

PERCEPCIONES Y VALORACIONES SOCIALES DEL PAISAJE EN DESTINOS TURÍSTICOS. ANÁLISIS DE LA CIUDAD DE SEVILLA A TRAVÉS DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVAS¹

Inmaculada Mercado Alonso
Alfonso Fernández Tabales
Universidad de Sevilla

RESUMEN

El trabajo desarrollado en este artículo tiene como punto de partida el Convenio Europeo de Paisaje (Florenca, 2000) y el protagonismo que en él se otorga a la percepción social en su propia definición. Entendiendo que la población que percibe se compone, en el caso de los espacios turísticos, tanto de residentes como de visitantes, se plantea obtener información sobre cómo se percibe el paisaje urbano en los espacios de mayor frecuentación turística de la ciudad de Sevilla, cuáles son los principales conflictos identificados y las aspiraciones proyectadas en ambos grupos mediante la aplicación de una metodología de análisis cualitativo. A partir de dicha información se apuntan algunas conclusiones que pueden ser de utilidad en la gestión del paisaje urbano en espacios turísticos.

Palabras clave: Paisaje urbano; turismo urbano; percepciones sociales; participación; técnicas de investigación cualitativas.

Fecha de recepción: 25 de abril de 2017.

Fecha de aceptación: 17 de enero de 2018.

Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional. Universidad de Sevilla. C/ San Fernando s/n. 41001 SEVILLA (España). E-mail: imercado@us.es, aftabales@us.es

¹ Este artículo es resultado del Proyecto de Investigación "Destinos turísticos como territorios inteligentes. El enfoque de la Inteligencia Territorial aplicado a la planificación y gestión de destinos: métodos e instrumentos" (CSO2014-53857-P), Proyecto de Excelencia del Programa Nacional de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad; cuyo Investigador Principal es Alfonso Fernández Tabales.

Social perceptions and evaluations of the landscape at tourist destinations. Analysis of the city of Seville by means of qualitative research techniques

ABSTRACT

The departure point for the work described in this article is the European Landscape Convention (Florence, 2000) and the prominence it grants to social perception in its own definition. On the understanding that in the case of tourism spaces the perceiving population comprises both residents and visitors, information is obtained about how the urban landscape is perceived at spaces most visited by tourists in the city of Seville, what the main identified conflicts are and the aspirations projected in both groups, through application of a qualitative analysis methodology. Based on that information several conclusions are drawn, which may prove useful in management of the urban landscape in tourism spaces.

Keywords: Urban landscape; urban tourism; social perceptions; participation; qualitative research techniques.

1. MARCO TEÓRICO: PAISAJE URBANO, TURISMO Y PERCEPCIÓN

El Convenio Europeo de Paisaje (CEP en adelante), publicado en Florencia en el año 2000, constituye un hito en la tradición de la reflexión científica, social y política sobre la materia. Una de sus aportaciones es el fortalecimiento del reconocimiento jurídico del paisaje, al considerarlo un derecho y un bien con una clara función social, sujeto, por tanto, de una protección y ordenación adecuada por parte de los poderes públicos (Priore, 2002; Zoido, 2009). En este sentido, el texto del Convenio² otorga un gran protagonismo a la sociedad, de tal forma que puede leerse en el primero de sus artículos que el paisaje es “*cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter será el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos*”. La percepción social es, pues, elemento definidor del paisaje y, por tanto, no puede ser obviada en el desarrollo de instrumentos para su ordenación y gestión, que deben incorporar los mecanismos adecuados de participación que garanticen su conocimiento, o expresado en los conocidos términos de Ricardo Priore: “No people, no landscape” (Priore, 2009). El mismo principio se argumenta en el desarrollo teórico referido al concepto de *paisaje cultural*, producto de un proceso y soporte de la identidad de una comunidad, según la definición que ofrece en España el Plan Nacional de Paisaje Cultural (2012) (Cañizares, M.C. 2014) y sus posteriores aplicaciones (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2015).

En esta investigación tiene especial relevancia afinar o precisar sobre qué se entiende por “*población que percibe*”. Si nos ocupamos de la relación entre el fenómeno turístico y el paisaje, no sólo resulta de interés conocer la percepción del paisaje que pueda identificarse en la población residente en el mismo sino, también, la de la población que lo visita, y que vive ese paisaje como una experiencia momentánea y coyuntural (Battino, 2013).

² Se ha utilizado el texto del Instrumento de ratificación de España del CEP. BOE nº 31; martes 5 de febrero de 2008.

Así, para territorios que han incorporado la función turística como componente esencial de su realidad, es relevante conocer la percepción de la población residente y la visitante e identificar los posibles conflictos que produce dicha percepción en torno al mismo paisaje (Barrado-Castañeira, 1998). En este sentido, el punto de vista del que vive en y del paisaje puede ser muy diferente del que lo contempla y disfruta y, por ello, resulta oportuno estratégicamente generar dinámicas de convergencia de intereses en la búsqueda de una mejor gobernanza en la escala local. No cabe duda de que este último aspecto requiere situarse en un nivel mayor de compromiso social que, más allá de la sensibilización y participación individual y colectiva, está llamado a la mediación y a la concertación en los procesos de planificación y gestión que tienen que ver con el paisaje (Moore-Colyer-de Scott, 2005; Prieur-Durousseau, 2006; Jones, 2007; Fernandez, 2011; Busquet (Coord.), 2011; Jones – Stenseke(eds.), 2011); y más aún cuando el paisaje es entendido como un recurso turístico(Cacciutto et al., 2015; Santos et al., 2016).

Otros dos aspectos necesitan una introducción conceptual y de contenido más teórico dentro del contexto de este trabajo: por un lado, el mismo concepto de *paisaje urbano* y, por otro, *la ciudad como destino turístico*. En ambos casos hay un bagaje importante de reflexión y literatura científica que no puede ser abordado de forma exhaustiva en este artículo, pero que se presenta sintéticamente en aras a una mayor comprensión de los antecedentes del mismo.

Existen dificultades en el reconocimiento del concepto de paisaje urbano. En parte ello se debe a la larga tradición que ha identificado el *paisaje*, tanto desde el arte como desde la ciencia, como espacios de dominante rural y natural. La noción de paisaje aplicada a la ciudad, ha tenido y tiene un sentido fundamentalmente cualificador de este particular hábitat. Una calidad que no se entiende sólo desde lo formal o estético, sino también en relación a sus contenidos ambientales, funcionales, culturales... En este sentido resulta de gran interés la aportación de Zoido a este debate, que permite acercarse al paisaje urbano desde propuestas que parten de dos ideas fundamentales: *cuanto se predica para el paisaje en general, sin adjetivos, puede ser de utilidad para los espacios urbanos*; y *la consideración específica de éstos exige desarrollos propios en los planos teórico, conceptual y metodológico*. Así, la definición de paisaje urbano parte de la general del CEP y tiene tanto sentido cuando se atribuye a un pequeño núcleo urbano como para una aglomeración metropolitana (Ferrer, 2008; Moya, 2011; Zoido, 2012).

El concepto de paisaje en relación al turismo urbano puede considerarse mucho más difuso y complejo. La ciudad, que constituye el entorno habitual de procedencia de la mayoría de los turistas, es difícilmente percibida como un paisaje, salvo visiones de conjunto (vistas, perfiles) o elementos naturales propios de su emplazamiento (ríos, promontorios, colinas...). En contadas ocasiones, generalmente identificadas con sectores o barrios de los cascos históricos mejor conservados, el turista utiliza el concepto paisaje o percibe que lo que está viendo y experimentando es paisaje. En estos casos el concepto se acerca bastante al propuesto hace unos años por la UNESCO: paisaje histórico urbano³,

3 En la Recomendación sobre el paisaje histórico urbano (UNESCO, 10 de noviembre de 2011) este se define como: *la zona urbana resultante de una estratificación histórica de valores y atributos culturales y naturales, lo que trasciende la noción de "conjunto" o "centro histórico" para abarcar el contexto urbano general y su entorno geográfico. Este contexto general incluye otros rasgos del sitio, principalmente su topografía, geo-*

que ha sido considerado por diferentes autores para analizar sus vínculos con el turismo, concretamente en ciudades patrimonio de la humanidad (Fernández, R. et al. 2009).

