

Conceptos para una sociología del paisaje

José Manuel Echavarren

Universidad Pablo de Olavide
jmechevarren@upo.es

Recibido: 12-03-2009
Aceptado: 25-05-2009

Resumen

El paisaje ha sido un gran olvidado dentro de la tradición sociológica como un producto y como una fuerza activa en la producción social. El paisaje es también sociedad y las formas en las que se interpreta, los modos a través de los cuales interaccionamos con él, y aún su misma forma, derivan de procesos sociales. El presente trabajo ofrece una perspectiva del tratamiento del paisaje en la sociología y en otras disciplinas de ciencias sociales, como la economía, la psicología y la geografía humana. Partiendo de la propuesta de Latour sobre los híbridos sicionaturales, se presentan los conceptos de lugar natural e icono natural, dos modos de interpretación del paisaje en ocasiones enfrentados entre sí. Estos dos conceptos esconden dos cosmovisiones de cómo interactuar con el entorno natural. En la actualidad, el lugar natural está más extendido en las comunidades rurales y la idea del icono natural lo está en las urbanas, en procesos donde no está exento el conflicto en diversos niveles.

Palabras clave: sociología del paisaje, híbridos, icono, lugar, espacio, construcción social de la naturaleza.

Abstract. *Concepts for a sociology of landscape*

In traditional sociology, landscape has not been considered as a product and agent of social production. Yet landscape is also society, and the ways by which we interact with landscape and even its very shape derive from social processes. This paper presents an overview of the research on landscape ranging from sociology to psychology, economy or human geography. Starting from the Latour's proposal of hybrids (in part social, in part natural) and we present the concepts of natural place and natural icon. They are two ways to interpret landscape which sometimes are opposed one to each other. These two concepts hide two ways to understanding natural environment and how to interact with nature. Nowadays the image of a natural place is mainly found in rural areas whereas natural icon interpretations are prevalent in urban communities. Both interpretations of landscape and nature may clash at different scales.

Key words: sociology of landscape, hybrids, icon, place, space, social construction of nature.

Sumario

Introducción	Poder y conflicto
El paisaje en la sociología	La gestión de la naturaleza
Dimensiones de análisis sociológico del paisaje	Conclusiones
Capital natural	Referencias bibliográficas
Dos interpretaciones del espacio natural: icono y lugar	

Introducción

El paisaje ha constituido un aspecto poco relevante para la investigación en sociología, al igual que lo ha sido, hasta tiempos recientes y salvo honrosas excepciones, el estudio del espacio. Resulta curioso, a este respecto, que muchos de los estudios que en la actualidad se llevan a cabo sobre variables espaciales en sociología provengan precisamente de investigadores curtidos en la sociología rural y en la sociología medioambiental.

En la primera parte del texto, trataremos del estudio del paisaje en sociología, cómo éste influye en la acción social y en qué medida la sociología puede dar cuenta de sus particularidades. A continuación, distinguiremos tres dimensiones en el estudio del paisaje. En un principio, la tentación puede ser reducir el análisis paisajístico a la esfera cultural, pero además de esta dimensión, básica en cualquier análisis sociológico, también vamos a incluir una dimensión material y una dimensión emocional. A lo largo de estas páginas, se irán introduciendo también hallazgos y perspectivas de gran interés de muchas otras disciplinas en ciencias sociales como la psicología, la economía o la geografía humana, ofreciendo al lector atisbos de los principales caminos que han estudiado el paisaje en esta suerte de encrucijada que pretende ser la sociología del paisaje, inscrita en una subdisciplina igualmente mestiza, la sociología medioambiental.

Además de ofrecer una visión general del paisaje y su análisis en sociología, en las páginas que siguen se van a desarrollar y proponer una suerte de conceptos y herramientas para el estudio de este campo en ciencias sociales. Por ello, se va a ahondar en el concepto de capital natural como elemento de gran utilidad para analizar el espacio natural atendiendo a su dimensión materialista.

Además de profundizar en el concepto de capital natural, seguidamente se van a introducir dos conceptos híbridos (Latour, 1993), que combinan una dimensión material y cultural mezclando elementos naturales y culturales. Se trata de los conceptos de *lugar natural* e *icono natural*, dos interpretaciones del espacio con distintas implicaciones para la comunidad social. Estas dos interpretaciones suponen distintas maneras de entender la relación entre sociedad y medio ambiente, concepciones que en ocasiones entran en conflicto. El poder

y el conflicto constituyen dos elementos clave en la investigación sociológica y aparecen en los estudios más clásicos de la disciplina. Aquí también los vamos a tratar en relación con estas interpretaciones del paisaje.

La interpretación del mundo natural, ya como *lugar* o como *icono natural*, también va a tener consecuencias importantes en la gestión del espacio natural. El modelo global de gestión natural, además, se está articulando actualmente a la manera de un *icono natural global*, subrayando la idea de la naturaleza como bien común y retomando la paradoja de la «tragedia de los comunes» (Hardin, 1968). El texto finalizará entonces discutiendo esta perspectiva y proponiendo una alternativa de control y gestión local de paisaje. De esta forma, el recorrido por la concepción del paisaje, su análisis en sociología y algunas herramientas para su adecuado estudio pretende constituir una piedra más en el camino de la singladura de esta subdisciplina en nuestro país y tender puentes con otras disciplinas en ciencias sociales para el estudio de un elemento etéreo, poético, pero también real y muy social como es el paisaje.

El paisaje en la sociología

Cuando miramos un paisaje, estamos contemplando sociedad. Miramos a través de un prisma social, interpretamos lo visto de acuerdo con estándares sociales y, en mayor o menor grado, el paisaje natural ha sido afectado ya por la acción humana en muchos niveles, incluso cuando parece un ejemplo de «naturaleza salvaje» (Cronon, 1983).

La sociología estudia la sociedad y, por ello, una sociología del paisaje no se ha de centrar en el paisaje per se, sino en las relaciones sociales que se imbrican en ese paisaje en multitud de niveles. Los paisajes no son neutrales, sino que esconden relaciones sociales, son el producto de prácticas sociales cotidianas. Contemplar un paisaje es una actividad profundamente mediatizada por normas sociales y por el universo simbólico de la comunidad. Es más, «las miradas sobre el paisaje —y el mismo paisaje— reflejan una determinada forma de organizar y experimentar el orden visual de los objetos geográficos en el territorio. Así el paisaje contribuye a naturalizar y normalizar las relaciones sociales y el orden territorial establecido» (Nogué, 2007: 12).

La tradición sociológica ha prestado poca atención al estudio del paisaje, en particular, y al espacio y la naturaleza, en general (Pardo, 1998). Esta auto-limitación de la sociología se entiende en parte por la concepción durkheimiana fundacional de que los hechos sociales se explican necesariamente a partir de otros hechos sociales, con lo cual se elimina de la ecuación el contexto natural, que queda relegado a mero escenario de la acción social¹. Por su parte, los intentos de crear disciplinas mixtas que integraran el elemento cultural y el natural tales como la sociobiología o la biosociología han tenido, en muchos

1. Marx o Simmel, por ejemplo, lo introducen de manera lateral en sus análisis. Paradójicamente, sí encontramos análisis sociales de base espacial en algunos antecedentes de la sociología, como en Montesquieu o Herder.

casos, un fuerte sesgo determinista². Es a finales de los años setenta, con el desarrollo de la sociología medioambiental, cuando se emprenden de nuevo estudios sociológicos que tratan la materia con rigor. A pesar de ello, el estudio del paisaje también se obvia en los primeros momentos de la sociología medioambiental, más interesada en la crisis ecológica y el desarrollo de un nuevo paradigma de interacción con la naturaleza, el conocido NEP (Dunlap y Catton, 1979). La psicología social sí prestó especial atención al espacio de manera ininterrumpida a lo largo del siglo XX, con lo cual dio pie a la psicología ambiental, que ha tratado el paisaje como elemento central de su proyecto de investigación³. El inconveniente de la psicología es que, como podía esperarse, en este proceso ha descuidado el papel que desempeñan las variables sociales en la relación humana con el paisaje. También la geografía humana ha prestado gran atención al paisaje, con nombres de referencia como David Lowenthal⁴. Es por ello que ha de vindicarse una sociología del paisaje que atienda a estas cuestiones y que, a la vez, aproveche el amplio material generado por disciplinas hermanas durante el tiempo que ha durado este «silencio sociológico» sobre el espacio natural y el paisaje.

