

PARLEM DE PAISATGE: EL CAP, EL COR I LA PANXA DE LA VAL D'ARAN

Resum

El paisatge és un concepte que engloba els valors naturals, culturals, socials, productius i identitaris d'un territori, a més de les dinàmiques passades i futures que han donat lloc a la seva imatge actual. Un cop superada la mirada paisatgística romàntica dels espais naturals verges i del patrimoni arquitectònic d'alt valor històric o etnogràfic com a postals d'experiències turístiques diferenciades de la resta, i la visió utilitària de l'espai i dels recursos, actualment es comença a parlar en termes de descoberta d'un paisatge. Aquest nou paradigma ens permet oferir un discurs amb una visió global d'un territori, que possibilita l'aproximació al seu caràcter i a la identitat dels seus habitants, però també incidint en l'economia local i en un determinat tipus de desenvolupament. La bona gestió del paisatge és una aposta clara per la qualitat, la diferenciació i l'autenticitat de l'experiència turística; és també el treball unitari de tots els sectors econòmics i socials per oferir una determinada imatge del territori viscut i visitat.

La Val d'Aran és un dels exemples de valls pirinenques que viuen d'un turisme basat en l'ús i gaudi d'un paisatge únic, d'una cultura diferenciada i d'una forta identitat. Avui, el model turístic es debat entre l'estacionalitat de l'esquí alpi, que ha permès, en part, el desenvolupament econòmic de la comarca, i un turisme menys intensiu, més desestacionalitzat, de petit format i de qualitat; un turisme que contribueix a la gestió sostenible del paisatge aranès, no només perquè incentiva l'economia del sector primari, històric gestor del paisatge de prats de dall, ramats i boscos, sinó també perquè s'associa a aquest i a altres sectors econòmics per aconseguir un model global on tots hi tenen cabuda i possibilitat d'èxit.

Aquest treball gira entorn del concepte de paisatge com a articulador del discurs turístic, econòmic, cultural i identitari d'una regió, en aquest cas la Val d'Aran.

Paraules clau: paisatge, turisme, valors, identitat, Val d'Aran.

Abstract: *Let's talk about landscape: the head, the heart and the belly of the Aran Valley.*

Landscape is a concept which involves natural, cultural, social, production and identity values of a territory, in addition to the past and future dynamics which have led to its current image. We used to

Mireia Boya Busquet
Departament
d'Humanitats
Universitat Pompeu
Fabra

have a romantic view of unspoilt nature and we used to consider architectural heritage, of great historical and ethnographic value, as postcards of tourist experiences different from the rest. We also had a utilitarian view of spaces and resources. However, nowadays, we start to talk in terms of discovery of the landscape. This new paradigm allows us to offer a speech with a global view of a territory, making it possible to approach its character and its inhabitants' identity, but also its influences on local economy and on a determined kind of development. The good management of the landscape is a clear bet for quality, differentiation and authenticity of touristic experience; it is also a global work of all the economic and social sectors to offer an actual image of the experienced and visited territory.

The Aran Valley is one of the examples of Pyrenean valleys which live on a tourism based on the use and enjoyment of a unique landscape, of a different culture and a strong identity. Nowadays, the discussion of the touristic model is between the seasonal Alpine skiing, which has partly allowed the economic development of a country and a less intensive tourism, which does not depend on seasons, of small dimensions but of higher quality; a kind of tourism which contributes to the sustainable management of the Aranese landscape, not only because it encourages the economy in the tertiary sector, historical manager of the landscape of fields of *Dall* sheep, cattle and forests, but also because this sector and other economic sectors are essential to achieve a global model with possibilities of success.

The paper is about the concept of landscape as an essential part of the tourist, economic and identity and speech of a region, in this case, the Aran valley.

Key words: landscape, tourism, values, identity, Aran Valley.