El casco histórico de las ciudades ha superado la mera interpretación de legado o de identidad colectiva para convertirse, precisamente gestionando bien esos atributos, en un recurso económico a través de su función turística (De la Calle, M. 2002; García, C. 2011). No se trata sólo de lo monumental o arquitectónico, sino de aspectos culturales, menos tangibles, que remiten a modos de vida o patrones sociales y que permiten combinar aquellos recursos más tradicionales con componentes novedosos como la gastronomía, la artesanía, las leyendas... (Pillet, 2014) en la conformación de productos de interés para el visitante de la ciudad.

La apuesta por el desarrollo de la actividad turística en las ciudades, y concretamente en los sectores identificados como cascos históricos, requiere, sin embargo, de una serie de condiciones que no siempre se tienen en cuenta y que tienen que ver con la noción de paisaje histórico urbano de la UNESCO antes comentada. Se trata de hacer compatibles las aspiraciones y valores del sector turístico y la gestión del patrimonio como legado cultural (Velasco, 2009; Troitiño et al., 2011; Prats, 2011; Donaire, J.A.; 2012; Mínguez, 2013; Ruiz y Pulido, 2015). La lógica del turista y de la industria turística a menudo no coincide con los criterios de conservación y uso de recursos patrimoniales, pero es necesario un entendimiento y un consenso en los niveles de decisión y gestión respecto a los beneficios que puede suponer para ambos una buena armonía. Una vez garantizada la conservación de los bienes, tangibles o intangibles, es necesario intervenir en la forma de utilizar dichos bienes por el turismo. Dos estrategias parecen resultar imprescindibles en la articulación de políticas integradas en ese sentido: la defensa respecto a la homogeneización y la banalización de las expresiones culturales, que pueden ser la tentación más significativa de su uso turístico (Espejo, 2011); y la supervivencia económica generada por una valorización del patrimonio que permita que el turista forme parte de la financiación para la conservación (De la Calle-García, 1998; Troitiño, 2007; Pulido (Coord.), 2013).

Aunque el objetivo de este trabajo escapa a una reflexión más profunda sobre la planificación y la política urbana en la postmodernidad, no cabe duda que conceptos como el de *urbanización*, conectan con esa especialización turística que se está dando de forma acentuada en algunos destinos urbanos, si bien ya venía anunciándose desde décadas anteriores (Zukin, 1998). El concepto alude a cómo en estas ciudades, con historia, cultura y localización diferentes, se asiste a la producción de un *paisaje estandarizado*, repetido y replicado en cualquier rincón del mundo. “*Más que una ciudad para ser habitada a diario, se configuran como un espacio urbano diseñado para ser visitado intensivamente y a tiempo parcial*” (Muñoz, 2009).

La aprehensión y lectura del patrimonio cultural de una ciudad que hace un visitante es frecuentemente una experiencia global, que se desarrolla paseando por las calles,

morfología, hidrología y características naturales; su medio urbanizado, tanto histórico como contemporáneo; sus infraestructuras, tanto superficiales como subterráneas; sus espacios abiertos y jardines, la configuración de los usos del suelo y su organización espacial; las percepciones y relaciones visuales; y todos los demás elementos de la estructura urbana. También incluye los usos y valores sociales y culturales, los procesos económicos y los aspectos inmateriales del patrimonio en su relación con la diversidad y la identidad. (art. 8 y 9).

accediendo a puntos panorámicos, descansando en un local o en un espacio público...; a lo que se suman las imágenes previas que el turista ya tenía del destino (Díaz-Rodríguez et al., 2013). Así, las estrategias de orientación turística de los cascos históricos van de la mano, no sólo de la dotación de servicios o la intervención arquitectónica en restauración de edificios, sino de una planificación urbanística y territorial que tenga un sentido integral, contemplando el carácter del paisaje urbano (Campos-López, 2006; Conti, 2013).

Por otro lado, muchas ciudades se han lanzado a la carrera por incorporar la arquitectura contemporánea de calidad a su oferta de recursos turísticos. Algunos autores señalan que se puede considerar una manifestación más de la necesidad de dotarse de elementos de diferenciación que las posicionen en un mercado cada vez más competitivo y global. Es lo que comenzó a acuñarse en la década de los noventa con el término *city-marketing*, como conjunto de estrategias que buscan una identidad propia que hable de los valores de una ciudad, sus recursos, sus cualidades, su potencialidad ante el futuro, tanto a un público interno como externo (Braun, 2008).

Dentro de este contexto, en no pocas ocasiones, se buscan edificios o espacios que puedan convertirse en iconos de una nueva imagen urbana. De esta forma, a ciudades que en el mundo entero ya destacaban por su atractivo como emblemas de la arquitectura contemporánea (Berlín, Viena, París, Nueva York...) se han sumado otras muchas, activando operaciones urbanísticas o actuaciones puntuales de “firma”, con el fin de añadir elementos de modernidad y calidad al paisaje urbano. Estas intervenciones, a veces no exentas de polémica⁴ (Fernández Tabales y Knafu, 2013), no sólo desde criterios identitarios o estéticos, sino también por el coste que suponen para las arcas públicas, han supuesto la transformación de paisajes urbanos que se convierten en “imprescindibles” en la visita a la ciudad. Todo ello multiplica sus efectos si albergan servicios turísticos de alojamiento (Hotel Arts Barcelona), restauración (Torre de Televisión de Berlín), museos (Guggenheim Bilbao), centros culturales (Pompidou de París), teatros (Ópera de Sidney), o cualquier otro equipamiento que pueda ser incorporado a la experiencia turística.

Los espacios libres también constituyen referencias paisajísticas interesantes, en algunos casos por sus atributos históricos, al tratarse de jardines o plazas incorporados en fases del desarrollo urbano no contemporáneas; en otros, porque su diseño evoca los elementos que se han comentado para la arquitectura en los párrafos anteriores, y son hitos o iconos urbanos que suman singularidad, además de su función de mejora de la calidad de vida de la ciudad. En ocasiones puede tratarse del valor de su emplazamiento, de las cualidades del entorno, del valor paisajístico de la vegetación en sus ciclos estacionales, de una iluminación artificial que favorece paisajes nocturnos o del mobiliario urbano, por su funcionalidad y/o simbolismo (Martínez, 2002).

Entre los elementos urbanos de gran significación y que han sido muy tratados en la literatura científica (García González, 2004; Melgarejo et al, 2016), cabe destacar también el papel de los cursos fluviales en la imagen de la ciudad y su utilización turística. Durante años los ríos se han visto como un desafío, especialmente en el ámbito mediterráneo, ante

4 Es imposible recoger todos los casos de gran debate ciudadano... a modo de ejemplos: la pirámide de Ming en el Louvre (París), el puente de Calatrava en Venecia, el Palacio de festivales de Saénz de Oiza en Santander, o la Torre de Pellí y el Proyecto Metrosol-Parasol de Jürgen Mayer en Sevilla.

la amenaza de las crecidas en regímenes irregulares; sin embargo, actualmente los ríos son espacios de oportunidad, y se multiplican los esfuerzos por revitalizar la relación entre lo urbano y lo natural, dotando las riberas de espacios de uso público e integrando estas arterias fluviales en nuevos espacios turísticos (Pellicer, 2002)⁵.