Entendemos el paisaje como un constructo ecológico-psicológico-social, que incluye no sólo una serie de características físicas, sino también los modos en que es percibido por el ser humano, el cual, a su vez, se halla inserto en una determinada comunidad social. El paisaje aparece, así, como una categoría de estudio sociológico especialmente rica, donde cabe el estudio de las representaciones sociales, de la interpretación social del paisaje, de la influencia de éste sobre la comunidad y de cómo esta influencia a su vez repercute en la interacción con el medio.

Cuando una persona contempla un paisaje, establece un diálogo entre la percepción y las interpretaciones culturales aprendidas sobre cómo percibirlo y cómo entenderlo, así como un marco normativo de referencia que va a mediatizar sus expectativas y las posibilidades de interacción con el medio. A este proceso, se le puede considerar interacción social, ya que, por un lado, hace referencia directamente a procesos sociales y a marcos simbólicos de referencia que son colectivos intersubjetivos y dialógicos.

2. Una excepción ha sido la Escuela de Chicago y la subdisciplina de la ecología humana.
3. Destacan por su influencia los tempranos estudios de Barker y su «escenario conductual» (*behavior setting*), que introduce el término junto con Wright en 1955, pero que lo desarrolla más exhaustivamente en un libro señero para la psicología social, *Ecological psychology* (1968). Por «escenario conductual» entendía un sistema ordenado y autorregulado de componentes humanos y físicos que interactuaban de forma sincronizada y que llevaban a cabo el funcionamiento del lugar, la unidad básica espacio-temporal de comprensión de la conducta social, enmarcada en espacios regulados socialmente y donde las personas interaccionaban a través de roles concretos.
4. O Florencio Zoido y Joan Nogué en el ámbito nacional, entre otros.

Dimensiones de análisis sociológico del paisaje

Dentro del análisis sociológico del paisaje, podemos destacar tres dimensiones. A menudo, las tres serán necesarias para dar cuenta apropiadamente del fenómeno a estudiar. Por otro lado, a veces, las fronteras entre una y otra son difusas y aunque, analíticamente, sea pertinente separarlas, en muchas ocasiones será difícil hacerlo al tener en cuenta objetos reales de estudio.

- Dimensión material. El paisaje es más que imagen y representaciones culturales. Su realidad material proporciona la base a partir de la cual se construyen multitud de significados sociales. Por su parte, constituye además un depósito histórico donde las distintas sociedades han ido dejando su impronta modelando el espacio natural, esto es, esculpiendo su concepción de la interacción con la naturaleza. La sociología del paisaje parte de la base de que el paisaje nunca es neutral, no constituye un a priori a la acción social, sino que es construido y constituye el fruto de la interacción entre los ámbitos social y natural. Es a través de la investigación que se pueden comprender las prácticas sociales y los valores que las respaldan y que han contribuido a conformar la estructura del paisaje en este momento.
- Dimensión cultural. La cultura confiere el complemento simbólico a la base material del paisaje. Sin ella, el paisaje sería meramente espacio, sin sentido o significado social añadido alguno. La dimensión cultural engloba los valores que se proyectan en el paisaje, muchas veces a través de arquetipos sociales, lo cual afecta a las conductas y genera expectativas concretas, y también constituye una parte importante del propio Self y de la esencia de la comunidad social en forma de identidad y pertenencia. Por supuesto, las prácticas culturales afectan también a la propia configuración material del paisaje en un proceso dialéctico. En este sentido apunta Norgaard con su concepto de coevolución (2000), que señala cómo la actividad social modifica los ecosistemas y cómo las respuestas de estos ecosistemas proveen de un marco para la consiguiente acción individual y organización social.
- Dimensión emotiva. En una sentencia clásica en psicología, Ittelson (1973) definió al espacio como un «territorio emocional», un ámbito donde la experiencia cognitiva es inseparable de la emoción. El factor emocional es de gran utilidad en la interpretación del paisaje, y constituye el núcleo de la preferencia paisajística. Por su parte, las emociones que provoca un paisaje también afectan a la acción social. Por ejemplo, las sensaciones de paz y de reverencia que experimentaron los padres del movimiento ecologista en el siglo XIX (Nash, 1982) configuraron de manera importante el devenir de la protección medioambiental. El ámbito cultural también media en el impacto emocional de un paisaje dado, evidentemente, pero es importante hacer hincapié en el hecho de que ciertos paisajes, por su morfología especial, tienen más posibilidades de concitar diversas emociones que otros (el desierto o vistas de corte lunar despiertan unas emociones propias, por ejemplo). Algunos autores sostienen que la emoción que despiertan cier-

tos paisajes se puede explicar como un mecanismo de adaptación al medio (Appleton, 1975; Kaplan y Kaplan, 1989), donde las personas están genéticamente condicionadas a preferir los ambientes naturales que favorecerían en tiempos la supervivencia, paisajes donde existiera agua y posibilidades de esconderse y acechar. Las emociones pueden constituir también elementos funcionales para la cohesión de una sociedad, también en el plano paisajístico. Aquellas personas que se sientan más cercanas emotivamente a su paisaje, a su espacio natural, tenderán a protegerlo con mayor vehemencia.

A fin de analizar los fenómenos sociales en su justa complejidad, partimos aquí de una postura epistemológica integradora que va más allá del constructivismo extremo, por un lado, y del realismo simple y unidireccional, por otro. Una propuesta de gran calado a este respecto es la de la hibridación de Latour (1993). Latour incide en la importancia de prestar atención a elementos naturales como agentes activos en la producción de la realidad. La hibridación nace de la imposibilidad de separar con nitidez la contribución natural y cultural en la producción de la realidad, aspecto a destacar especialmente cuando hablamos de paisaje.

Capital natural

En general, el análisis puramente cultural de la acción social resulta insuficiente para explicar los hechos sociales. El análisis del paisaje es inseparable de su realidad material, así como de sus interpretaciones culturales y las respuestas emocionales que éstas suscitan. En este punto, resulta necesario introducir un concepto de gran utilidad para el análisis de la interacción social en el espacio, el concepto de capital natural. El concepto de capital natural ha sido muy utilizado en economía, en especial en la economía ecológica⁵.

En economía, se distingue entre capital natural, capital humano y capital manufacturado (Prugh et al., 1999). El capital natural se define como todo *stock* que genera un flujo de bienes y servicios útiles o renta natural a lo largo del tiempo y comprende la totalidad de activos naturales, divididos entre recursos no renovables (petróleo, carbón, etc.) y renovables (los propios ecosistemas, por ejemplo) (Costanza y Daly, 1992). La crisis medioambiental global que se está sufriendo es consecuencia, afirman los economistas ecológicos, de no haber tenido en cuenta el capital natural dentro de la contabilidad económica tradicional. Aquí vamos a dar a este concepto un contenido de mayor calado sociológico.