1. Parlem de paisatge

L'any 2000 es va aprovar a la ciutat de Florència el Conveni Europeu del Paisatge. Elaborat pel Consell d'Europa, és un text innovador que constitueix el primer tractat internacional dedicat al paisatge. Sorgeix, per tant, d'una iniciativa dels poders locals i regionals. Va entrar en vigor el dia 1 de març de 2004, però l'Estat espanyol no el va ratificar fins al 26 de novembre de 2007 (BOE de 5/02/2008); el text és vigent des de l'1 de març de 2008. El propòsit general del Conveni és animar les autoritats públiques a adoptar polítiques i mesures a escala local, regional, nacional i internacional per a protegir, planificar i gestionar els paisatges europeus.

A Catalunya les coses van anar una mica més ràpides. Basant-se en el mateix Conveni, el 8 de juny de l'any 2005 la cambra legislativa catalana (en virtut de les competències autonòmiques en matèria de paisatge) va aprovar la Llei 8/2005, de 8 de juny, de protecció, gestió i ordenació del paisatge, que defineix el marc legal que ha de protegir jurídicament els paisatges catalans, alhora que estableix els instruments adequats per a gestionar-los. El 2006 es va aprovar el Reglament de protecció, gestió i ordenació del paisatge, que desenvolupa

lupa la llei del 2005. A més de definir i ampliar els instruments ja esmentats en aquesta llei (catàlegs de paisatge, directrius de paisatge, cartes del paisatge, Observatori del Paisatge i el Fons per a la protecció, gestió i ordenació del paisatge), el reglament dedica el tercer capítol a crear i definir els estudis i informes d'impacte i integració paisatgística.

L'objectiu d'aquesta normativa no és un altre que reconèixer la riquesa paisatgística del nostre territori, una riquesa que constitueix un patrimoni ambiental, cultural, social i històric que influeix en la qualitat de vida dels ciutadans i que esdevé sovint un recurs de desenvolupament econòmic, en particular per a les activitats turístiques, però també per a les agrícoles, ramaderes i forestals. La varietat del mosaic paisatgístic contribueix també a la preservació de la biodiversitat i constitueix un factor positiu en la prevenció dels incendis forestals, de l'erosió del sòl i de les inundacions.

Dissortadament, les darreres dècades els paisatges catalans han conegut sovint processos de degradació i de banalització. L'extensió desmesurada i poc ordenada de la urbanització, l'impacte de determinades infraestructures, l'abandonament de l'agricultura, de la silvicultura i de la ramaderia, la degradació d'algunes àrees urbanes i la sobrefreqüentació d'alguns paratges, han contribuït a aquests processos, que posen en perill els valors ambientals, culturals i històrics que aquests paisatges contenen, i incrementen els riscos



Un paisatge té una dimensió física, una cultural o subjectiva i una temporal o causal que li confereix el caràcter dinàmic.

geològics i altres riscos ambientals. La llei apareix, doncs, en un moment en què la gestió, la regulació i l'ordenació d'aquests processos i l'avaluació dels impactes sobre el paisatge que se'n deriven són mesures imprescindibles per conservar no només aquesta riquesa paisatgística, sinó per millorar la qualitat de vida dels ciutadans i permetre el desenvolupament d'un turisme de qualitat, en sintonia amb la creixent sensibilització de la ciutadania vers l'entorn.

El Conveni i la normativa catalana estableixen que els paisatges són components essencials de l'entorn de la gent, una expressió de la diversitat del seu patrimoni cultural i natural compartit, i un fonament de la seva identitat. En aquest sentit, la noció de paisatge circumscrita a configuracions naturals i culturals excepcionalment valuoses s'ha vist superada per una renovació profunda del concepte i per l'ampliació consegüent de l'horitzó de la política paisatgística. El Conveni introdueix la idea, innovadora des del punt de vista científic, jurídic i polític, que tot territori és paisatge, que cada lloc es manifesta en l'especificitat del paisatge, independentment de la qualitat i del reconeixement i l'estima social que mereixi. Paisatge és, segons defineix el Conveni en l'article 1, «qualsevol part del territori, tal com la percep la població, el caràcter de la qual sigui el resultat de l'acció i la interacció de factors naturals i/o humans».