Otro sector clave ampliamente tratado (Qviström y Saltzman, 2006; Delgado y García, 2009; Arias, 2011), que suele presentar problemáticas de deterioro paisajístico, son los bordes urbanos, espacios de transición entre la ciudad y el campo que a menudo son puerta de entrada para los visitantes, y suelen tener un impacto negativo en la imagen del destino. En la dinámica de crecimiento de los núcleos existen lugares cuyas expectativas de urbanización los convierten en zonas de espera, y esto implica que renuncian a sus usos tradicionales hasta que se realizan los que han sido determinados en la planificación para ellas. Entre tanto, si no se actúa con medidas de integración o restauración, se convierten en los espacios marginales de las ciudades, cuando no en vertederos no controlados. Este fenómeno es una de las problemáticas a las que más se refieren las opiniones de la ciudadanía como recogen diversos trabajos sobre percepción social del paisaje (Abarca y Campos, 2013; Mercado, I. y otros, 2015).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los objetivos que se plantean en este artículo son los siguientes:

- a. Identificar la percepción y valoración de los conflictos paisaje urbano-turismo en residentes y visitantes.
- b. Confrontar dichas percepciones y evaluar la intensidad y alcance de las diferencias entre ambas.
- c. Identificar aspiraciones y objetivos de los grupos analizados en la gestión del paisaje urbano de los destinos turísticos señalados.

Estos objetivos plantean algunos retos metodológicos.

En primer lugar, el objeto de la investigación (el paisaje urbano) no tiene una interpretación unívoca para el conjunto de la sociedad y, aunque se delimita espacialmente el ámbito estudiado —el sector de máxima frecuentación turística de la ciudad de Sevilla— y los elementos a considerar, las respuestas podrían escapar a estos límites geográficos y conceptuales, que responden más a criterios académicos que perceptuales.

En segundo lugar, el sujeto de análisis incluye la población local (en especial la que vive o desarrolla su actividad económica en el ámbito delimitado y los agentes privados o públicos que tienen incidencia en él) y a la población visitante. La primera es accesible y puede ser abordada con herramientas de investigación social convencionales. La segunda presenta la dificultad de ser una población no residente, con una estancia temporal, generalmente de corta duración, de localización dispersa y no organizada como colectivo. En el caso de las herramientas de carácter cualitativo (las que se han desple-

5 Este autor pone como ejemplos las ciudades de Montpellier, Lyon o Zaragoza. También podríamos hablar de Sevilla o de Córdoba, con la incorporación del río Guadalquivir a sus respectivos planes turísticos, de Bilbao, con la recuperación del espacio de la margen derecha del Nervión, Salamanca, con el paseo peatonal por el Tormes, etc.

gado para esta investigación) resulta complicado abordar a este sujeto de investigación, lo que explica que se haya optado por un tipo de visitante en particular: aquel que registra una estancia media más larga (estudiantes de español, estudiantes Erasmus...).

A la vista de estas características se ha propuesto el desarrollo de una metodología de análisis cualitativo, basado en la implementación de tres herramientas básicas: entrevistas a agentes representativos, grupos de discusión y análisis de la información periodística.

La elección de las entrevistas en el marco del proceso de participación busca un conocimiento más profundo de la realidad en un formato que lo facilita por sus características de comunicación presencial, personal y reposada, conscientes de las limitaciones y ventajas que ello comporta (Vallés, 2000).

El proceso ha requerido el diseño y construcción del cuestionario y del directorio de agentes (responsables técnicos municipales, asociaciones empresariales relacionadas y expertos y profesionales locales), la realización del trabajo de campo y el vaciado de la información mediante la transcripción según la plantilla de las entrevistas grabadas (Tabla 1). Finalmente se ha elaborado la síntesis de la información obtenida y extraído las conclusiones.

Tabla 1
FICHA PARA EL ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.

| FICHA DE ANÁLISIS ENTREVISTAS | | |
|--|----------------------|-------------------------|
| SOBRE EL CONCEPTO DE PAISAJE URBANO | | |
| PALABRAS/ELEMENTOS | DESCRIPCIONES | FRASES LITERALES |
| | | |
| CALIFICACIÓN GENERAL BREVE DEL ESTADO DEL PAISAJE URBANO EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE SEVILLA | | |
| | | |
| VALORACIÓN DE ELEMENTOS DEL PAISAJE URBANO EN EL ESPACIO TURÍSTICO DE SEVILLA | | |
| ELEMENTO | ¿MENCIONADO? | ARGUMENTARIO |
| ASPECTO EXTERNO DE LOS EDIFICIOS-FACHADAS | | |
| PAVIMENTOS-ACERADOS | | |
| PLAZAS-ESPACIOS PEATONALES | | |
| ELEMENTOS DE SEÑALIZACIÓN-PUBLICIDAD EXENTA | | |
| ROTULACIONES –PUBLICIDAD FACHADAS | | |
| TERRAZAS Y VELADORES | | |

| | | |
|---|-----------|-------------------------|
| MOBILIARIO URBANO | | |
| ARBOLADO-JARDINERÍA | | |
| AGLOMERACIONES DE TURISTAS | | |
| OTROS ¿Cuáles? | | |
| POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO RESPECTO AL PAISAJE URBANO | | |
| BIEN O MAL POSICIONADA | RAZONES | EJEMPLOS OTRAS CIUDADES |
| | | |
| CAMBIOS ACHACABLES AL TURISMO | | |
| POSITIVOS | NEGATIVOS | |
| | | |
| MEDIDAS DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL PAISAJE URBANO EN EL ESPACIO TURÍSTICO | | |

Elaboración propia.

El grupo de discusión es una técnica de investigación cualitativa basada en crear un espacio de diálogo sobre el objeto del trabajo que favorezca la generación de información a partir del contraste de opiniones. Una persona del equipo ejerce tareas de moderación y ordenación del debate, pero también de observador no sólo de lo que se dice sino de cómo se dice, anotando tensiones, silencios o acuerdos según los temas que se van desgranando. En este sentido podría entenderse el grupo de discusión como una entrevista cualitativa colectiva, que no se reduce a la suma de los resultados individuales, sino que presenta un elemento original fruto de la interacción de los intervinientes (Watts y Ebbut, 1987).

El desarrollo de los dos grupos de discusión realizados siguió las pautas metodológicas recomendadas en la bibliografía científica (Krueger, 1991; Gil, 1992; Callejo, 2001; Suárez, 2005). De esta forma, se procedió a la planificación de las sesiones; en primer lugar respecto a los objetivos que se pretendían cubrir (con la selección de una serie de conceptos o temas que se estimaba oportuno introducir), en segundo lugar en relación al número de participantes (se suele recomendar en la bibliografía especializada que no sean menos de cinco ni más de diez), y el tiempo de duración que, respetando que sea suficiente para expresar ideas de un grupo de personas, no puede excederse porque hay peligro de reiteración, pérdida de interés, fatiga... En este sentido se siguió la recomendación de que no se sobrepasaran los noventa minutos.

Según los precedentes hay otros rasgos que pueden tenerse en cuenta en los grupos de discusión, aunque no siempre hay acuerdo en estas determinaciones. Por ejemplo, se insiste en que sean preferentemente personas que no se conozcan, que puedan complementar perfiles pero que no sean excesivamente diversos, que desconozcan previamente el tema sobre el que van a hablar etc. Las sesiones fueron grabadas para su mejor tratamiento después de pedir permiso a los participantes.

La necesidad de contar tanto con residentes como con visitantes determinó la composición de los grupos. Por un lado, vecinas del casco histórico, profesionales del turismo y guías locales; y, por otro, estudiantes internacionales procedentes de Argentina, Rep. Domi-

nicana; Ucrania, Alemania y Japón, con un tiempo de estancia diverso (desde tres años a un mes) pero en todo caso más prolongado que el turista convencional. Para que ambos grupos tuviesen una cierta homogeneidad se optó por un perfil joven, de ambos sexos y estudios superiores. Se ofreció una mínima información previa sobre la herramienta en la que iban a participar y se convocaron las dos sesiones en octubre de 2015 y junio de 2016 en la sede de la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla.

