de las formaciones vegetales, altura, etc.), o incluso el grado de antropización (Montoya et al., 2003). El método también ha sido enfocado a evaluar el impacto visual (dominancia y magnitud) de la infraestructura o usos del suelo en paisajes naturales o rurales (La Rosa, 2011).

Otros estudios se interesan por la percepción social del paisaje (Wang, 2000) y se llevan a cabo mediante el empleo de Sistemas de Expertos, encuestas, etc., que son aplicadas a los visitantes en un sitio determinado (Feito-sa y Cajaiba, 2017) o mediante el empleo de fotografías que se muestran al público en general, e incluso mediante técnicas de simulación (González-Bernáldez, 1981). Esta percepción del paisaje de los visitantes, la población local u otros individuos, está relacionada con el hecho de que el paisaje es resultado de una representación filosófica y social, donde cada sociedad, por medio de su cultura, imprime una particular plasticidad a la naturaleza que es producida por la intencionalidad social (Vitte, 2007) y una representación de un período histórico o herencia (Ab'saber, 2003), siendo importante comprender sus múltiples aristas, restableciendo la relación entre el espacio y la sociedad que en él habita (Passos, 2013). Algunos consideran a esto una tercera dimensión del paisaje que complementaría las dimensiones visual y sistémica aquí analizadas (Tarroja, 2004; Folch y Bru, 2017).

Limitantes en la interpretación visual del paisaje

Pese a la valiosa carga informativa que puede resultar de observar el paisaje, en su estructura destacan aspectos que, debido a su naturaleza (elementos gaseosos o flujos energéticos) o por estar ocultos físicamente unos detrás de otros, o bien por estar temporalmente inactivos, no se expresan visualmente; no tomarlos en consideración puede llevar a falsas interpretaciones y a decisiones erróneas en su planificación, gestión y protección. Así, la percepción del paisaje suele llevar a valoraciones parciales e incompletas muchas veces (Muñoz, 1981).

La subjetividad en la valoración es otro aspecto que afecta la interpretación visual del paisaje. La percepción del paisaje no depende sólo del marco geográfico real, sino de la forma de interpretación que individual o socialmente se hace del mismo (Domínguez, 1992).

El peligro que esto encierra es grande, particularmente en el caso del turismo, actividad multifacética que se desarrolla en un amplio rango de paisajes (desde las pequeñas islas coralinas hasta las grandes cadenas montañosas y desde las remotas comunidades rurales hasta las ciudades) a los cuales arriban los turistas, muchos de ellos caracterizados por una alta fragilidad ecológica. Interpretaciones falsas o incompletas pueden provocar propuestas de utilización y aprovechamiento que excedan la capacidad de carga no solo física, sino también ambiental y social del área.

LA DIMENSIÓN SISTÉMICA DEL PAISAJE: NUEVOS AVANCES Y VALORACIONES EN RELACIÓN AL TURISMO

El paisaje geográfico, como sistema espacio-temporal complejo y abierto, se origina y evoluciona en la interfase naturaleza-sociedad y es resultado de la combinación de elementos físicos, biológicos y antrópicos, los cuales se expresan en un marco dinámico e interactivo (Bertrand, 1968; Muñoz, 1998; García-Romero y Muñoz, 2002). Estos paisajes están caracterizados por una composición, estructura, dinámica y evolución particulares que les confieren propiedades de integridad, límites propios y se constituyen en una asociación de elementos y fenómenos que están en constante y compleja interacción, movimiento e intercambio de materia, energía e información, que terminan por generar una jerarquización al interior de sus componentes (Zonneveld, 1995; Bastian y Steinhardt, 2002; Frolova, 2006; Khoroshev y Aleshchenko, 2008; Pintó, 2009; Mateo, 2011; Kiyotani, 2014; Salinas y Remond, 2015).

La dimensión sistemática del paisaje se interesa no sólo por los caracteres fisionómico-estructurales que definen el aspecto visual (“fenosistema”) del paisaje, sino también por su

contenido y funcionamiento interior (“criptosistema”), lo que es posible sólo mediante el estudio de los elementos del sistema y las relaciones que se establecen a partir del flujo e intercambio de materia y energía entre ellos (Muñoz, 1989; Richard, 1993; Zonneveld, 1995).