Vamos a definir el capital natural como el conjunto de posibilidades y limitaciones que ofrece el medio natural a la acción social. Las distintas nociones de capital suelen hacer referencia a recursos, y aquí el capital natural constitu-

5. Un brillante exponente de la economía ecológica que es de obligada referencia es Joan Martínez Alier (1992).

ye el conjunto de recursos naturales disponibles en un espacio dado para una sociedad concreta, así como aquellos elementos que ofrecen oposición a la acción social. Los recursos del capital natural engloban los rasgos materiales que el paisaje ofrece en su interacción material con la comunidad social, esto es, tanto los contenidos del espacio natural dado (minerales, botánicos, animales) como el propio continente del mismo, esto es, aquellos rasgos que presenta, su perfil, el paisaje. Se trata de una diferencia entre recursos de uso y recursos de no-uso o no directamente explotables. Entre estos recursos de no-uso, destacará la importancia de rasgos distintivos que puedan hacer al espacio más o menos único, como las formas de distintos picos o el color de la tierra.

Todos ellos constituyen recursos naturales, que se utilizarán en la acción social de una manera u otra, ya sea como fuente de energía o como fuente de referentes simbólicos. La utilización de los recursos naturales de uso, los referidos al contenido del territorio, es variada, pero, básicamente, implica la obtención de materiales y energía para cubrir las necesidades metabólicas de la comunidad humana⁶. Los recursos naturales de no-uso, los referidos al continente del territorio, suministran recursos al universo simbólico de la sociedad, en forma de metáforas, de espacio de sacralidad, de elementos para la construcción de la identidad colectiva.

Si entendiéramos el capital natural como una mera relación de recursos, empobreceríamos su sentido, y es que el entorno natural no solamente ofrece posibilidades a la acción, sino que, por sus propias características, penaliza más unas acciones sobre otras, aspecto que interesa incluir en el concepto de capital natural. Finalmente, el capital natural constituye un conjunto de elementos naturales que afectan a la acción social, ya sea de forma positiva como recursos que contiene el espacio, como al grado de resistencia que ofrece el espacio natural a la acción humana. La resistencia a la acción social vendrá dada por distintos elementos del capital natural, en concreto, por las condiciones ambientales del territorio y por las características del espacio y las especies que lo habitan. A este respecto, dentro de los elementos de condiciones ambientales, podemos destacar las condiciones climatológicas (como las bajísimas temperaturas del Polo Norte) o el grado de humedad (que puede fomentar condiciones insalubres para la comunidad humana); mientras que ejemplos de elementos del carácter del espacio y las especies que lo habitan serían la resiliencia de los ecosistemas contenidos en el espacio (donde ecosistemas muy vulnerables obligarán a la comunidad a adoptar formas eficaces de control de la explotación de recursos o bien a establecer situaciones de inestabilidad medioambiental), la agresividad de las especies animales (grandes carnívoros, animales infecciosos, especies vegetales venenosas), o lo escarpado del territorio (que dificultará la explotación de recursos y la comunicación con otras comunidades).

6. Para un análisis de la relación metabólica de la sociedad con su entorno, consultar Fisher-Kowalski (2000), donde se presenta un enfoque analítico que estudia y cuantifica el intercambio de flujos de energía y materiales entre las comunidades humanas y sus entornos naturales.

Cuadro 1. Composición del capital natural

Recursos		Resistencias	
Tipos	Ejemplos	Tipos	Ejemplos
De uso	Ríos, campos cultivados, praderas de pasto, senderos señalizados	Condiciones ambientales	Bajas temperaturas, alto grado de humedad, bajas precipitaciones, altitud muy elevada
De no-uso	El paisaje, los cabezos de arenisca, el color singular de la arena o del río	Características del espacio y especies	Especies animales muy agresivas, existencia de «devoradores de hombres», territorio muy escarpado

Fuente: elaboración propia.

El capital natural es un concepto relacional. Esto es, existe y tiene sentido en función de otro elemento externo, en este caso, una comunidad humana. Si el capital natural incluye recursos, una sociedad puede interpretar ciertos elementos naturales como recursos o no hacerlo (elección que, en primer lugar, vendrá dada por su nivel tecnológico), de igual manera que el grado de resistencia que ofrece el capital natural del territorio podrá ser mayor o menor en función del tamaño del grupo humano y de su capacidad de transformación del espacio. El capital natural no es el conjunto de todos los elementos naturales de un territorio, sino el conjunto de recursos y de barreras a la acción social, y por ello variará entonces en función de las necesidades de la comunidad humana y de las características de su organización social.

El capital natural, además, es afectado por la acción transformadora humana. No se trata de un elemento estático anexo a la comunidad humana, sino que es modificado a la par que modifica a la sociedad, de modo que ambos se transforman mutuamente en una suerte de proceso dialéctico. Es importante tener presente que, en gran medida, los paisajes naturales que conocemos son el resultado de las estrategias de explotación y la organización social imperantes en la sociedad.

Así, el capital natural de un territorio dado resultará clave para el desarrollo económico de una sociedad y afectará en cierto grado a su organización social, como señala Diamond (2007)⁷. Por su parte, el capital natural del pai-

7. El análisis de Diamond, que, aunque es muy interesante, peca de cierto determinismo ambiental, expone cómo algunos aspectos del territorio (las condiciones climatológicas, la forma de los continentes) o de las especies animales y vegetales (la ausencia de animales de tiro en América, por ejemplo), ha condicionado el devenir de las sociedades a lo largo de la historia.

saje puede influir en las construcciones sociales y afectar a fenómenos tan a priori puramente sociales como el sentimiento de pertenencia a un espacio dado (Stedman, 2003).

Dos interpretaciones del espacio natural: icono y lugar

Atribuimos significados a los espacios, y a su vez nos vinculamos y somos limitados por esos significados. Los conceptos de icono natural, lugar natural y espacio natural constituyen tres formas de interpretación del entorno natural, tres conceptos que describen la relación de la comunidad con el entorno y su interpretación. Se trata de tres conceptos que ponen en relación el capital natural de un paisaje con la producción de sentido de la sociedad. De esta dialéctica, nacen conductas que, a su vez, afectarán al medio y a distintas comunidades humanas. Estos conceptos serán de utilidad para describir tres tipos de interrelación entre sociedad y entorno en el ámbito de la interpretación del paisaje.

Consideraremos *espacio natural* a aquél donde no existen interpretaciones sociales homogéneas, extendidas y consolidadas sobre un entorno natural concreto. Se trata de un espacio sin un «carácter social», un entorno que no refleja valores, que no tiene un nombre en el mapa del universo simbólico de la comunidad. «Lugar no es sinónimo de espacio [...] el espacio es en lo que se convierte un lugar cuando se le succiona aquello que lo convierte en especial, los significados y los valores. Expresado en positivo, un lugar es espacio con personas, prácticas, objetos y representaciones» (Gieryn, 2000: 465). El hecho de que un paisaje se interprete como mero espacio indica la escasa importancia que recibe por parte de la comunidad. *Espacio natural* serían, así, las zonas en blanco, sin nombre dentro del mapa simbólico del entorno natural de una comunidad humana. Estas «zonas en blanco» pueden tener nombre para muchas personas, que pueden incluso vivir grandes experiencias emocionales ligadas a estos espacios, pero adquieren la categoría de *espacio natural* porque la comunidad que estamos estudiando no tiene significados ni interpretaciones extendidas al respecto, y son los significados sociales los que nos interesan principalmente aquí.