Foto 1
CELEBRACIÓN DE UN GRUPO DE DISCUSIÓN



Fotografía: autores.

Por último, un tercer instrumento será el análisis de información periodística sobre el tema del paisaje urbano y el turismo. Ha consistido en un rastreo en internet, en hemerotecas y blogs, clasificación de las informaciones por temas clave y análisis de resultados en función de la repetición, alcance, profundidad, cuestiones que se abordan... Este instrumento tiene como objetivo analizar el tratamiento periodístico que se da a la relación entre el paisaje urbano y el turismo como una expresión de las percepciones sociales al respecto, pero también como posible factor que condiciona dichas percepciones.

Hay que advertir que no se trata de un análisis de medios de comunicación exhaustivo, ya que esta pretensión excede con creces las características de esta investigación. Se trata sólo de sumar una herramienta más de al conjunto de las desarrolladas para el conocer la percepción del paisaje urbano entre turistas y residentes. Para la elaboración de las conclusiones han tenido en cuenta precedentes (González, 2015) referidos al tratamiento informativo del patrimonio urbano en la ciudad de Sevilla.

El objetivo de la información obtenida en este instrumento no era un tratamiento estadístico de los textos mediante software especializado, sino un análisis del significado, en especial identificando lo positivo o negativo del enfoque planteado, tanto en relación al paisaje urbano como al turismo en la ciudad de Sevilla y de la relación entre ambas categorías.

La selección de noticias se ha efectuado con los siguientes criterios:

- Utilización de buscador de noticias google con las siguientes categorías: “paisaje urbano Sevilla”, “paisaje urbano turismo”, “paisaje urbano turismo Sevilla”. Dichas categorías se determinan para evitar la profusión de resultados sobre turismo general o sobre paisaje, que escaparían al objetivo de la investigación.
- Corte temporal en el año 2010 como punto de inicio. Se consideró necesario para que la información fuera concordante con el paisaje urbano analizado (el actual) mediante el resto de las herramientas. Solo hay un artículo anterior, que se ha recogido para verificar que el problema que destaca (la falta de limpieza en el espacio turístico) no se cita en la etapa seleccionada e incluso se habla del efecto contrario.
- Noticias relacionadas con el ámbito espacial. En este caso se trataba de buscar información sobre la ciudad de Sevilla, si bien algunas informaciones tienen un carácter general o contienen referencias comparativas con otras ciudades españolas.

En el Anexo 1 se muestra una tabla de presentación de las noticias analizadas, con sus datos de identificación y principales rasgos extraídos.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. Sobre el concepto de paisaje urbano y sus elementos constitutivos

El concepto de paisaje urbano, pese a su complejidad y diversidad de acepciones, **es reconocido e identificado**. En general no hace falta explicar o aportar referentes conceptuales para que se enumeren los elementos básicos del paisaje de Sevilla, muchos de ellos vinculados a su carácter, esto es, aquellos que determinan su singularidad respecto a otros espacios urbanos.

En la **caracterización del paisaje urbano destaca la referencia a los elementos construidos**, marcando el rasgo de un espacio que ha sido profundamente transformado por el hombre, humanizado desde hace siglos... Ello no significa que no se hayan mencionado **otros factores o elementos** como la ubicación en el entorno territorial, el valor escénico, la presencia de elementos naturales (árboles, jardines, agua...). También se han destacado la influencia de actividades económicas como conformadoras del paisaje urbano (comercio, turismo, transporte...).

El concepto de paisaje urbano se identifica frecuentemente con la “*ciudad antigua o monumental*”, de tal forma que, en algunas ocasiones, la ciudad más moderna parece escapar a la categoría de paisaje. Es decir, se identifica con facilidad el paisaje urbano con el paisaje urbano patrimonial, cualificado por la historia y el valor artístico-cultural de edificios y tramas urbanas, al que se otorga, además, atributos estéticos, adjetivándolo como la “*ciudad bonita*”, la que se asocia a la actividad turística por su poder de atracción.

Cuando las personas participantes valoran este paisaje urbano, delimitándolo incluso como un sector dentro del casco histórico, tienen una opinión muy positiva del conjunto. Se repiten los adjetivos que marcan su carácter monumental, excepcional, grandioso, deslumbrante, o sorprendente para el turista. Profundizando un poco más, existen matices que reivindican un análisis más pormenorizado, en el que identifican elementos de

mejora y sectores o detalles que se han degradado, en especial durante los últimos años (años de crisis económica, de políticas de austeridad en el gasto público y de intensificación de la actividad turística).

Los elementos más relacionados con el carácter del paisaje urbano remiten a lo construido, los edificios, especialmente los que tienen valor patrimonial y representan estilos de diferentes épocas. Pero igualmente aparecen numerosas referencias a la arquitectura residencial en general, a la que se otorga valor especialmente por su cromatismo: el blanco de las fachadas, resaltado por dos colores muy identitarios (almagra y albero). Es frecuente, en segundo lugar, destacar la trama urbana como un elemento característico de la ciudad de Sevilla, una trama contrastada: por un lado, el espacio escénico que agrupa al conjunto declarado Patrimonio Mundial (Catedral, Archivo de Indias y Alcázar), que se extiende por la Avenida de la Constitución hasta el Ayuntamiento y la Plaza de S. Francisco; por otro, la ciudad angosta y recoleta del barrio de Santa Cruz y aledaños.

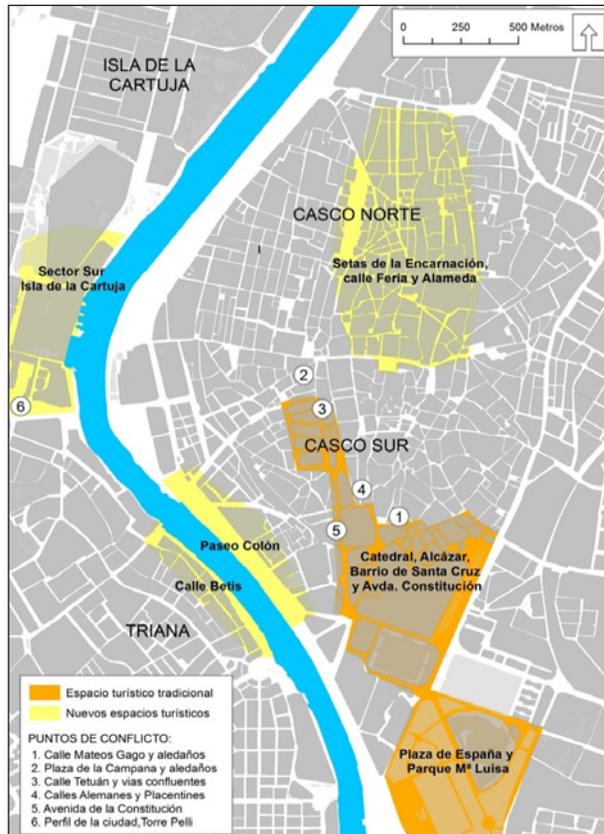
La ubicación, los elementos naturales y la luz, se han mencionado también como parte del paisaje de la ciudad. En numerosas ocasiones aparece el río Guadalquivir y su entorno como una imagen histórica y muy consolidada de Sevilla, que sigue siendo reconocida y valorada en las percepciones sociales actuales. Quizá más novedosa es la incorporación de un arbolado característico (palmeras, naranjos, magnolios...) que también se identifica como integrante del carácter del paisaje urbano, y se asocia tanto a jardines históricos (Parque de María Luisa, jardines del Alcázar, jardines de Murillo...) como a calles y plazas. La luz, o su identificación con un clima habitualmente soleado, o determinada iluminación artificial nocturna han sido también elementos relevantes para algunas personas participantes.