Los paisajes como unidades de integración de carácter holístico y sistemático constituyen la base para la realización de variadas investigaciones ambientales. Estas abordan desde la realización de los diagnósticos hasta la planificación ambiental, concebida a partir del estudio de las propiedades y características de las unidades de paisaje, que permiten proponer formas de utilización más adecuadas bajo un enfoque de uso racional, diversificado y sostenible del territorio en estudio (Tesser, 2000; Bastian y Steinhardt, 2002; Muñoz-Pedreros, 2004; Bertrand y Bertrand, 2006; Folch y Bru, 2017).

La comprensión del territorio y el paisaje como una realidad integral ha creado en el campo científico (y concretamente en la Geografía) un creciente interés no sólo por su armazón física, sino también por sus aspectos dinámicos y funcionales, es decir, por sus mecanismos de transformación y autorregulación (Martínez de Pisón, 1998). Entre los aportes más valiosos está el desarrollo de “modelos” que se adecuan en gran medida a los caracteres estructurales y funcionales del territorio.

Avances en el estudio del paisaje como sistema y su aplicación al turismo

A diferencia de los estudios de carácter visual que se interesan por el conjunto de caracteres visuales y emocionales que califican la belleza del paisaje (Montoya et al., 2003), son aún escasos los estudios aplicados al turismo que conciben al paisaje como una entidad integral de carácter holístico y sistemático. En este caso, la valoración considera otros aspectos, como por ejemplo los relativos a ciertos procesos dinámicos y funcionales del paisaje (procesos hidro-geomorfológicos y climáticos, migraciones, etc.) que, no siendo necesariamente bellos, pueden resultar de interés, en tanto

que despiertan otro tipo de estímulos que son altamente valorados por algunas de las nuevas modalidades del turismo con carácter cultural, desarrolladas fundamentalmente en el medio natural y rural.

Una importante aportación de la dimensión sistémica del paisaje al turismo son los llamados “catálogos del paisaje”. Estos estudios proporcionan la tipología de los paisajes, con un cierto grado de discriminación de las unidades, que resulta adecuado para el diagnóstico de las características y valores del paisaje, de los factores que le dan origen y del análisis de su funcionamiento, así como de los procesos de cambio relacionados con las dinámicas: económica, social y ambiental actuales (Observatorio del Paisaje de Cataluña, 2008). Por ello se les considera un instrumento de conexión entre la dimensión biofísica y cultural de los paisajes, aspecto de gran trascendencia para el ordenamiento y la planificación con fines turísticos (Noguér y Sala, 2008).

De acuerdo con García-Sánchez (2011), el alcance de dichos catálogos depende de la escala de interpretación, la cual condiciona no sólo los tipos y distribución de los aspectos ambientales analizados, sino también las relaciones de interdependencia entre ellos. Para atender a estas diferencias, las distintas escuelas del paisaje utilizan diversos sistemas taxonómicos de clasificación (Arler, 2000), los cuales permiten relacionar los distintos componentes del paisaje, así como establecer las relaciones que se dan entre los paisajes de un mismo territorio vistos a distintas escalas de observación (Forman, 1995). Teniendo en cuenta áreas de dimensión media (o escala regional) es común la consideración de dos o tres niveles de análisis e integración paisajística, los llamados “tipos” (sistemas de paisajes) y “unidades” (elementales) de paisaje, los cuales se diferencian atendiendo a factores como las dimensiones del territorio y su relación con la escala de trabajo, así como por el propio comportamiento de los componentes naturales, según uno o varios criterios (variables o índices diagnósticos).

La valoración de la calidad del paisaje con fines turísticos mediante indicadores seleccionados

Una de las herramientas propuestas para la adecuada planificación de los proyectos turísticos es la evaluación del potencial turístico de los paisajes mediante el uso de indicadores como son: fragilidad, diversidad, complejidad, singularidad y naturalidad de los paisajes, entre otros (Noguér et al., 2009; La O et al., 2012; Reyes et al., 2017). Otros enfoques promueven la identificación, clasificación y evaluación de los atractivos tomando en consideración, entre otros aspectos, su accesibilidad y transitabilidad, y utilizando el geoprocесamiento (Corvalán, 2005); y en las últimas décadas también se ha propuesto la evaluación del impacto ambiental de las propuestas de desarrollo para los destinos turísticos, que se complementa con el análisis de escenarios, con vistas a proponer el Modelo Deseado de Desarrollo Turístico para un territorio (Peralta, 2009; Navarro, 2018).