Tomando el concepto de *lugar* de Augè (1992), entendemos el *lugar natural* como un espacio histórico, relacional e identificadorio, un espacio personalizado, con vida social, particular, y caracterizado por una alta función social. Este espacio normalmente está relacionado con la comunidad por flujos de explotación de diversa intensidad. Aquí, los miembros de la comunidad social son capaces de advertir la historia y las relaciones de propiedad y poder que implica el paisaje. Se trata de un tipo de interpretación del paisaje de carácter eminentemente local⁸, dado que implica un conocimiento profundo del mismo.

8. Esta afirmación no implica que el sentido del paisaje como lugar natural sea exclusivo de la comunidad local, sino que el control de esta definición del paisaje reside en la comunidad local, y que toda persona ajena que sea iniciada en ella muy probablemente deberá desplazarse hasta allí y ser socializada in situ.

La relación con este paisaje es de corte familiar, cotidiano, supone un lugar de encuentro con generaciones pasadas que efectivamente lo habitaron y lo cargaron de sentido y de vivencias.

La explotación del territorio es importante para la creación del lugar natural, dado que modela los lazos emocionales con el paisaje (Relph, 1975) y proporciona el tipo de relación íntima y cotidiana de una persona con su entorno, pero también de una comunidad con el suyo, de manera que aquellas personas que no participen de esa explotación, pero sí estén integradas en esa comunidad, compartirán también muchos de los significados del lugar natural en tanto en cuanto ámbito de explotación tradicional. Por su parte, la existencia de este tipo de explotación tampoco es condición sine qua non para el desarrollo de una interpretación del territorio como *lugar natural*, como señalan Eisenhauer, Krannich y Blahna (2000), apuntando a otras posibles fuentes de significado, como la orografía especial del territorio o a causa de las interacciones que puedan darse en espacios.

El *icono natural* constituye una interpretación del territorio donde las personas se relacionan con el símbolo en lugar de con el territorio. La interpretación del *lugar natural* implicaba una interacción de la cual nacía un sentimiento de pertenencia. En el caso del *icono natural*, las personas consumen el símbolo en lugar de interactuar con su referente material. El *lugar natural* se convierte en un verdadero icono para la comunidad, deja de constituir un signo para convertirse en símbolo. Pero, ¿un símbolo de qué? Se trata de un símbolo de la sociedad, un tótem a la manera de Durkheim, un territorio donde renovar los lazos de pertenencia a la comunidad social. Es por ello que pasa de ser un espacio histórico (como lo era bajo la interpretación de *lugar natural*) a convertirse en un espacio mítico, y las relaciones que se mantienen con él adquieren una forma ritualizada con elementos sagrados.

Otra diferencia con el *lugar natural* es que el *icono natural* se crea principalmente en comunidades alejadas del paisaje. El paquete cognitivo para interpretar un icono natural es, por otro lado, mucho más ligero y no implica una interacción directa con el paisaje. Por otra parte, el capital natural de no-uso del paisaje toma un protagonismo destacado aquí, y es que los iconos naturales deben ser suficientemente singulares con respecto a su entorno. De esta manera, el paisaje se puede convertir en un *icono* de la comunidad y en símbolo de una unidad más amplia, como una región o un estado. El espacio se convierte en un *icono*, un símbolo de la identidad colectiva y parte inherente de la identidad de las personas que configuran esta unidad amplia.

Muchos nacionalismos comienzan a forjarse en el siglo XIX apoyándose en iconos naturales que se convierten en símbolos que reflejan los valores de la nación, o el estadio más «puro» y «original» del «espíritu de la nación». Un caso paradigmático es el alemán, donde el movimiento naturalista fue aprovechado por los nazis en el periodo de entreguerras. Tabara y Darier (2006) han estudiado también el fenómeno en relación con Montserrat (nacionalismo catalán) y las Laurentides (nacionalismo en Québec). También Ortega (2005) reúne diversos ensayos al respecto tomando los casos gallego, castellano o cata-

lán, dentro del esfuerzo de la geografía humana española por estudiar estos aspectos.

Si bien la creación de iconos naturales no es nueva, lo que es sustancialmente nuevo es, por un lado, la capacidad de penetración del *icono natural* en la población, lograda en base a la extensión de los medios de comunicación de masas, y, por otro, la pérdida de la posición de dominio de la religión en la creación del sentido de este icono con respecto a otras agencias e instituciones sociales.

Lugar e icono natural son dos aspectos dentro del conjunto de posibles interpretaciones del espacio natural, si bien son dos muy importantes. Tampoco constituyen un continuo donde diversos modelos mixtos puedan dar cuenta de todas las posibles interpretaciones del territorio natural, y es que ambos conceptos son cualitativamente distintos. Por otro lado, como sucede en estos casos, la aplicación de ambos conceptos va a suponer adecuarlos a la realidad local alterando algunas de sus características o introduciendo algunas nuevas.

Poder y conflicto

Las dos interpretaciones del espacio natural que hemos revisado implican una relación diferente con el medio ambiente, en algunos casos incompatibles, que puede desembocar en situaciones de conflicto. Se trata de un conflicto de interpretaciones del paisaje, pero también de maneras de entender el mundo y relacionarse con él. En la mayoría de estos casos, este conflicto se articula a partir de dos comunidades: rural y urbana. Este hecho se explica porque, como se ha visto, las interpretaciones del *lugar natural* son de corte local, esto es, principalmente tendrán lugar en el entorno rural, mientras que, por su parte, las interpretaciones de *icono natural* se relacionan más comúnmente con comunidades más lejanas, normalmente comunidades urbanas. En este sentido, las posibilidades de conflicto entre la comunidad rural local y la urbana al respecto de la interpretación del espacio natural se basan en cuatro aspectos: la definición del espacio, la propiedad, la gestión y los usos.

Se puede llegar a una situación de conflicto si el control sobre el territorio local por parte de una comunidad, en este caso sobre su *lugar natural*, se ve afectado por otra comunidad alejada que se siente como intrusiva. El control local sobre el espacio se entiende primeramente como la capacidad de definir el espacio natural. En este caso, las definiciones en conflicto son las que corresponden al *lugar natural* y al *icono natural*. Cuando una comunidad pierde el control en la definición de un espacio natural que entiende bajo su ámbito de dominio, porque, por ejemplo, se ubica en su entorno físico inmediato, pierde una parte clave del control simbólico de ese espacio. La definición de un espacio va a orientar las interpretaciones del mismo, y éstas afectarán invariablemente a los usos y a las conductas que se lleven a cabo allí. Cuando a un espacio natural se lo llega a definir como *icono natural*, y ese espacio había sido definido con anterioridad por parte de la comunidad local como un *lugar natu-*

ral, se va a producir un inevitable conflicto de interpretaciones, sobre todo si se entienden como mutuamente excluyentes.

De la misma forma que los *iconos naturales*, también los *lugares naturales* se construyen socialmente, pero existen diferencias. La diferencia más importante reside en el control sobre las definiciones del *lugar*. En este caso, la comunidad local tiene el control sobre la interpretación y el significado del espacio. Es posible que dentro de estas comunidades existan variaciones ligeras con respecto a la «versión oficial común»⁹, pero todas las versiones de significado que se consideran legítimas pertenecen a la comunidad. En el caso del *icono*, es la comunidad extensa más alejada, normalmente de corte urbano, la que se encarga de gestionar su significado a través de instituciones poderosas que están acostumbradas a hacerlo de forma eficiente¹⁰. El conflicto de significados entre la comunidad local y la comunidad distante se produce durante el proceso de transformación de un *lugar natural* a un *icono natural*.