4.2. Sobre la delimitación del paisaje urbano con función turística en la ciudad de Sevilla

La delimitación del espacio de frecuentación turística que hacen turistas y residentes coincide en términos generales, identificándose con el entorno de los monumentos declarados Patrimonio Mundial.

Sin embargo, ha sido recurrente la referencia a la ampliación de este espacio hacia Triana y el Río, La Cartuja y el legado de la Expo 92 y, sobre todo, hacia el casco norte (véase Figura 1); reflejando así uno de los aspectos más novedosos del sistema turístico de Sevilla en los últimos años, como es la ampliación del espacio de las actividades turísticas a barrios con notables recursos patrimoniales, pero poco frecuentados hasta el momento, fenómeno del que parece existir plena conciencia en la población. La percepción de esta nueva realidad espacial se refleja en diferentes sentimientos o valoraciones sociales: por un lado, se expresa como necesidad para evitar que la capacidad de carga de los espacios de mayor frecuentación llegue a superar límites aceptables, para aumentar la estancia media al incorporar nuevos atractivos y productos, y para que los beneficios esperables de la actividad turística puedan alcanzar mayor extensión geográfica y a más población; por otro lado, se expresa con cierto temor ante la perspectiva de aumentar las áreas especializadas en una función turística que puede incidir negativamente en su autenticidad o “tranquilidad” cotidiana.

Figura 1
LOCALIZACIÓN EN SEVILLA DEL ESPACIO TURÍSTICO TRADICIONAL,
NUEVOS ESPACIOS TURÍSTICOS Y PUNTOS DE CONFLICTO, A PARTIR
DE LOS RESULTADOS



Elaboración propia.

4.3. Sobre la valoración del paisaje urbano de Sevilla y sus principales elementos

Los resultados obtenidos con los instrumentos cualitativos anteriormente presentados, muestran que los elementos del paisaje urbano con más menciones y/o más identificados con el concepto son las **fachadas y edificios, las plazas y espacios peatonales, terrazas y veladores y los árboles y jardines**. Sobre ellos hay valoraciones positivas y negativas, suscitan interés y se consideran elementos centrales en la imagen de la ciudad. Los elementos del paisaje urbano con menos menciones o menos identificados con el concepto son **pavimentos y acerados, publicidad, rotulaciones y mobiliario urbano**. Esto parece remitir a que los elementos de pequeña escala, de mirada de detalle, se alejan de una concepción más escénica del paisaje urbano.

En relación a las fachadas y el aspecto externo de los edificios, las valoraciones son generalmente positivas. Se reconoce el cuidado y el esfuerzo en rehabilitación, especialmente de elementos del patrimonio histórico que son muchos en el ámbito del estudio. Sólo se mencionan puntualmente algunas intervenciones chocantes por su escasa integración en el entorno (Ej.: Edificio de la Previsión Española) o la presencia de grafitis que se consideran síntomas de dejación o abandono. Hay quien ha apuntado el inconveniente de que muchas intervenciones son externas (fachadismo) y se valoran como un envoltorio o falso historicismo que no corresponde a su uso interior.

Las plazas y espacios peatonales se valoran muy positivamente. En las intervenciones de los residentes hay un reconocimiento a la mejora en este punto en años recientes, al cumplirse el objetivo de ser espacios más amables para el peatón y también para el turista, lo cual repercute indirectamente en una mayor actividad comercial. Los turistas han valorado positivamente la posibilidad de desplazamientos en bicicleta. Sin embargo, se han registrado algunas referencias negativas, aunque minoritarias: la peatonalización de un casco histórico tan extenso es perjudicial para el turismo porque el acceso se hace más complejo, tratamiento discutible de algunas “nuevas plazas” (Alfalfa, Plaza del Pan, Puerta Jerez...) que choca con lo esperado por el turista, el peligro de tematización turística que se le supone a los espacios más peatonales... etc.

En relación a las terrazas y veladores la opinión generalizada es que su implantación es excesiva. Esta valoración es casi unánime entre las personas residentes, incluso si se dedican profesionalmente al turismo, y algo más matizada entre los turistas. Se habla de invasión del espacio, de dificultad de paso, ruidos, elementos poco integrados en el entorno y de dudoso gusto (sillas, mesas, sombrillas...), incumplimiento de la normativa municipal reguladora... etc. Sin embargo, entre determinados mercados turísticos, en general los procedentes de países mediterráneos (franceses, italianos, nacionales...), se valora en general la oferta por lo que supone de disfrutar la calle y el buen clima, y no hay una sensación de saturación. A este respecto puede interpretarse que la mejor valoración por parte de los turistas procede del hecho de superponer los aspectos funcionales de estas terrazas (la comodidad para la visita derivada de la proliferación de ofertas a su disposición) a los estéticos o patrimoniales; frente a unos residentes que perciben la rápida transformación de espacios emblemáticos de la ciudad, y desapruaban el resultado al compararlo con la situación anterior.

Otro elemento altamente valorado por el turista y no tanto por el residente es el arbolado y los jardines. Entre los turistas internacionales se pone de relieve el asombro (por poco esperado) ante la cantidad y calidad que perciben en ellos y recuerdan el carácter estratégico de la sombra y el frescor en una ciudad como Sevilla en verano. Es más crítica la población residente, con referencias a la falta de cuidados y mantenimiento, la elección de las especies en relación con esto y la falta de interpretación en los jardines que tienen valor histórico.

Los pavimentos y acerados son elementos poco mencionados en general. Sólo si se pregunta expresamente por ellos aparece alguna opinión difusa. Se habla de mejora sustancial en los últimos años, aunque muy centrada en los sectores de máxima afluencia. Ha habido referencias al adoquinado como elemento identitario de Sevilla y bien valorado, aunque con problemas para personas con escasa movilidad. Algo parecido ocurre con la

publicidad, que debe ser evocada para que la persona repare en su consideración. En este aspecto los turistas son más críticos: denuncian exceso y elementos que claramente molestan las vistas y el disfrute del paisaje urbano, incluso, en casos puntuales, el tránsito fluido (elementos publicitarios de negocios y tiendas). Con la señalización las consideraciones son las mismas: se abusa y se duplica la información, están mal situadas... También se ha mencionado la falta de mantenimiento de los elementos y el impacto de algunas rotulaciones o publicidad en fachadas (Plaza de la Campana).

Otros elementos han sido mencionados de forma espontánea por algunos de los participantes. Se incluyen en este análisis como información que puede completar la imagen del paisaje urbano que se percibe en residentes y visitantes.

El caso más significativo es el del complejo Metrosol-parasol, conocido popularmente como Las Setas, situado en la plaza de la Encarnación. Esta actuación firmada por el arquitecto Jürgen Mayer fue inaugurada en 2011 y suscitó una gran polémica ciudadana, por sus dimensiones, ubicación, estética y coste para la hacienda municipal. Se trata de una gran estructura de madera y hormigón que alberga en el subsuelo restos arqueológicos visitables, en rasante un mercado de abastos y en la parte superior un mirador. En general la opinión de los visitantes y de los agentes turísticos es positiva. Se valora la panorámica desde un punto alto que no es frecuente, la arquitectura moderna de autor y la opción como entrada al sector del casco norte como ampliación del espacio turístico más convencional. En cuanto a sus atributos estéticos hay más división, especialmente negativa entre la población residente.

Otro aspecto mencionado por varias personas participantes es la presencia de los coches de caballos en las inmediaciones de edificios patrimoniales y espacios de gran afluencia. En este caso la opinión es bastante negativa: suciedad y malos olores, apropiación de espacios no reglados para parada, comportamiento agresivo de algunos cocheros...