Per tant, la definició de paisatge inclou tres aspectes fonamentals: la dimensió física (el paisatge és el territori), una dimensió subjectiva i cultural (és una porció de territori, però sense oblidar els valors subjectius que la població li atribueix) i, finalment, la dimensió temporal/causal (l'aspecte del paisatge com a resultat de la interacció dinàmica entre l'home i la natura). Parlar de paisatge és, doncs, parlar d'aquestes tres dimensions.

No cal oblidar, però, que hi ha diverses definicions de paisatge, sobretot en el món acadèmic, i que la definició adoptada en el Conveni és fruit de la seva evolució i integració. El paisatge és un concepte complex i polisèmic que ha vist com diferents disciplines el tractaven, cadascuna portant-lo al seu camp d'acció. Dues grans famílies han sobresortit per sobre de les altres. La primera assimila el paisatge amb les formes materials i objectives del territori; les pràctiques anglosaxones d'avaluació visual, la geografia física clàssica o l'ecologia del paisatge són disciplines que s'hi han de lligar inevitablement. Una segona família considera el paisatge més aviat com una manifestació cultural i l'aborda amb l'art, amb la seva interpretació a partir de textos i relats o amb valoracions socials del territori i estudis de preferències. Per sobre d'aquestes dues famílies en tenim una tercera que poc a poc es va afirmant: el paisatge no depèn només ni de la realitat física i espacial ni de la qualificació subjectiva de la mirada, sinó que també depèn de la relació dialèctica que existeix entre ambdues.

La tendència és d'acollir-se a aquesta tercera definició, més transversal, com la del Conveni Europeu, entenent el paisatge com una interacció entre els elements naturals i culturals d'un territori, que li acaben donant una fesomia particular i que, a més, és percebuda per la població que hi viu i la que hi passa. Té, en qualsevol cas, un component perceptiu social i cultural molt important. I és, precisament, aquesta dimensió més cultural i social, identitària i intangible, al damunt de molts elements físics i tangibles, allò que diferencia el paisatge d'altres conceptes que es vinculen amb el món del territori, del medi ambient o de l'espai geogràfic.

Dit altrament, el territori del paisatge no és només la seva configuració material, la seva fisonomia, és també la relació sensible, la percepció sensorial (principalment visual, encara que no únicament) del territori observat per l'ésser humà. Aquesta és la diferència fonamental entre territori i paisatge. El paisatge és el territori percebut, amb tota la complexitat psicològica i social que implica la percepció, des dels aspectes simplement visuals fins a d'altres relacionats amb l'experiència estètica o el sentiment de pertinença. És per això que en parlar de paisatge cal també parlar de l'observador/a i de la seva percepció, i cal matisar entre la mirada del visitant, la del turista, la del gestor, la de l'empresari i la de l'habitant.

En la percepció, a partir de mirades múltiples i canviants en el temps, resideix una part molt important de la càrrega cultural del paisatge, una càrrega que es manifesta tant en la materialitat de cada fisonomia modelada per l'acció humana, com en les seves imatges i representacions socials. Són aquestes últimes les que ens permeten conèixer com ha estat i com s'ha expressat en cada moment la relació entre l'ésser humà i la natura, amb tots els seus components valoratius i perceptius. Dit amb altres paraules, permet conèixer l'imaginari col·lectiu i les visions exògenes i endògenes que es tenen sobre el territori; en el cas dels Pirineus, des de la seva descoberta amb els balnearis i l'excursionisme fins als turismes de la modernitat.

2. Paisatge i turisme

El paisatge i el turisme mantenen una estreta i antiga relació. A Catalunya, les primeres localitats amb activitat turística es poden relacionar amb l'aparició, al final del segle XIX, dels balnearis d'aigües termals. Si bé el gaudi del paisatge no era la motivació principal que atreia els usuaris dels balnearis, el cert és que l'entorn de les localitats esmentades oferia un paisatge poc alterat, coherent i apreciat sobretot pels usuaris de les classes acomodades procedents de l'urbs barcelonina, en aquella època una ciutat amb problemes incipients d'insalubritat i de contaminació de l'ambient urbà per la febril activitat industrial.