El uso de indicadores es una manera precisa y sistemática de realizar estudios del paisaje (Noguér et al., 2009). Su diseño, validación y, finalmente, aplicación a casos concretos permite derivar valores de referencia de utilidad para el diagnóstico y, eventualmente, la intervención en el paisaje. La aplicación de indicadores todavía se encuentra poco desarrollada, considerando la diversidad de sus temáticas: identidad del paisaje (TCA, 1999), calidad (Montoya et al., 2003; Haines-Young et al., 2004), apreciación estética (Vries, 2008), fragilidad visual (Montoya et al., 2003), etc. En general, se considera que la utilidad de los indicadores radica en ser suficientemente amplios para analizar la diversidad casuística, pero suficientemente precisos como para acotar dichas valoraciones.

Con frecuencia, la valoración de las características individuales del paisaje se lleva a cabo con base en un panel de expertos que permiten evaluar la calidad sobre la base de su relevancia o rareza en términos estéticos, naturales, históricos, etc., desde el campo de distintas disciplinas (La Rosa, 2011).

HACIA LA INTEGRACIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL PAISAJE PARA LA SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO

El turismo utiliza el paisaje como recurso fundamental para el desarrollo de las actividades turístico-recreativas, por lo que el uso y conservación del paisaje se convierte en un elemento principal de los productos turísticos que posee y oferta cualquier lugar (Nogué, 1989 y 1992; Marujo y Santos, 2012; Salinas Er., 2013).

Sin embargo, lo complejo del análisis del fenómeno turístico dificulta el trabajo de los especialistas, quienes a veces se ven obligados a brindar respuestas limitadas que solo contribuyen de manera parcial al desarrollo del turismo y las políticas de conservación de los recursos. Una solución a estas dificultades ha sido simplificar los procedimientos del análisis de las relaciones existentes entre el turismo y los paisajes, y hacer más explícitas las aplicaciones de los resultados obtenidos a la planificación y gestión territorial del turismo (Vera et al., 2011).

Por ello, la consideración de las dos dimensiones del paisaje a las que hemos hecho referencia en este estudio debe ser entendida como fundamental, al integrar el nivel de la visibilidad del paisaje, con su valor de calidad en términos de la relevancia o singularidad de alguna de sus características intrínsecas, asegurando de esta forma acceder a argumentos más sólidos para la protección, conservación y uso racional del paisaje como recurso (Montoya et al., 2003; La Rosa, 2011).

La consideración de las dos dimensiones del paisaje demuestra ser de utilidad para evitar los desarrollos turísticos espontáneos y sin planificación, con base en una demanda creciente de visitantes y una fuerte sobrecarga en torno a escasos productos, ilegítimos y de baja calidad que son tratados como atractivos exclusivamente comercializables. En cambio, permitiría contribuir al desarrollo de propuestas integrales de mayor calidad paisajística, como son: la calidad ambiental y ecológica de los componentes naturales, el apego socio-cultural hacia los elementos patrimoniales tangi-

bles e intangibles de la historia y la evolución del uso del suelo, el arte y la música inspirados en el paisaje o el valor científico derivado de la relación naturaleza-sociedad (Picazo, 2012; Cebrián-Abellán, 2013).

La adecuada integración de estas dos dimensiones del paisaje, que hemos analizado nos permitirá avanzar hacia la sustentabilidad del turismo en los diferentes espacios donde este se desarrolla y lograr su adecuada integración al producto turístico que se comercializa y promociona.

CONCLUSIONES

El uso del paisaje por el turismo y para muchos la creación de los llamados paisajes turísticos se puede hacer de varias maneras que van desde la intervención más suave a la total transformación del paisaje, pasando según se señala en la literatura de una subordinación de la actividad turística a la función principal del espacio como ocurre en un área natural, a la creación de un paisaje nuevo que transforma el paisaje existente, como sucede en las llamadas ciudades turísticas, los resorts de playa o los parques temáticos, produciendo paisajes totalmente alejados de la realidad que los rodea.

La creación de nuevos productos y destinos turísticos o la recualificación y mejora de los ya existentes debe conceder un papel destacado a los aspectos naturales y culturales del paisaje, que los sintetiza ante la mirada y la experiencia del turista, ya que los valores patrimoniales de un territorio y, específicamente, el paisaje, contribuyen una vez convertidos en recursos por la actividad turística, a definir y diferenciar al destino, y a cualificarlo, frente a los procesos muy extendidos de banalización y artificialización.