Una vez que la comunidad local ha cedido la propiedad del espacio, también surge la posibilidad de conflicto en relación con la gestión del mismo. La creación de parques naturales, por ejemplo, se hace muchas veces en zonas comunales, donde las instituciones medioambientales urbanas negocian con ayuntamientos más que con particulares. La gestión del espacio es un punto de importancia y una fuente de recelos constante en la creación de parques naturales por parte de las comunidades locales, que observan como una institución extraña gestiona un espacio tradicionalmente ligado a su comunidad en unos términos normalmente desconocidos hasta entonces.

Otra posible importante fuente de conflicto es la relativa a la interpretación de los usos del espacio. Esta interpretación está muy ligada al tipo de usos que se desarrollan en el espacio natural y al valor que se le asocian. Podemos diferenciar entre dos tipos de valores con relación al medio natural: los valores de uso y los valores de no-uso. En economía ecológica, se ha trabajado mucho en su distinción. Los valores de uso son aquellos de corte activo que se llevan a cabo in situ en el territorio natural, mientras que los valores de no-uso son aquellos que están dissociados del uso o la opción de uso y se disfrutan por la mera existencia del espacio en cuestión (Freeman, 1993).

Los valores de uso se diferencian en consuntivos y no-consuntivos. Los primeros implican el consumo de un bien o de unos bienes dentro del espacio natural, esto es, la explotación de recursos naturales, como podría ser la pesca o la tala de árboles. Los valores de uso no-consuntivos son aquellos donde los recursos naturales no son consumidos o explotados, basándose en actividades de corte principalmente contemplativo, como el senderismo, la escalada, la

9. Como toda construcción social, se trata de un proceso de negociación social. Para que un *lugar natural* alcance su significado actual, existe una etapa anterior donde diferentes posiciones alternativas en conflicto al respecto maniobran para conseguir la hegemonía de significado, que más tarde se naturaliza y se reifica.

10. La Iglesia en la época medieval o la industria turística en los tiempos actuales, por ejemplo.

Cuadro 2. Tipos de valores en el ámbito medioambiental

Valores de uso		Valores de no-uso	
Tipos	Ejemplos	Tipos	Ejemplos
Consuntivos	Caza, tala forestal, cultivo	De legado	Derecho de las generaciones futuras
No-consuntivos	Escalada, senderismo, fotografía de aves	De existencia	Campañas de protección de ballenas

Fuente: Freeman (1993). Elaboración propia.

observación de aves, etc.¹¹. Por su parte, los valores de no-uso pueden ser de existencia o de legado. Los valores de no-uso de legado son aquellos donde la persona, sin tener por qué visitar el espacio en cuestión, obtiene satisfacción por el hecho de saber que ese entorno natural podrá ser disfrutado en un futuro por generaciones venideras. El valor de no-uso de existencia es aquel por el cual la persona entiende como un valor positivo la mera existencia de ese espacio natural en particular, a pesar del hecho de que, quizás, ni ella ni sus descendientes lleguen a interactuar directamente con él. Se trata del caso de, por ejemplo, aquellas personas que están dispuestas a donar fondos a la protección de la selva amazónica por el valor que tiene para ellos en sí mismo, al margen de razones de corte utilitario.

Los usos del área natural entendida como *icono* o bien como *lugar* van a ser diferentes, ya que en el primer caso se van a primar normalmente valores de no-uso y en el segundo, valores de uso. En muchos casos, ambos tipos de valores van a caracterizar tanto iconos como lugares naturales, con una excepción: los valores de uso consuntivos son muy mal considerados por parte de las comunidades urbanas lejanas dentro del espacio natural entendido como icono natural. Y de entre estos usos consuntivos, los que cuentan con menos simpatías son aquellos sin una funcionalidad económica clara, esto es, los usos que consumen recursos del icono natural sin una justificación económica, como la caza, por ejemplo.

La comunidad urbana entiende la protección del *icono natural* como protección del territorio con respecto a la «amenaza» que supone la comunidad local (rural). El *icono natural* está muy vinculado a la idea mítica de lo primitivo, a un momento fundacional ajeno a la explotación humana, y por ello, para salvaguardar esa naturaleza prístina, las actividades locales, sobre todo las relacionadas con los valores de uso consuntivos, son entendidas con mucho recelo. La explotación humana se entiende en este caso como un añadido «anti-

11. Freeman (1993) distingue y engloba los valores de uso consuntivo y no consuntivo en valores de uso directo. Junto con los valores de uso directo, añade los valores de uso indirecto y de opción, si bien algunos autores incluyen a los valores de opción como valores de no-uso.

natural» que empobrece las características intangibles del paisaje. Se interpreta que el valor de uso, y en particular los valores de uso consuntivo, banalizan su carácter mítico.

La gestión de la naturaleza

Estas posibilidades de conflicto entre dos comunidades, normalmente rural y urbana, se dan, como hemos visto, a nivel de control material del espacio y también en el universo simbólico por el control de la definición del territorio. Este conflicto se asienta sobre interpretaciones distintas del espacio. En este punto es importante introducir la clásica tipología de bienes en economía pública de Ostrom y Ostrom (1977), bienes que nos van a proporcionar las claves sobre las que se articulan estos conflictos sobre el espacio natural y las propias concepciones de la relación entre sociedad y naturaleza que se están imponiendo en la actualidad en las sociedades occidentales.

La clasificación atiende a dos criterios: rivalidad en el consumo y posibilidad de exclusión. Según el criterio de rivalidad en el consumo, podemos señalar que se entiende como no rival en el consumo a aquellos tipos de bienes donde su disfrute por parte de una persona extra supone un coste marginal cero, como la luz del sol. Por su parte, los bienes rivales en el consumo son de corte contrario, donde disfrutar de una unidad implica que otra persona no podrá hacerlo, como en el caso, por ejemplo, de los frutos de un árbol. Atendiendo al criterio de facilidad de exclusión, un tipo de bien excluyente es aquel donde se limita el uso del mismo a un consumidor concreto, como en el cine a través del pago de entradas. Finalmente, los bienes no excluyentes son aquellos donde no se puede excluir a una persona de su consumo o de los beneficios que supone, como, por ejemplo, la paz y la seguridad en una comunidad o el aire limpio.

A través de la articulación de unas y otras características, obtenemos, como se observa en el cuadro anterior, cuatro posibilidades de bienes. Hay que tener presente que esta distinción construye tipos ideales de bienes, pero en el acercamiento a la realidad, encontraremos muchos ejemplos mixtos que adopten posiciones intermedias. De esta manera, los bienes privados serían aquellos excluyentes y rivales en el consumo, como, por ejemplo, el huerto cultivado propiedad de una persona o un coto privado de caza. El bien club es aquel excluyente y no rival en el consumo, como las autopistas de pago, por ejemplo.

Cuadro 3. Tipos de bienes

	Excluyente	No excluyente
Rival en el consumo	Privado	Comunal
No rival en el consumo	Club	Público

Fuente: Ostrom y Ostrom (1977).

Un bien no excluyente y no rival en el consumo es el disfrute del sol en verano, o del Everest en una escalada.