Paral·lelament, la recerca de la consciència col·lectiva i de la identitat cultural de Catalunya impulsada pel moviment de la Renaixença és a la base del que hom ha anomenat la «re-descoberta» geogràfica del país i que va estar encapçalada inicialment per l'excursionisme científic. No han estat pocs els autors i aventurers que s'han fixat en el paisatge, la gent i l'encant de la Val d'Aran i n'han fet acurades descripcions que avui ens permeten entendre l'evolució paisatgística d'aquest territori. A finals del segle XVIII, nombrosos caminants, aventurers i excursionistes, amb una mirada geogràfica que combina les descripcions naturalistes amb les etnogràfiques, van donar a conèixer a les elits burgeses i intel·lectuals de les ciutats la majestuositat del paisatge aranès i les especificitats dels seus usos i costums. Alguns dels primers autors a reflectir-ho en els seus escrits foren Francisco de Zamora (1788) i Arthur Young (1787). A aquests viatgers els seguiren Pascual Madoz (1845), Tonnellé (1858), Gourdon (1884), De Laurière (1886) i Ballantine (1894), sense oblidar la producció poètica de Jacint Verdager (1882) i l'obra *Era Val d'Aran* de Juli Soler i Santaló (1906) —soci molt actiu dins el Centre Excursionista de Catalunya (CEC), on eren prou concorregudes les conferències que pronunciava en el seu local social— per citar-ne només alguns dels més destacats. Tots ells fan magnífiques descripcions del paisatge i de l'aprofitament que els aranesos fan dels recursos, incidint especialment en l'espectacularitat de les formacions muntanyoses, la singularitat de molts espais i la vàlua del llegat arquitectònic d'èpoques passades, especialment del romànic.

És en aquesta època quan la imatge turística de l'Aran, l'anomenada «petita Suïssa catalana», es configura i es fa forta. Tot i que encara es vengui com un paradís natural, modelat per l'activitat agrícola i ramadera, la Val d'Aran d'aquests escrits no és l'actual. I és que sovint els llocs són presoners de les seves imatges; els turistes, abans de viatjar, es creen representacions mentals d'un territori, d'un espai, compren aquestes imatges i les reclamen quan hi viatgen, fent que la imatge deixi de ser el reflex d'un territori i passi a adaptar-se a les seves necessitats.

Des de fa ja algunes dècades aquest territori ha patit un canvi de model productiu, poblacional i social. L'explotació dels recursos naturals (mineria, centrals hidroelèctriques, aprofitament del bosc) i les activitats agrícoles i ramaderes han anat perdent pes, amb la consegüent pèrdua de les pràctiques tradicionals de gestió i aprofitament dels recursos i tots els coneixements tradicionals associats. Simultàniament, s'ha produït una pressió sobre aquest territori des de la ciutat, fent que aquest adopti una nova funció basada en una nova manera de mirar i gestionar el territori, fins a convertir-se en els espais d'oci que els habitants de la ciutat necessiten. A partir d'aquí, s'inicia un nou procés de revalorització que implica canvis en els usos del sòl, nous tipus d'apropiació dels recursos naturals i de l'espai i, en algun cas, dinàmiques d'especulació urbanística. Factors de transformació paisatgística im-

portants han estat, per exemple, les segones residències, l'obertura de carreteres i pistes, les estacions d'esquí o els nous equipaments urbans.

Amb el progressiu abandonament de l'agricultura i la ramaderia, el turisme s'ha convertit en el motor econòmic de l'Aran, i el sector terciari en la font de desenvolupament més valorada pels gestors locals. Les polítiques de gestió i ordenació del paisatge, si es pot dir que existeixen, tendeixen a girar sobre les expectatives de desenvolupament econòmic centrades, explícitament o implícitament, en aquest sector.

La Val d'Aran és un dels exemples de valls pirinenques que viuen d'un turisme basat en l'ús i gaudi d'un paisatge únic, d'una cultura diferenciada i d'una forta identitat. Avui, el model turístic es debat entre l'estacionalitat de l'esquí alpi, que ha permès, en part, el desenvolupament econòmic de la comarca, i un turisme menys intensiu, més desestacionalitzat, de petit format i de qualitat; un turisme que pot contribuir a la gestió sostenible del paisatge aranès, no només perquè incentiva l'economia del sector primari, històric gestor del paisatge de prats de dall, ramats i boscos, sinó també perquè s'associa a ell i a altres sectors econòmics per aconseguir un model global on tots hi tenen cabuda i possibilitat d'èxit.