El acceso público a los paisajes y el disfrute de los mismos a partir de una adecuada interpretación, constituye un aspecto fundamental para la mejora del producto ofrecido a los turistas, generando experiencias que diferencien y potencien el destino, promoviendo la sustentabilidad para las poblaciones locales y el mejor contacto entre los visitantes y los residentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Ab'saber, A. N. (2003). Os domínios de natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas. São Paulo, Brasil: Ateliê.
- Aguiló, E., Alegre, J., y Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism Management*, 26(2), 219-231.
- Antón, S. (2005). Parques temáticos: más allá del ocio. Barcelona, España: Ariel.
- Antón, S. (2011). El papel del turismo en la construcción del paisaje. En F. Vera, F. López, M. J. Marchena, y S. Antón (Eds.), *Ánálisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos* (pp. 249-266). Valencia, España: Tirant lo Blanc.
- Arler, F. (2000). Aspects of landscape or nature quality. *Landscape Ecology*, (15), 291-312.
- Bastian, O., y Steinhardt, U. (2002). *Development and Perspectives of Landscape Ecology*. Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Bertrand, G. (1968). La géographie physique contre nature. *Herodote*, (12), 77-96.
- Bertrand, C., y Bertrand, G. (2006). *Geografía del Medio Ambiente. El Sistema GTP: Geosistema, Territorio y Paisaje*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Cebrián-Abellán, F. (2013). La función del paisaje como recurso territorial turístico en zonas de interior. *Observatorio medioambiental*, (16), 37-54.
- Corvalán, S. (2005). Levantamento e caracterização dos atrativos naturais da bacia do rio Passa Cinco, através de geoprocessamento (Tesis de maestría). UNESP, Rio Claro, Brasil.
- Đinca I. (2007). El tema del paisaje, entre la educación de los gustos y el aprovechamiento temático de los turistas. Ejercicio sobre el inventario de los paisajes del Departamento de Bihor (Rumania). *Turismo y Sociedad*, 8, 83-105.
- Domínguez, J. (1992). Percepción social de los espacios de ocio en áreas periurbanas. Su impacto en el medio natural. En J. F. Martín, *Actas de las Quintas Jornadas sobre el Paisaje* (pp. 227-240). Segovia, España: Asociación para el Estudio y la Ordenación del Paisaje.
- Dosso, R. H. (2011). Turismo y paisaje: pluralidad conceptual, versatilidad interpretativa y responsabilidad interdisciplinar, Aportes y transferencias. *Tiempo Libre, Turismo y Recreación*, II, 15-54.
- Feitosa, A. K. y R. L. Cajaiba (2017). Potencial turístico e a percepção socioambiental sob a ótica dos turistas na Serra do rio do Rastro, SC. CULTUR, 11(2), 183-199.
- Folch, R., y Bru, J. (2017). *Ambiente, Territorio y Paisaje. Valores y valoraciones*. Barcelona, España: Barcino.
- Forman, R. T. T. (1995). *Land mosaics. The Ecology of landscape and regions*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Frolova, M. (2006). Desde el concepto de paisaje a la Teoría del geosistema en la Geografía rusa: ¿hacia una aproximación global del medio ambiente?. *Ería*, (70), 225-235.
- García-Romero, A., y Muñoz, J. (2002). *El paisaje en el ámbito de la geografía*. Ciudad de México, México: Instituto de Geografía, UNAM.
- García-Sánchez, L. (2011). Control geomorfológico de la distribución de los paisajes de la Cuenca Alta del Río Cuautitlán, Estado de México (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México.
- González- Bernaldez, F. (1981). *Ecología y Paisajes*. Madrid, España: Blume.
- Haines-Young, R., Martin, J., Tantram, D., y Swanson, C. (2004). *Countryside Quality Counts: Tracking Change in the English Countryside*. Nottingham, United Kingdom: Centre for Environmental Management.
- Jerez, O., y Serrano de la Cruz, M. A. (2016). El interés didáctico de los paisajes alterados. *La Reserva de la Biosfera de La Mancha Húmeda (España) como ejemplo de estudio. Contexto & Educaçao*, 31(99), 52-80.
- Kalivoda, O., Vojar, J., Skrivanová, Z., y Zahradník, D. (2014). Consensus in landscape preference judgments: The effects of landscape visual aesthetic quality and respondents' characteristics. *Journal of Environmental Management*, (137), 36-44.
- Kiyotani, I. (2014). O conceito de paisagem no tempo. *Geosul*, 29(57), 27-42.
- Knudsen, D. C., Metro-Roland, M. M., y Rickly-Boyd, J. M. (2013). Landscape studies and tourism research. En P. Howard, I. Thompson y E. Waterston (Eds.), *The Routledge Companion to Landscape Studies* (pp. 286-295). New York, USA: Routledge.
- Khoroshev, A. V., Aleshchenko, G. M. (2008). Methods to identify geosystems with a commonality of intercomponent relationships. *Geography and Natural Resources*, (29), 267-272.
- La O, J. A., Salinas, E., y Licea J. E. (2012). Aplicación del diagnóstico geoecológico del paisaje en la gestión del turismo litoral Caso Destino Turístico Litoral Norte de Holguín, Cuba. *Investigaciones Turísticas*, (3), 1-18.
- La Rosa, D. (2011). The observed landscape: map of visible landscape values in the province of Enna (Italy). *Journal of Maps*, 7(1), 291-303.
- Lane, B., y Kastenholz, E. (2015). *Rural tourism: the evolution of practice and research approaches –*