Foto 2
METROSOL-PARASOL (LAS SETAS)



Fotografía: *El viajero. El País*. 4-9-12.

Otros elementos mencionados de forma más minoritaria son, con connotaciones negativas, un exceso de iluminación nocturna y algunas esculturas colocadas en diferentes puntos en años recientes. En sentido positivo se ha mencionado la limpieza y la presencia de toldos para proteger las zonas peatonales del sol en verano.

En el Anexo 2 se ofrece un cuadro resumen de los resultados de este apartado.

4.4. Localización de los principales conflictos

De la información obtenida en los diferentes instrumentos puede deducirse una clara conciencia de la localización de los principales puntos de conflicto en espacios concretos, asociados a sus causas más sobresalientes, aunque generalmente son lugares en los que se detectan más de un inconveniente. Serían las siguientes (véase localización en Figura 1):

- **Calle Mateos Gago y algunas vías colindantes del barrio de Santa Cruz.** En este sector se denuncia una invasión publicitaria protagonizada por los comercios orientados al turista, y una gran concentración de veladores que dificultan el paso de los peatones, teniendo en cuenta que se trata de una calle que permite el tránsito de vehículos y con acerado muy estrecho.

Foto 3

EXPOSITORES TIENDAS DE SOUVENIRS EN CALLE MATEOS GAGO



Fotografía: autores.

- **Calle Tetuán, Plaza de La Campana y calles confluentes.** En estas vías la especialización comercial ha suscitado críticas entre los participantes, en primer lugar, por su carácter estandarizado. Los residentes especialmente se lamentan de

la pérdida de los comercios tradicionales, locales y personalizados, sustituidos por las grandes franquicias que dan a la emblemática vía de Tetuán un aspecto similar a cualquier otra ciudad. En segundo lugar, vinculado con lo anterior, se denuncia la publicidad agresiva en las fachadas (La Campana), que incluye elementos poco integrados como neones, secciones perpendiculares etc. Por último, para la calle Albareda y la plaza de S. Francisco, se ha insistido en la proliferación de terrazas y veladores, muy por encima de lo razonable, que se han apropiado del espacio público para convertirlo en un gran restaurante al aire libre.

Foto 4
TERRAZAS DE VELADORES EN CALLE ALBAREDA



Fotografía autores.

- **Aledaños de la Catedral (Calle Alemanes, Placentines... etc.)** Por la sensibilidad del espacio afectado las críticas más contundentes en este sector corresponden a elementos publicitarios poco adecuados, o que rompen vistas interesantes de los principales edificios catalogados.
- **Perfil de la ciudad.** Aunque se encuentra situada fuera del ámbito seleccionado para esta investigación, su presencia en diferentes vistas desde el mismo hace que se pueda incluir como elemento de conflicto en el paisaje urbano. Se trata de la Torre Pelli, rascacielos de iniciativa privada que lleva el nombre del arquitecto diseñador. En general ha sido un elemento que se ha mencionado por parte de personas residentes, no tanto por el visitante. Las opiniones son contradictorias: hay quien no ve conflicto con el perfil histórico de la ciudad al estar en un espacio diferenciado y valoran su aportación como nueva arquitectura en el contexto de una ciudad contemporánea; pero hay quien opina que atenta contra la imagen y el

Foto 5
OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN CALLE ALEMANES



Fotografía: autores.

Foto 6
LA CATEDRAL Y LA GIRALDA DESDE LA PUERTA DEL ALCÁZAR. PUBLICIDAD INADECUADA

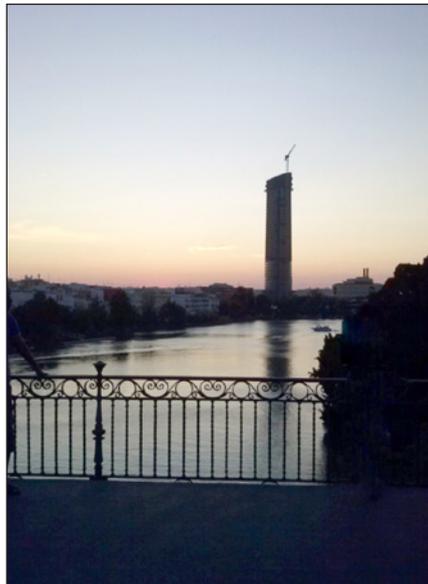


Fotografía: autores.

paisaje exterior al colisionar con el punto de referencia más tradicional, la Giralda. Las cuestiones estéticas se valoran de forma muy diversa y en algunos casos se cuestiona sobre todo su utilidad.

Estas identificaciones, que dado el carácter del artículo no han pretendido ser más que una aproximación demostrativa de la utilidad de la metodología, muestran la potencialidad de los instrumentos de investigación cualitativa también desde el punto de vista espacial, siendo así la participación pública una fuente más a utilizar para una posible delimitación de áreas saturadas o necesitadas de actuaciones específicas.

Foto 7
LA TORRE PELLI DESDE EL PUENTE DE TRIANA



Fotografía: autores.

4.5. Sobre las diferencias en la percepción y valoración del paisaje urbano con función turística entre residentes y visitantes

Se puede afirmar que no existen grandes diferencias en la percepción del paisaje urbano desde el turista y desde el residente, si bien hay matices en la valoración y la elección de los elementos más impactantes que se han ido poniendo de relieve en el epígrafe anterior. El residente tiene plena conciencia del carácter estratégico de la actividad turística para la economía local y se muestra dispuesto a convivir con ciertos efectos colaterales, siempre dentro de unos límites. Por su parte, el turista se sitúa en un contexto de ocio y disfrute que se ve satisfecho en general con lo que finalmente encuentra en Sevilla, por lo que su percepción también es positiva.

A las personas residentes y a los agentes turísticos se les pidió una valoración de los cambios que identifican en la ciudad en los últimos años, que puedan ser achacables al crecimiento de la actividad turística. Hay un acuerdo en partir de que las operaciones urbanas generalmente no se explican desde las necesidades turísticas, pero ciertamente pueden influir en la competitividad del destino y es por ello que cada vez más se incorporan como argumento de dichas operaciones. Por otro lado, hay acontecimientos y actuaciones derivadas que sí se reconocen encaminados al turismo que han tenido una gran repercusión en la imagen actual de la ciudad: las Exposiciones iberoamericana de 1929 y universal de 1992.

Los cambios valorados como positivos se refieren a un mayor cuidado del entorno de frecuentación turística en cuanto a limpieza, incorporación de espacios para el peatón, accesibilidad mediante metro-tranvía, renovación y rehabilitación de edificios históricos, etc. De forma negativa se alude a la complicación del acceso al casco histórico para residentes y usuarios de hoteles por la peatonalización, proliferación de franquicias comerciales que han homogeneizado la oferta y expulsado a los establecimientos locales, y la turistificación del barrio de Santa Cruz.

Precisamente esta pérdida de autenticidad de los espacios turísticos se considera una amenaza tanto para residentes como para turistas. Uno de los elementos que más cualifican, según la mayoría de las opiniones, al espacio turístico de Sevilla es precisamente que se trata de una “ciudad viva” con función comercial e incluso residencial muy reconocible. Este valor parece estar amenazado por la incorporación de nuevos espacios a la especialización turística, como ha ocurrido en otros destinos urbanos, expulsando a otras actividades y a la población residente en procesos de vaciamiento y/o gentrificación.

4.6. Algunas propuestas y medidas para mejorar la calidad del paisaje urbano de Sevilla

Los instrumentos de investigación social cualitativa aplicados no se han limitado a extraer información de cara a la identificación de percepciones, detección de conflictos y diagnóstico de factores, sino que también se han dirigido a buscar propuestas de mejora en los problemas detectados, cuyos resultados se muestran a continuación.