Des de fa alguns anys, en altres territoris de muntanya, existeix una creixent tendència de recerca de qualitat i desestacionalització turística, basant-se en l'excel·lència d'infraestruc-



El paisatge com a escenari respon a la mirada paisatgística romàntica dels espais naturals verges i del patrimoni arquitectònic d'alt valor històric o etnogràfic com a postals d'experiències turístiques diferenciades de la resta.

tures i la varietat de les activitats ofertades, però també basada en la qualitat del paisatge i l'autenticitat de l'experiència. Un cop superada la mirada paisatgística romàntica dels espais naturals verges i del patrimoni arquitectònic d'alt valor històric o etnogràfic com a postals d'experiències turístiques diferenciades de la resta, i la visió utilitària de l'espai i dels recursos, actualment es comença a parlar en termes de descoberta d'un paisatge. Aquest nou paradigma ens permet oferir un discurs amb una visió global d'un territori, i possibilita l'aproximació al seu caràcter i a la identitat dels seus habitants, però també incideix en l'economia local, en un determinat tipus de desenvolupament i en la millora de la qualitat de vida dels seus habitants.

No oblidem que el paper que té el paisatge en el desenvolupament de les activitats turístiques es fonamenta en el mateix origen del turisme: del costat de l'oferta, el paisatge ha sigut i és un recurs turístic bàsic, mentre que del costat de la demanda el paisatge constitueix un factor d'atracció, que és a l'arrel de bona part de les motivacions turístiques. La bona gestió del paisatge és una aposta clara per la qualitat, la diferenciació i l'autenticitat de l'experiència turística; és també el treball unitari de tots els sectors econòmics i socials per oferir una determinada imatge del territori viscut i visitat. En aquest sentit, la identitat, en el sentit més ampli, ha de ser el fil conductor dels nous productes; per això és indispensable reconèixer els valors del paisatge de l'Aran i integrar-los globalment en les polítiques públiques, no només les turístiques i econòmiques, sinó de forma transversal, reconeixent tots els seus valors.

3. El(s) valor(s) del paisatge

El paisatge s'ha tractat des del món de l'art i de l'estètica, l'antropologia, la sociologia, la psicologia, la història i l'arqueologia, l'arquitectura, l'urbanisme, el medi ambient o la mateixa geografia humana i física, per citar només algunes de les disciplines que l'han adoptat com a objecte de recerca científica. Ara bé, quan s'intenta introduir en l'ordenació i la planificació del territori i de les activitats que hi tenen lloc, com el turisme, és quan sorgeixen els problemes, bàsicament a causa d'aquesta dimensió cultural més intangible de valors a la qual fa referència la definició del Conveni Europeu.

L'actual demanda de paisatge per part de les societats urbanes occidentals el converteix en un important recurs i el dota d'un valor econòmic. La seva valorització acostuma a respondre a una mirada externa, que el converteix en una simple imatge de postal, en un cartell turístic. Les percepcions de les poblacions locals difereixen d'aquesta mirada més turística i van des d'una simple visió utilitarista, menyspreant el seu valor global, fins a l'atribució de profundes connotacions emocionals i simbòliques.

Sense entrar en detall sobre les diferents metodologies d'identificació i categorització dels valors dels paisatges, ja que no és l'objectiu d'aquest escrit, aquest concepte engloba, a grans trets, els valors naturals, històrics i culturals, socials, productius, simbòlics, espirituals i identitaris d'un territori. És important remarcar que aquests valors no són estàtics; igual que el mateix paisatge, es tracta de representacions i valoracions dinàmiques i canviants al llarg de la història. Així, a l'hora de trobar els valors d'un paisatge cal tenir en compte les dinàmiques passades i presents que han donat lloc a la imatge actual d'un territori i aquelles que poden canviar-la en el futur, fent que aquesta imatge pugui fer-lo més o menys atractiu de cara als turistes però també de cara als inversors i als seus mateixos habitants.