El *lugar natural* y el *icono natural* se corresponden, en la mayoría de los casos, con tipos de bienes diferentes, y aquí descansa parte de los problemas que pueden llegar a surgir entre estas dos interpretaciones del espacio natural. El *lugar natural* funciona normalmente como un bien comunal o club, aunque también puede articularse como un bien privado. Por su parte, el *icono natural* entiende el espacio natural como un bien público (cuando se tienen en cuenta valores de no-uso y de uso no consuntivo) o como un bien comunal (cuando se tienen en cuenta valores de uso consuntivo). A este respecto, ya Ostrom y Ostrom (1977) señalan que los problemas se dan precisamente en este tipo de bienes, es decir, en relación con la organización del consumo colectivo.

De esta forma, en un lado se sitúa la comunidad local rural y en el otro la población mayormente urbana, que defiende la gestión del espacio entendiéndolo como *icono natural*, como un bien público. Esta gestión está representada, a su vez, por el organismo oficial encargado de la gestión y la administración de los espacios naturales, organismos que, en la mayoría de los casos, corresponden a instituciones urbanas diseñadas desde sistemas de valores urbanos y con una interpretación particular de la naturaleza. En este sentido, la figura de *icono natural* se puede convertir para este tipo de organizaciones en el modelo a partir del cual diseñar estrategias de interacción con el medio natural, asentadas sobre la interpretación del espacio natural como un bien común.

La interpretación de un espacio como bien comunal, entendido como un bien común de la sociedad, implica, por un lado, que su acceso debe ser libre para toda persona que desee consumirlo y, por otro, que debe ser protegido para asegurar ese consumo en una calidad mínima. En ocasiones, estos dos principios entran en conflicto. La solución a este conflicto lo marca el peso diferente que el órgano gestor del espacio natural en cuestión otorgue a los criterios económicos (que pueden sufrir ante una reducción impuesta del turismo) o medioambientales. Las actividades económicas de las comunidades locales se consideran, en ocasiones, incompatibles con la idea de bien común del espacio natural, y son en muchos casos limitadas o prohibidas. En este caso, *bien común* significa 'bien para la comunidad reguladora y distante (urbana)' así como 'mal local'. La distribución de costes y beneficios es desigual en este punto. Los sacrificios que se tienen que llevar a cabo para lograr la preservación del área natural y que van a implicar normalmente la reducción de actividades humanas, son sacrificios que afectarán únicamente a las comunidades locales. Por su parte, los beneficios en forma de valores de no-uso y de valores de uso no consuntivos sobre un espacio entendido como de libre acceso, están dirigidos a las comunidades más alejadas, normalmente urbanitas, que son las que impulsan la concepción del espacio natural en forma de *iconos naturales* y sancionan los valores de uso del mismo.

A nivel global, también podemos distinguir controversia entre una interpretación de la naturaleza como un *icono natural* o bien como un *lugar natu-*

ral. La globalización permite la exportación del *icono natural* a comunidades muy alejadas, incluso extracontinentales, lo cual da pie a la sublimación del *icono natural* en la forma del *icono natural global*. El *icono natural global* es un espacio natural muy extenso (puede incluir varios tipos de ecosistemas diferentes), que se convierte en referente social de la comunidad distante en cuanto a *Humanidad*. Esto es, el *icono natural global* se supone un símbolo común a todos, cuya trascendencia rebasa las fronteras y las identidades particulares. El valor de este bien sería de tipo no-consuntivo, tanto de legado como de existencia. El ejemplo más paradigmático lo ofrece la selva amazónica (otro podría ser la Antártida). El hecho de que este icono se perciba en peligro también ha posibilitado el rápido desarrollo de este icono y la conciencia colectiva de la necesidad de salvaguardarlo.

Las principales agencias medioambientales y grupos ecologistas se inclinarían principalmente por una interpretación cercana al *icono natural*, donde se privilegia una visión idealizada de la «naturaleza salvaje» que minimice el impacto humano en el entorno natural, dado que, precisamente, el espacio natural tiene sentido para ellos en tanto en cuanto valor de no-uso, o si acaso como valores de uso no-consuntivos. A este respecto, existe una tendencia creciente de los países industrializados a colonizar ambientalmente a aquellos con menos recursos económicos (Katz, 1998). En estos casos de colonialismo ambiental, se diseñan parques naturales por parte de organismos del Primer Mundo que chocan, en ocasiones, directamente con los intereses económicos locales, con sus tradiciones y con su propia concepción del mundo que les rodea. Estas imposiciones se hacen a menudo de forma que las comunidades locales no entienden el porqué de las restricciones, que se interpretan como una injerencia más de poderes externos (Kottak, 1999), permitida por las autoridades a cambio de contrapartidas económicas al país.

Bajo estas consideraciones descansa la conocida como «tragedia de los comunes» (Hardin, 1968), según la cual en las ocasiones donde los individuos tienen la posibilidad de obtener beneficio por explotar un territorio de propiedad colectiva lo harán, a pesar de que esta conducta, si es generalizada, pueda comportar consecuencias negativas para la propia existencia del ecosistema productivo. La tragedia de los comunes explica cómo el explotar por encima de la cuota recomendada por la lógica de preservación ofrece beneficios inmediatos, mientras que no hacerlo ofrece tan sólo pérdidas, ya que la persona no aprovecha el rendimiento económico que podría obtener y, en cambio, sí sufre las penalizaciones que se producen en el medio si otras personas sí deciden aumentar su nivel de explotación. Para Hardin, la lógica de la tragedia de los comunes conlleva ineludiblemente a la degradación medioambiental. Hardin señala que la propiedad privada y el gobierno centralizado son las soluciones para controlar este tipo de peligros. En el caso que nos ocupa, implica la creación de organismos administrativos centralistas urbanitas que controlen las actividades humanas locales. También existe un creciente sentimiento de desconfianza hacia la gestión privada de entornos naturales, como se observaba, por ejemplo, en el estado de opinión acerca de las grandes extensiones de selva amazónica

compradas por particulares, sobre todo dentro del controvertido plan «Canje de deuda por naturaleza».

El enfoque tradicional en la gestión de espacios naturales se caracteriza por el centralismo de la Administración, la escasa importancia atribuida al conocimiento experto local y la homogeneización de las medidas correctivas (Ostrom, 1999). Estos factores encajan bien con una concepción del espacio natural en forma de *icono natural*. La gestión local de los recursos naturales es muy antigua en muchos lugares, pero desde esta óptica de gestión tradicional es puesta en entredicho, además de parecer sospechosamente condescendiente con la explotación humana del área y se describe como una rémora del pasado ineficaz (Sanz López y Torres Rodríguez, 2006). Sin embargo, la gestión del espacio natural por parte de la comunidad local implica una serie de importantes ventajas, como son el aprovechamiento del conocimiento experto local, la capacidad de flexibilidad y adaptación a situaciones cambiantes, el diseño de medidas concretas para espacios concretos, el aumento de la legitimidad de las normas resultantes para los ojos de la comunidad local, la redundancia en la generación de posibles soluciones a problemas similares o la mejora en el control de las infracciones (Ostrom, 1999). Al contrario de lo que auguraba Hardin, la gestión local muchas veces asegura la calidad medioambiental del espacio natural y la sostenibilidad de las actividades humanas¹², y el hecho de que, en muchos casos, estas sean las formas tradicionales de gestión del espacio o de recursos estratégicos muestra que, precisamente, se trata de mecanismos sostenibles. Elinor Ostrom (2000) señala muchos ejemplos a lo largo del mundo de éxitos locales en la gestión medioambiental, y como ella podemos encontrar muchos otros autores (ejemplos en Navarra de Pardo, Echavarren y Alemán, 2003; ejemplos en Israel de Atran, 1993; ejemplos en Canadá de Parlee y Berkes, 2006, ejemplos en Indonesia de Wadley y Colfer, 2004).