- towards a new generation concept?, *Journal of Sustainable Tourism*, (23, 8-9), 1133-1156.
- López, J. (2008). El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico-conceptual. *Cuadernos de Turismo*, (21), 85-111.
- Martínez de Pisón, E. (1998). El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental. En E. Martínez de Pisón, *Paisaje y Medio Ambiente* (pp. 45-56). Soria, España: Fundación Duques de Soria y Universidad de Valladolid.
- Marujo, N., y Santos, N. (2012). Turismo, turistas e paisajes. *Investigaciones Turísticas*, (4), 35-48.
- Mata, R. (2013). Turismo y paisaje. Reflexiones a propósito de una estrategia de turismo sustentable de la provincia de Chubut, Argentina. *Breves contribuciones del I.E.G.*, (24), 71-92.
- Mata, R., y Tarroja, A. (2006). El paisaje y la gestión del territorio. Barcelona, España: Diputación de Barcelona.
- Mateo, J. M. (2011). *Paisajes naturales, Geografía de los Paisajes, Primera parte*. La Habana, Cuba: Editorial Universitaria.
- Medina, N., Santamarina, J., y Salinas, E. (2010). *Productos turísticos. Desarrollo y Comercialización*. La Habana, Cuba: Balcón.
- Meneses, U. T. B. (2002). A paisagem como fato cultural. En E. Yazigi (Org.), *Turismo e paisagem* (pp.29-64). São Paulo, Brasil: Contexto.
- Mikulec, J., y Antouškova, M. (2011). Landscape and tourism potential in the protected landscape areas. *Agricultural Economics*, (6), 272-278.
- Montoya, R., Padilla, J., y Stanford S. (2003). Valoración de la calidad y fragilidad visual del paisaje en el Valle de Zapotlán de las Salinas, Puebla (Méjico). *Boletín de la AGE*, (35), 123-136.
- Muñoz, J. (1981). Paisaje vivencia y paisaje objeto en los planteamientos integrados del análisis geográfico. En G. Bustos, *I Coloquio Ibérico de Geografía* (pp. 55-66). Salamanca, España: Universidad de Salamanca.
- Muñoz, J. (1989). Paisaje y Geografía. *Arbor*, (518/519), 219-234.
- Muñoz, J. (1998). Paisaje y geosistema. Una aproximación desde la geografía física. En E. Martínez de Pisón (Ed.), *Paisaje y medio ambiente* (pp. 45-46). Valladolid, España: Fundación Duques de Soria-Universidad de Valladolid.
- Muñoz-Pedreros, A. (2004). La evaluación del paisaje: una herramienta de gestión ambiental. *Revista Chilena de Historia Natural*, (77), 139-156.
- Navarro, E. G. (2018). Propuesta de un modelo de evaluación del turismo en la provincia de San Juan (2011-2016) desde el enfoque de la ordenación turística sustentable (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.
- Nogué, J. (1989). Paisaje y turismo. *Estudios Turísticos*, (103), 35-45.
- Nogué, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, (115), 45-54.
- Nogué, J., y Sala, P. (2008). El paisaje en la ordenación del territorio. Los catálogos de paisaje de Cataluña. *Cuadernos Geográficos*, (43), 69-98.
- Nogué, J., Puigbert, L., Bretcha, G. (2009). Indicadores de paisatge. Reptes i perspectives. Barcelona, España: Observatori del Paisatge, Olot.
- Ode, A., Tveit, M. S., y Fry, G. (2008). Capturing landscape visual character using indicators: touching base with landscape aesthetic theory. *Landscape Research*, 33(1), 89-117.
- OMT (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- OMT (2017). *Panorama OMT del Turismo Internacional*, Edición 2017. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Palacio, J. L. (2014). Patrimonio geológico en ciudades; geositios urbanos en la Ciudad de México, Conferencia dictada el 9 de octubre de 2014, IX Reunión Nacional de Geomorfología. Toluca, México.
- Passos, M. M. (2013). *Paisagem e Meio Ambiente (Noroeste do Paraná)*. Maringá, Brasil: EDUEM.
- Peralta, A. M. (2009). Evaluación Ambiental del proyecto Playa Corinthia, Holguín, Cuba (Tesis de maestría). Universidad de la Habana, Cuba.
- Picazo, H. (2012). ¿Por qué viajamos donde Viajamos? Una Introducción a la estrecha relación entre Turismo y Paisaje. *Revista Eubacteria*, (29), 1-5.
- Pintó, J. (2009). El concepto de paisaje y su aplicación en el planeamiento territorial y ambiental. En A. I. Geraiges, y E. Galvani (Orgs.). *Geografia, tradições e perspectivas: interdisciplinariedade, meio ambiente e representações* (pp. 119-139). São Paulo, Brasil: CLACSO.
- Reyes, A. C., Torres, J. L., Villarraga, L. F., y Meza, M. C. (2017). Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa, Cundinamarca). *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 177-194.
- Richard, J. F. (1993). *Le paysage. Analyse et synthèse*. Paris, France: ORSTOM.
- Salgado, R. (2016). *Paisagens Turísticas: conexões ambientais e educacionais*. Cuaderno de Geografía, 26(47), 629-639.
- Salinas, E., y Remond, R. (2015). El Enfoque Integrador del Paisaje en los Estudios Territoriales:

- Experiencias Prácticas. En C. Garrocho, y G. Buzai (Eds.), *Geografía Aplicada en Iberoamérica: avances, retos y perspectivas* (pp. 503-543). México.
- Salinas, Er. (2013). *Geografía y Turismo. Aspectos territoriales del manejo y gestión del turismo*. La Habana, Cuba: Félix Varela.
- Tarroja, A. (2004). *Paisaje y gestión del territorio: transformaciones territoriales y valoración social del paisaje*, Monográfico sobre paisaje y gestión del territorio. Madrid, España: Colegio de Geógrafos.
- TCA (1999). *Countryside Character*. Cheltenham, United Kingdom: The Countryside Agency.
- Tesser, C. (2000). Algunas reflexiones sobre los significados del paisaje para la geografía. *Revista de Geografía Norte Grande*, (27), 19-26.
- Vera, J. F., López, F., Marchena, M., y Anton, S. (2011). *Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Vieira, R., Schmanech C., y dos Santos Pires, P. (2017). Systemic study of the landscape in the tourism enterprise “Ilha de Porto Belo” in Santa Catarina, Brazil, from a sustainability perspective. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(2), 218-238.
- Viñals, M. J. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales*. Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Vitte, A. C. (2007). O Desenvolvimento do Conceito de Paisagem e a sua inserção na Geografia Física, Mercator. *Revista de Geografia da UFC*, 6(11), 23-38.
- Vries, S. (2008). Making GLAM rock: Step 1 from 2 to 3 or how to Improve on Version 2 of the GIS-based Landscape Appreciation Model. Wageningen, Netherlands: Alterra.
- Wang, M. (2000). *Tourism and modernity, a socio-logical analysis*. Oxford, United Kingdom: Pergamon Press.
- WTO (2011). *Tourism Towards 2030*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Zoido, F. (2009). El convenio europeo del paisaje. En J. B. Fábregas, y A. C. Ramos, *Gestión del Paisaje* (pp. 299-315). Barcelona, España: Ariel.
- Zonneveld, I. (1995). *Land ecology, an introduction to landscape ecology as a base for land evaluation, land management and conservation*. Amsterdam, Netherlands: SPB.
- Zuluaga, P. A. (2006). Una mirada al paisaje como recurso turístico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 2(2), 76-82.