Un mateix paisatge té diversos valors, i per això sovint aquests se solapen en l'espai. En el cas de la Val d'Aran, igual que en tants altres territoris, trobem que alguns d'aquests valors estan reconeguts, com els espais protegits (Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici, espais de la xarxa PEIN) o el patrimoni arquitectònic (Béns Culturals d'Interès Nacional, monuments), però d'altres, en canvi, no. Sense aquests darrers no es pot entendre el paisatge actual, la cultura aranesa o l'evolució de la demanda turística que ha patit aquest territori. Sense la visió completa el turista no pot copsar el sentit i significat global de la suma d'elements paisatgístics.

El paisatge com a recurs respon a una visió utilitària de l'espai i dels recursos.



Els valors naturals i ecològics, per exemple, fan referència als factors o elements que determinen la qualitat del medi natural. L'espectacularitat de la geologia del Pirineu més axial, amb escarpades arestes, valls i circs glacials; els boscos humits atlàntics, amb extenses i majestuoses fagedes i avetoses poblades de valorades espècies protegides i una rica biodiversitat única a Catalunya; l'abundància d'aigua, amb la infinitat de cursos, salts, llacs i fonts que esdevenen una constant del territori aranès, són alguns dels elements que entrarien en aquesta categoria.

Els valors històrics corresponen als testimonis més rellevants que l'esser humà ha deixat en el paisatge al llarg de la història. El romànic aranès, amb les esglésies, torres i castells; l'arquitectura civil vernacular, amb els «cotos aranesos» i el petit patrimoni industrial que trobem en tots i cadascun dels nuclis; els murs de pedra seca i les bordes, testimonis del passat ramader i d'antigues formes de gestionar els recursos i el territori, en són alguns exemples.

Els valors estètics estan relacionats amb la capacitat que té un paisatge per transmetre un determinat sentiment de bellesa i, més en general, de sensacions, en funció del significat i apreciació cultural que ha adquirit al llarg de la història, així com també del valor intrínsec en funció dels colors, la diversitat, la forma, les proporcions, l'escala, la textura i la unitat dels elements que conformen el paisatge. El canvi cromàtic dels boscos durant la tardor, el contrast entre pastures i arestes rocoses o els campanars dels pobles situats a mig vessant que sobresurten en el perfil urbà, són alguns dels elements del paisatge amb un valor estètic remarcable i reconegut.

Els valors socials estan relacionats amb la utilització que un individu o un determinat col·lectiu fan d'un paisatge. Les festes locals, les incipients propostes de turisme cultural i els espais on es desenvolupen activitats esportives diverses, com la Garona o les pistes d'esquí de Baqueira-Beret, entrarien en aquesta categoria.

Els valors simbòlics i identitaris són els corresponents a la identificació que un determinat col·lectiu sent vers un paisatge. Normalment es relacionen amb espais i elements concrets, com el patrimoni romànic o els llocs de memòria històrica relacionats amb la Guerra Civil, però en altres casos responen a un sentiment general envers el paisatge. En el cas de l'Aran, per exemple, l'himne mateix és un cant al paisatge, que es converteix en un element indissociable de la identitat geogràfica i cultural dels aranesos.

Els valors productius estan relacionats amb la capacitat d'un paisatge per a proporcionar beneficis econòmics, convertint els seus elements en recursos. Històricament han estat l'agricultura, al fons de vall, i la ramaderia, a les pastures de muntanya, les activitats que conferien aquest valor productiu al paisatge. Més tard, els aprofitaments hidroelèctrics i el turisme han anat substituint el sector primari.

Per últim, els valors religiosos i espirituals fan referència a elements del paisatge o paisatges en el seu conjunt que es relacionen amb pràctiques i creences de caràcter diví. El patrimoni romànic d'esglésies i ermites disperses per la muntanya en formen part, però també santuaris com el de Montgarri, on valor històric, social i estètic es combinen per definir la seva essència paisatgística.