La gestión por parte de entidades locales ad hoc tampoco es necesariamente la mejor. «Es importante hacer hincapié en que todavía no hemos encontrado ningún conjunto concreto de normas que muestren una relación estadística positiva inequívoca en relación con la calidad medioambiental. La ausencia de límites o de formas de autoridad, sin embargo, sí está consistentemente asociada con malos resultados medioambientales. Confiar en un único tipo de normas para un amplio abanico de recursos comunales también está negativamente relacionado con calidad medioambiental. Aunque las normas específicas no están sistemáticamente relacionadas con la calidad medioambiental, los sistemas de autogestión parece que añaden dos importantes ventajas a la hora de adaptar reglas a recursos locales, y es más conocimiento del recurso y opciones más eficientes de monitoreo» (Ostrom, 1999: 519).

A este respecto, los expertos señalan dos importantes elementos para tener éxito en esta empresa: robustos sistemas de gobernanza y de auditoría y moni-

12. Actividades, que, como hemos visto, muchas veces son requisito necesario para la conservación del paisaje (Baigorri, 1999).

toreo de actividades (Ostrom, 1999, Sanz López y Torres Rodríguez, 2006). Los procesos de gobernanza local también van a tener como consecuencia la inclusión de los saberes expertos tradicionales locales, otro aspecto positivo a destacar. Dentro de la participación local en la gestión de recursos y espacios naturales, es importante apoyar institucionalmente redes de asociación de grupos menos favorecidos, y es que, normalmente, los grupos locales más privilegiados suelen caracterizarse por acceder en mayor medida a la participación en este tipo de procesos (Sanz López y Torres Rodríguez, 2006), de modo que, de cara a la calidad de los resultados, es importante asegurar que todas las personas que lo deseen puedan efectivamente participar (Young, 1998). El monitoreo, una vez que la población acepta y comparte los objetivos de la gestión medioambiental (aspecto más fácil de alcanzar si el acuerdo nace en la propia comunidad, evidentemente), resulta más sencillo y barato. Ostrom (1999: 529) señala, por ejemplo, cómo en Maine (EEUU), después de un proceso de gestión local de este corte, el Estado necesita tan sólo seis personas para controlar las actividades de más de 6.800 mariscadores. Apoyarse en las redes de participación local, en su capacidad de gestión, respetar las actividades humanas y aprovechar sus sinergias, así como apoyarse en la interpretación de lugar natural de sus espacios naturales parecen ser estrategias de gran utilidad para asegurar la calidad medioambiental de un área dada.

Conclusiones

El paisaje es una realidad social que tradicionalmente ha recibido muy escasa atención por parte de la sociología, también por parte de la sociología medioambiental. El paisaje ha sido analizado por las ciencias sociales fundamentalmente a cargo de la psicología ambiental, y aunque sus investigaciones son variadas y muy útiles, se necesita de una sociología del paisaje que reivindique adecuadamente la importancia de la variable social en su estudio.

La sociología del paisaje estudia cómo éste es resultado de la acción humana, así como las diversas interpretaciones de orden cultural que genera y las actitudes y las conductas que concita. Con el fin de obtener una descripción adecuada que refleje la complejidad del objeto de estudio, el análisis del paisaje desde la sociología debe combinar una aproximación materialista con una culturalista. A modo de integración, se propone el modelo de híbridos de Latour (1993).

Siguiendo este modelo teórico, se proponen dos conceptos para el estudio del paisaje en sociología: el lugar natural y el icono natural. El primero hace referencia a un tipo de paisaje histórico, social, referencial, con el cual las personas de la comunidad humana próxima interaccionan tradicionalmente y sobre el que controlan las definiciones e interpretaciones culturales que genera. Por el contrario, el icono natural responde a un proceso por el cual un paisaje dado se convierte en un símbolo para una comunidad muy amplia, sin un historial de interacción directa con el mismo. Ambas interpretaciones generan actitudes distintas y sostienen modelos diferentes de interacción con el

paisaje, que pueden devenir en conflicto entre la comunidad local rural y la comunidad urbana distante.

La construcción social de un espacio natural como *icono natural* tiene como consecuencia unas dinámicas que afectan a las comunidades locales de formas diversas. Producen una expansión económica en algunos sectores y la integran (más) en las redes amplias de circulación de bienes y servicios. Por otro lado, la competencia por la definición del espacio provoca una revisión de la identidad de la comunidad local en cuanto a su relación con el *lugar natural* conforme se va incrementando la presión externa sobre el *icono*. De igual manera, también las prácticas sobre el espacio pueden cambiar en este conflicto entre interpretaciones del espacio, y es que la relación material con el lugar natural entendido como un valor de uso consuntivo resulta incompatible con la idea de icono natural, que comienza a gestionarse como un bien comunal donde se intenta limitar la explotación del espacio por parte de la comunidad local. En última instancia, los cambios de la actividad humana en el paisaje también acabarán variando éste.

El icono natural se asemeja al fetichismo de la mercancía bajo el prisma marxiano, en el hecho de que oculta las relaciones sociales que la han causado. Al ocultarse esas relaciones en la «producción» del paisaje natural, tiene lugar un proceso de «naturalización» del mismo y se pasan por alto las relaciones de explotación y las desigualdades sociales que han ayudado a conformar el entorno natural en su aspecto actual. La «naturalización» de un espacio natural que es consecuencia de la actividad humana implica la *des-historicidad* del mismo.

La interpretación del paisaje y las variantes que adopta resulta clave para entender las relaciones que mantiene la sociedad con su entorno natural. La interpretación del paisaje también es de importancia para la propia conservación de la naturaleza, y es que, por ejemplo, los espacios a los que se les asocia una fuerte identidad se protegen más que los que simplemente resultan más atractivos (Stedman, 2003). En un escenario sociohistórico postindustrial, donde la naturaleza se hiperrealiza y se mercantiliza, donde el consumo visual asume una importancia económica y socializadora de primer orden, donde las relaciones de tipo material que modelan el entorno quedan ocultas y un nuevo imperialismo neocolonial de corte ecologista se extiende por el planeta, la sociología del paisaje se convierte en un elemento de la mayor utilidad. El paisaje es un texto que habla de nosotros, de lo que fuimos, de lo que seremos, de las cosas que valoramos y los porqués que les asociamos. El paisaje es más que las personas que lo contemplan. Y es que el paisaje es texto, pero también es pluma.

Referencias bibliográficas

- APPLETON, J. (1975). *The experience of landscape*. Londres: Wiley.
- ATRAN, S. (1993). «Itza-Maya Tropical Agro-Forestry». *Current Anthropology*, 34, 633-700.