En las preguntas abiertas sobre medidas para mejorar la calidad del paisaje urbano de Sevilla la mayor parte de las respuestas deben atribuirse a residentes y, en especial, a agentes turísticos. Pueden clasificarse en tres grupos: las medidas referidas a la gestión turística, las que se atribuyen a la gestión urbanística y las que pueden considerarse de política estratégica urbana.

Entre las primeras se ha mencionado con frecuencia la necesidad de reordenar los horarios y sistemas de acceso de los principales monumentos de la ciudad (Alcázar y Catedral fundamentalmente), que condicionan la afluencia turística y derivan en aglomeraciones e intensidades de uso en los espacios emblemáticos perfectamente evitables, según la mayoría de los operadores. En este sentido se apunta a la necesidad de una mayor coordinación con los agentes que manejan grandes grupos.

En el capítulo de gestión urbanística y otros servicios municipales hay una clara reivindicación de cumplimiento de las normativas referidas a publicidad, terrazas y veladores, ruidos, coches de caballos, etc. No se trataría de desarrollar nuevas disposiciones sino de mejorar la vigilancia para su efectividad. Se aplaude el desarrollo de la peatonalización y

se solicita su ampliación respetando la accesibilidad de residentes y usuarios de hoteles en el casco histórico. En este sentido se apunta a la necesidad de seguir desarrollando microactuaciones de reurbanización y mejoras de calles y plazas, más allá del espacio turístico consolidado, así como de acometer proyectos largamente esperados como la rehabilitación de las Atarazanas (edificio de los antiguos astilleros, del siglo XIII) y otros que podrían contribuir a diversificar los recursos y productos turísticos (interpretación de jardines históricos y más recientes, incorporación de nuevos productos en Triana, La Cartuja o el sector norte). Por último, a caballo entre la gestión urbanística y turística, se solicita la planificación y desarrollo de un sistema de señalización direccional e informativa homogéneo, útil y que evite impactos y agresiones al paisaje urbano.

Pero por encima de todo, en el grupo de medidas sobre política estratégica urbana, la mayor parte de las personas que han participado señalan la necesidad de fortalecer ámbitos de concertación en los que se alcancen consensos sobre el modelo de ciudad y el modelo de turismo (más masivo, más cualificado). Es en estos espacios de diálogo en los que se pueden debatir cuestiones importantes como el dragado del río para posibilitar el acceso de cruceros, la programación cultural de la ciudad, el papel del aeropuerto y las líneas AVE, etc.

5. EVALUACIÓN DE LA METODOLOGÍA Y CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Partiendo del marco del CEP que otorga a la percepción social un papel esencial en la definición conceptual del paisaje, la aproximación al conocimiento de dicha percepción se plantea como un reto no sólo para el avance del discurso científico-técnico sino, en especial, para la toma de decisiones en relación a la protección, gestión y ordenación del mismo. En este sentido, en aquellos espacios que presentan una clara función turística la población visitante es sujeto significativo que percibe y, por tanto, define el paisaje que contempla y disfruta.

El proceso de obtención de información y extracción de resultados se ha descrito en los epígrafes anteriores y se han incluido observaciones sobre el comportamiento y validez de cada uno de los instrumentos empleados. En este apartado se aporta una evaluación general de la metodología empleada, que podría resumirse en las siguientes conclusiones:

- 1) La metodología orientada a conocer la percepción y valoración social del paisaje urbano puede confirmar, orientar, y completar la información que puede obtenerse mediante instrumentos de análisis cartográfico, estadístico, bibliográfico etc. En este sentido se acerca a las determinaciones del CEP que pone al mismo nivel el hecho objetivo del paisaje (cualquier parte del territorio) y su valoración por la población que lo percibe.

Se ha intentado poner de manifiesto cómo en los estudios de paisaje las aportaciones que realiza la población mediante los instrumentos de participación no tienen un carácter meramente complementario, sino que pueden constituir un elemento básico para la obtención de conclusiones relevantes. El reto realmente es que el diseño de las hipótesis y la evaluación de los resultados obtenidos se incorporen con rigor científico, como suele ser habitual para los relativos a instrumentos más convencionales (Soler y Enrique, 2012).

Por otro lado, las referencias obtenidas orientan la mirada respecto a la jerarquía de valores expresada por residentes y visitantes sobre el paisaje urbano de Sevilla. Es frecuente que lo que para los investigadores resulta de máxima relevancia (elementos clave del carácter del paisaje, acontecimientos que explican sus procesos de cambio principales...) no lo sea para la mayoría de población que, sin embargo, marca cuestiones que pueden pasar desapercibidas para aquellos. Y, por último, el conocimiento que aporta la población completa lo recogido en el análisis de otras fuentes, acercando más a la realidad el contenido de la investigación. A través de la participación ciudadana se han identificado criterios que determinan qué se entiende por un paisaje urbano de calidad, se han reconocido procesos que tienen que ver con la dinámica más vivencial y con las experiencias cotidianas.

- 2) Los instrumentos y procedimientos de investigación cualitativa son adecuados y se adaptan bien cuando el sujeto de análisis es la población residente, presentando mayores dificultades para los visitantes.

Para captar las percepciones, representaciones y valoraciones de la población residente la metodología cualitativa ofrece un nivel de profundidad y matices que resultan muy satisfactorios. Pese a la complejidad que puede suponer construir un mapa de agentes con criterio experto suficientemente representativo, se ha intentado demostrar que es posible recoger los discursos sociales principales y, al mismo tiempo, una gran variedad de referencias que, con toda probabilidad, no hubieran podido manifestarse con instrumentos metodológicos exclusivamente cuantitativos.

Sin embargo, incorporar a la población visitante como sujeto de la investigación presenta una gran complejidad para el desarrollo de los procedimientos cualitativos, dado el carácter transitorio de la estancia de estas personas en el destino y su escasa articulación como grupo social. El recurso a la encuesta parece ser una opción, aunque no siempre es posible dado el coste que requiere para muestras de tamaño y segmentación significativas.

- 3) La combinación de instrumentos de participación es clave para recoger diferentes registros de contenidos relevantes y alcanzar a perfiles variados de población residente y visitante.

En el desarrollo de la metodología también se ha puesto de manifiesto la importancia de utilizar distintos instrumentos, con público objetivo y procedimiento de implementación diferentes, de cuya combinación es posible obtener una información más completa tanto de los contenidos que interesan a la investigación como de diversos perfiles de sujetos de la misma.

- 4) Los instrumentos de participación se muestran eficaces para generar conocimiento sobre la percepción de la población en cuanto a identificación y criterios de valoración de los paisajes urbanos, de los conflictos asociados a la función turística y de las aspiraciones que se proyectan sobre los mismos.

El proceso ha confirmado la necesidad de incorporar a la población, tal como reclama el CEP, en los estudios de paisaje como sujeto sustancial, no sólo porque es fuente de

información para su caracterización, sino porque no será posible avanzar en una gobernanza del paisaje en espacios turísticos al margen de las personas que los viven y disfrutan. Pese a la complejidad que, a priori, pueda atribuirse a un tema como el paisaje, que ha suscitado tantos debates científicos y tantas interpretaciones, la aplicación de los diferentes instrumentos en esta investigación demuestra que tiene interés para la sociedad, puede ser abordado con éxito desde un planteamiento participativo y genera conocimiento relevante que no puede ser sustituido por otras fuentes.

- 5) La investigación sobre paisaje que incluya procesos de participación ciudadana puede contribuir a desencadenar dinámicas de mayor alcance social al movilizar mecanismos de sensibilización y de corresponsabilidad respecto a su ordenación, protección y gestión.

Finalmente parece oportuno señalar que los procesos de participación descritos en este artículo y aquellos que se han generado en otros muchos proyectos e investigaciones, son fuente de información y conocimiento, pero también pueden convertirse en un mecanismo que despierte mayor sensibilidad y movilización social respecto a los paisajes, en especial en aquellos con función turística.