Alguns elements del paisatge concentren diferents tipus de valors. Entre tots ells, uns tenen un protagonisme destacat i esdevenen mediàtics, nodes del discurs i de la imatge turística que es ven; en canvi, d'altres són els grans oblidats de les polítiques públiques i de les iniciatives empresarials, tot i que pels habitants de l'Aran tinguin també una importància remarcable per al seu benestar, qualitat de vida o identitat.

4. El cap, el cor i la panxa

El paisatge pot ser l'articulador del discurs turístic, la base de l'oferta, el recurs que s'aprofita per desenvolupar un territori. Aquesta és l'actual visió de les polítiques de desenvolupament i desestacionalització turística que es duen a terme a la Val d'Aran i també de la imatge turística que es ven: una vall atlàntica als Pirineus, amb cascades, boscos, llacs, rutes,



La descoberta d'un paisatge implica tenir un discurs amb una visió global del territori, que fa possible l'aproximació al seu caràcter i a la identitat dels seus habitants, però que també incideix en l'economia local i en un determinat tipus de desenvolupament.

patrimoni miner, cases senyorials, museus i esglésies com a nodes de descoberta turística. El paisatge és sense cap dubte un element cada cop més essencial de l'atractiu turístic d'un país, un capital econòmic que cal preservar o millorar i utilitzar adequadament. No oblidem que sovint els territoris són presoners de les seves imatges i que els turistes que els visiten arriben amb representacions mentals de l'experiència preconcebudes.

De la mateixa manera, el paisatge també pot ser l'element que articula el discurs cultural i identitari d'una regió com la Val d'Aran i dóna un valor afegit a les seves especificitats. L'occitanisme, la situació geogràfica atlàntica, el passat històric d'intercanvis comercials i culturals amb Occitània, els passos de muntanya, les rutes ramaderes, la llengua i l'himne, les esglésies i ermites, les tradicions, etc. El paisatge i els elements que el configuren i li donen valor ja formen part del discurs nacionalista dels aranesos, tenen una funció identitària, en són una part implícita indèstriable. I no tan sols aquells espais excepcionals o que formen part de la simbologia de la regió, com les muntanyes, sinó també aquells espais més quotidians, siguin urbans o rurals.

A més, el paisatge és també el reflex de les tradicions en l'ús del sòl, testimoni dels usos del passat que, en plena evolució, poden desaparèixer i emportar-se part de l'essència del paisatge de la regió. Tot i això, sovint, en les polítiques públiques, els diferents elements naturals, històrics, socials i culturals es tracten per separat i no de forma global. Qualsevol política o projecte sectorial que no tingui en compte el paisatge de manera transversal pot contribuir a desdibuixar-ne una part. Per una banda, la conseqüència és que el turista no trobarà el fil del discurs de descoberta del territori i només visitarà espais en forma de nodes, sense arribar a conèixer la connexió entre ells; per altra banda, la banalització dels paisatges té efectes negatius sobre el sentiment de pertinença de la població local.

Per últim, però no menys important, el paisatge és el marc de vida, l'entorn, l'escenari on es desenvolupa el dia a dia dels aranesos. És el camí a la feina o a l'escola, és l'espai de lleure i de socialització. El paisatge és un element que forma part de la qualitat de vida, i la seva degradació pot contribuir al malestar de les poblacions. És el reflex de les polítiques d'ordenament del territori, de gestió dels riscos naturals, de les polítiques d'agricultura i de medi ambient. Un paisatge cuidat, endreçat, harmònic, tindrà conseqüències positives en la qualitat de vida dels seus habitants i, al contrari, la seva banalització o la destrucció dels elements que tenen un valor, ja sigui ecològic, històric, productiu, social o identitari, poden condicionar el marc de vida, l'espai quotidià dels aranesos.

El paisatge pot ser també un element fomentador de participació ciutadana; vist que és «una part del territori tal i com la percep la població» la implicació de la ciutadania en les decisions relatives al paisatge i, per tant, al territori, és, més que necessària, la clau de volta per a la seva acceptació.