- AUGÈ, M. (1992). *Los «no-lugares»: Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- BAIGORRI, A. (1999). «De la naturaleza social de la Naturaleza». En: PARDO, M. (ed.). *Sociología y medio ambiente: Estado de la cuestión*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra y Fundación Fernando de los Ríos, 103-115.
- BARKER, R.G. (1968). *Ecological psychology*. Standford: Standford University Press.
- BAS, P.; PINTO-CORREIA, T. y CORNISH, P. (2006). «Landscape: What's in it? Trends in European landscape science and priority themes for concerted research». *Landscape Ecology*, 21, 421-430.
- BOURASSA, S.C. (1990). «A paradigm for landscape aesthetics». *Environment and Behavior*, 22 (6), 787-812.
- BREHN, J. (2007). «Community attachment: The complexity and consequence of the natural environment facet». *Human Ecology*, 35, 477-488.
- CORRALIZA, J.A.; GARCÍA NAVARRO, J. y GUTIÉRREZ DEL OLMO, V. (2000). *Los parques naturales en España: Conservación y disfrute*. Madrid: Fundación Alfonso Martín Escudero.
- COSTANZA, R. y DALY, H. (1992). «Natural capital and sustainable development». *Conservation Biology*, 6, 37-46.
- COSTONIS, J.J. (1989). *Icons and Aliens*. Illinois: Illinois University Press.
- CRONON, W. (1983). «The trouble with wilderness or getting back to the wrong nature». En: CRONON, W. (ed.). *Uncommon ground: Rethinking the human place in Nature*. Nueva York: W.W. Norton, 69-91.
- DARIER, E. y TÀBARA, D. (2006). «Els objectes naturals i la identitat nacional: Les muntanyes a Catalunya i al Québec». *Papers*, 82, 37-55.
- DIAMOND, J. (2007). *Armas, gérmenes y acero*. Barcelona: DeBolsillo.
- DUNLAP, R.E. y CATTON, W.R. (1979). «Environmental Sociology». *Annual Review of Sociology*, 5, 243-273.
- DURÁN, M.A. (2007). «Paisajes del cuerpo». En: NOGUÉ, J. (ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, 27-63.
- EISENHAUER, B.W.; KRANNICH, R.S. y BLAHNA, D.J. (2000). «Attachments to special places on public lands: An analysis of activities, reason for attachment, and community connection». *Society & Natural Resources*, 13, 421-441.
- FISHER-KOWALSKI, M. (2000). «Society's metabolism: On the childhood and adolescence of a rising conceptual star». En: REDCLIFT, M. y WOODGATE, G. (eds.). *The international handbook of environmental sociology*. Northampton: Edward Edgard Publishing Limited, 119-137.
- FREEMAN, A.M. (1993). *The measurement of environmental and resources values: Theory and methods*. Washington: Resource for the Future.
- GIERYN, T.F. (2000). «A space for place in sociology». *Annual Review of Sociology*, 26, 463-496.
- GIFFORD, R. (1997). *Environmental psychology: Principles and practice*. Boston: Allyn & Bacon.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. (1985). *Invitación a la ecología humana: La adaptación afectiva al entorno*. Madrid: Tecnos.
- GREIDER, T. y GARKOVICH, L. (1994). «Landscapes: the social construction of nature and the environment». *Rural Sociology*, 59 (1), 1-24.
- HARDIN, G. (1968). «The tragedy of commons». *Science*, 162, 1243-1248.
- ITTELSON, W.H. (1973). *Environment and cognition*. Nueva York: Seminar Press.
- KAPLAN, R. y KAPLAN, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Nueva York: Cambridge University Press.

- KATZ, C. (1998). «Whose nature whose culture? Private productions of space and the preservation». En: BRAUN, B. y CASTREE, N. (eds.). *Remaking reality: Nature at the millennium*. Londres: Routledge, 44-63.
- KAUFMANN, E. y ZIMMER, O. (1998). «In search of the authentic nation: Landscape and national identity in Canada and Switzerland». *Nations and Nationalism*, 4 (4), 483-510.
- KOTTAK, C.P. (1999). «The new ecological anthropology». *American Anthropologist*, 10 (1), 23-35.
- LATOUR, B. (1993). *We have never been modern*. Cambridge: Harvard University Press.
- LOWENTHAL, D. (1978). «Finding valued landscapes». *Progress in Human Geography*, 2, 373-418.
- MACIÁ, M.A. (1980). «Paisaje y personalidad». *Estudios de Psicología*, 1, 31-38.
- MARTÍNEZ ALIER, J. (1992). *De la economía ecológica al ecologismo popular*. Madrid: Icaria.
- NASH, R. (1982). *Wilderness and the American mind*. New Haven: Yale University Press.
- NOGUÉ, J. (2007). «El paisaje como constructo social». En: NOGUÉ, J. (ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, 11-24.
- NORGAARD, R.B. (2000) «A coevolutionary environmental sociology». En: REDCLIFT, M. y WOODGATE, G. (eds.). *The international handbook of environmental sociology*. Northampton: Edward Edgard Publishing Limited, 158-168.
- ORTEGA CANTERO, N. (ed.) (2005). *Paisaje, memoria histórica e identidad nacional*. Madrid: Fundación Duques de Soria y UAM.
- OSTROM, E. y OSTROM, V. (1977). «Public goods and public choices». En: SAVAS, E.S. (ed.). *Alternatives for delivering public services: Toward improved performance*. Boulder, CO: Westview Press, 7-49.
- OSTROM, E. (1999). «Coping with tragedies of the commons». *Annual Review of Political Science*, 2 (1), 493-535.
- (2000). *El gobierno de los bienes comunes: La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México: UNAM-CRIM-FCE.
- PARDO, M. (1998). «Sociología y medio ambiente: Estado de la cuestión». *Revista Internacional de Sociología*, 19-20, 329-367.
- PARDO, M.; ECHAVARREN, J.M. y ALEMÁN, E. (2003). «The environment as common good: Its conceptualization and social perception». En: BERGE, E. y CARLSSON, L. (eds.). *Commons old and new*. Oslo: Norwegian University of Science and Technology, 61-82.
- PARLEE, B. y BERKES, F. (2006). «Indigenous knowledge of ecological variability and commons management: A case study on Berry Harvesting from Northern Canada». *Human Ecology*, 34, 515-528.
- PRUGH, T.; COSTANZA, R.; CUMBERLAND, J.H.; DALY, H.E.; GOODLAND, R. y NORGAARD, R. (1999). *Natural capital and human economic survival*. Boca Ratan: Lewis Publishers.
- RELPH, E. (1975). *Place and placeness*. Londres: Pion.
- SANZ LÓPEZ, C. y TORRES RODRÍGUEZ, A.J. (2006). «Gobernabilidad en las áreas protegidas y participación ciudadana». *Papers*, 82, 141-161.
- STEDMAN, R.C. (2003). «Is it really just a social construction?: The contribution of the physical environment to sense of place». *Society and Natural Resources*, 16, 671-685.
- TÁBARA, J.D. (2006). «Los paradigmas culturalista, cualitativo y participativo en las nuevas líneas de investigación integrada del medio ambiente y la sostenibilidad».

- En: CASTRO, R. de (coord.). *Persona, sociedad y medio ambiente: Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad*. Sevilla: Junta de Andalucía, 84-104.
- THOMAS, K. (1983). *Man and the natural world*. Londres: Allen Lane.
- TUAN, Y-F. (1979). *Landscapes of fear*. Nueva York: Pantheon.
- URRY, J. (1992). «The tourist gaze revisited». *American Behavioral Scientists*, 36 (2), 172-187.
- (1995). *Consuming places*. Londres: Routledge.
- WADLEY, R.L. y COLFER, C.J.P. (2004). «Sacred forest, hunting and conservation in West Kalimantan, Indonesia». *Human Ecology*, 32 (3), 313-338.
- YOUNG, I.M. (1998). «Los grupos sociales en la democracia asociativa». *Zona Abierta*, 84-85, 165-175.