Dit amb paraules més poètiques, el paisatge té efectes al cap, l'entorn quotidià; al cor, el valor identitari i cultural de l'entorn; i a la panxa, com a recurs turístic i econòmic. Si bé en dècades passades el model de desenvolupament generalitzat al Pirineu ha estat el del paisatge a la panxa, el del recurs que aporta beneficis econòmics, ara molts territoris comencen a donar valor al paisatge del cap i del cor. Paradoxalment, només l'equilibri entre tots tres permet un desenvolupament sostenible, un alt nivell de qualitat de vida i un arrelat sentiment de pertinença a un territori.

La gestió activa del turisme és necessària per ajudar els visitants a interpretar el paisatge. Cal donar eines per descodificar el sentit global d'allò que visiten. Per altra banda, assumir una visió sistèmica d'un espai permet evitar freqüentacions excessives, afavorir estades més llargues, i impulsar un turisme de qualitat, respectuós amb el medi i entenedor de les especificitats culturals araneses, entre altres aspectes. Així, el repte no és la conservació, sinó la gestió i l'ordenació, no només d'aquells paisatges singulars i excepcionals, que ja estan preservats en forma d'espai protegit o conjunt monumental, sinó també dels paisatges quotidians: prats de dall, pastures, nuclis urbans, camins ramaders, bordes, ermites, etc. Per això cal una política global en matèria de paisatge, una carta que marqui el full de ruta perquè es mantingui l'equilibri entre cap, cor i panxa. El gran repte serà, doncs, reconèixer que natura, cultura, identitat i qualitat de vida van de bracet, i que les polítiques sectorials difícilment beneficiaran turistes i habitants de la Val d'Aran.

Referències bibliogràfiques

BERQUE, Augustin (2009). *El pensamiento paisajero*. Madrid: Biblioteca Nueva.

BESSE, Jean-Marc (2006). *Las cinco puertas del paisaje: ensayo de una cartografía de las problemáticas paisajeras contemporáneas*. Colección Paisaje y Pensamiento, coord. por Simón Marchán y Javier Maderuelo. Madrid: Abada.

BOZONET, Jean-Paul (1992). *Des monts et des mythes, l'imaginaire social de la montagne*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

CONSELL D'EUROPA (2000). Conveni europeu del paisatge. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES (2006). Text refós i reglament de la llei d'urbanisme. Barcelona: Departament de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya.

- (2007a). *Línies estratègiques d'actuació en paisatge*. Barcelona: Departament de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya.
- DESCOLA, Philippe (2005). *Par-delà nature et culture*. París: Gallimard.
- DUBOST, Françoise; i Bernadette LIZET (1995). «Pour une ethnologie du paysage», *Paysages au pluriel: pour une approche ethnologique des paysages*, cahier 9, p. 223-240.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2006). Llei 8/2005 i Reglament de protecció, gestió i ordenació del paisatge. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- JODELET, Denise (1989). *Les représentations sociales*. París: PUF.
- LUGINBUHL, Yves (1989). «Au-delà des clichés. La photographie du paysage au service de l'analyse», *Strates*, 4, p. 11-16.
- MARTÍNEZ DE PISÓN, Eduardo (2009). *Miradas sobre el paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- MATA, Rafael; i Alexandre TARROJA (coord.) (2006). *El paisaje y la gestión del territorio: criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- MATEO, José Manuel (2003). «La idea de paisaje en el turismo de las sociedades post-modernas. Retos y alternativas», a A. CAPACCI (ed.), *Paisaje, ordenamiento territorial y turismo sostenible*. Gènova: Brigati.
- MOSCOVICI, Serge (1977). *Essai sur l'histoire humaine de la nature*. París: Flammarion.
- NOGUÉ, J. (1989). «Paisaje y turismo», *Estudios Turísticos*, núm. 103, p. 35-45.
- (2006). *Representaciones culturales del paisaje*. Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, con Nicolás Ortega Cantero y Antonio López Ontiveros.
- (2007). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- ROGER, Alain (1995). *La théorie du paysage en France 1974-1994*. Collection Pays/Paysage. París: Champ Vallon.
- (2009). *Breve tratado del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- SCHAMA, Simon (1999). *Le paysage et la mémoire*. París: Seuil.
- WELLS, Michael P.; i Thomas O. McSHANE, (2004). «Integrating protected area management with local needs and aspirations», *AMBIO*.