Se trata en definitiva de que la propia investigación científica relacionada con el paisaje contribuya a mejorar su gobernanza desde el diseño de su propia metodología, sin perder rigor técnico ni objetividad, pero sí favoreciendo la incorporación del conocimiento acumulado generación tras generación en forma de representaciones y valores actuales del paisaje, posibilitando el protagonismo de quienes viven y disfrutan los paisajes.

Estos planteamientos son especialmente adecuados en espacios urbanos con intensa frecuentación turística, en los que esta intensidad se ha traducido con frecuencia en procesos de deterioro o banalización de paisajes urbanos tradicionales. Sólo a partir de la identificación de las percepciones y valoraciones sobre el paisaje presentes en la población (tanto residente como visitante), podrán establecerse objetivos de calidad paisajística socialmente compartidos, que actúen como ejes rectores para el desarrollo de medidas que permitan la conservación del carácter de cada lugar, base esencial de su atractivo turístico.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ABARCA, F.J. y CAMPOS, F.S. (2013): “El paisaje desde el límite de lo urbano: una utopía necesaria y educadora”, *Urban*, nº 5, pp. 63-78.
- ARIAS, P. (2011): *Periferias y nueva ciudad: el problema del paisaje en los procesos de dispersión urbana*. Sevilla, Universidad de Sevilla, Secretariado de Publicaciones. 552 pp.
- BARRADO, D.A. y CASTIÑEIRA, M. (1998): “El turismo: el último capítulo de la idealización histórica de la naturaleza y el medio rural”, *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 184, pp. 37-64.
- BATTINO, S. (2013): “La imagen que perciben los turistas que visitan Cerdeña. Primeras consideraciones extraídas de una investigación realizada mediante cuestionarios”, *Cuadernos de Turismo*, nº 32, pp. 37-64.

- BRAUN, E. (2008): *City Marketing: Towards an Integrated Approach*. PhD thesis, ERIM, Erasmus School of Economics.
- BIANUCCI, P. - ASENJO, V. (2009): “La importancia de la participación pública en el proceso de toma de decisiones”. En Iglesias, C. (Coord.) *Ecología del paisaje y seguimiento ambiental. Feedback en materia ambiental*. Madrid, Ed. Ecopás, 179 pp.
- BUSQUET, J. (Coord.) (2011): *La sensibilización en paisaje: un reto para el siglo XXI*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament de Territori y Sostenibilitat.
- CACCIUTTO, M.; ROLDAN, N.G.; CORBO, Y.A.; CRUZ, G.M. y BARBINI, B.M. (2015): “Análisis de la participación social en el marco del programa Pueblos Turísticos. El caso de Carlos Keen”, *Pasos*, vol. 13, (3), pp. 669-680.
- CALLEJO, J. (2001): *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona, Ed. Ariel.
- CAMPOS, A. y LÓPEZ, M. (2006): “Análisis, tratamiento y problemática del paisaje en los conjuntos históricos: el caso de la comunidad autónoma de Murcia, España”, *Scripta Nova*, vol. 10, n° 118.
- CONTI, A. (2013): *Paisajes históricos urbanos: nuevos paradigmas en la conservación urbana*. Conferencia inaugural de las II Jornadas sobre Patrimonio y Desarrollo. Buenos Aires, ICOMOS Argentina.
- CAÑIZARES, M. C. (2014): “Paisajes culturales, ordenación del territorio y reflexiones desde la geografía en España”. *Polígonos. Revista de Geografía*, n° 26, pp. 147-180.
- DE LA CALLE, M. (2002): *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona, Ed. Ariel Turismo.
- DELGADO, B. y GARCÍA, A. (2009): “Una aproximación a los nuevos paisajes de la metápolis en Andalucía”, *Scripta Nova*, vol. XIII, n° 297.
- DÍAZ, P.; SANTANA, A. y RODRÍGUEZ, A.J. (2013): “Destinationimage, image at destination. Methodological aspects”, *Pasos*, vol. 11 (3), pp. 83-95.
- DONAIRE, J.A. (2012): *Turismo cultural. Entre la experiencia y el ritual*. Girona, Vitel-la.
- ESPEJO, C. (2011): “El paisaje como recurso turístico”. En: Cortina A. y Simancas Cruz, M. (Eds.) *Retos y perspectivas de la gestión del paisaje en Canarias*. Tenerife, Universidad Internacional Menéndez Pelayo-Gobierno de Canarias, pp. 437-462.
- FERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, S.; ORTEGA, G. y SALMERÓN, P. (2009): “La gestión del paisaje histórico urbano en Ciudades Patrimonio Mundial. Metodología de análisis, seguimiento y evaluación”. En Fernández, R.; Salmerón, P. y Sanz, N. (Coord.) *El paisaje histórico urbano en las ciudades históricas patrimonio mundial: indicadores para su conservación y gestión*. Sevilla, IAPH, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- FERNÁNDEZ, S. (2011): “La participación pública en la ordenación territorial del paisaje”. En: Cortina, A. y Simancas Cruz, M. (Eds.) *Retos y perspectivas de la gestión del paisaje en Canarias*. Tenerife, Universidad Internacional Menéndez Pelayo- Gobierno de Canarias, pp. 165-180.
- FERNÁNDEZ, A. y KNAFOU, R. (2013): “La Tour Pelli à Séville: la dialectique de la rénovation des paysages urbains et de la conservation du patrimoine”. *Via@, TourismReview*, mis en ligne le 20 mars 2013.
- FERRER, A. (2008): “Paisajes urbanos”. En Busquets, J. y Cortina, A. (Coords.) *Gestión del paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje*. Barcelona, Ed. Ariel.

- GARCÍA, L. (2004): “Agua y turismo. Nuevos usos de los recursos hídricos en la Península Ibérica. Enfoque General”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 37, pp. 239-255.
- GARCÍA, E. (2011): “Conjuntos históricos de Castilla y León. Importantes recursos para el desarrollo integral y sostenible”, *Cuadernos de Turismo*, nº 27, pp. 455-469.
- GIL, J. (1992): “La metodología de investigación mediante grupos de discusión”, *Enseñanza y Teaching: revista interuniversitaria de didáctica*, nº 10-11, pp. 199-214.
- GONZÁLEZ, C. (2015): “Percepción social del patrimonio en los medios de comunicación. Estudio temático 3”. En VV. AA *Guía del paisaje histórico urbano de Sevilla. Documentos de Trabajo*. Sevilla, IAPH. Junta de Andalucía.
- JONES, M. (2007): “The European Landscape Convention and question of public participation”, *Landscape Research*, vol. 32 (5), pp. 613-633.
- JONES, M. y STENSEKE, M. (Eds.) (2011): *The European Landscape Convention. Challenges of Participation*. Londres-Nueva York, Springer, Landscape Series, vol. 13.
- KRUEGER, R.A. (1991): *El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid, Ed. Pirámide.
- MARTÍNEZ, J. (2002): “Valor paisajístico de los espacios libres urbanos”. En Zoido, F. y Venegas, C. (Coords.) *Paisaje y Ordenación del territorio*. Sevilla, Consejería de Obras Públicas, Junta de Andalucía.
- MATA, R. (Dir.) (2014): *Estudio y estrategia de paisaje de Trujillo y su tierra. Directrices paisajísticas para el Plan General Municipal de Trujillo*. Trujillo, Ayuntamiento de Trujillo y Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid.
- MELGAREJO, J.; MARTÍ, P. y MOLINA, E. (Eds.) (2016): *Agua, arquitectura y paisaje en Europa*. Alicante, Publicacions de la Universitat d’Alacant.
- MERCADO, I. et al. (2015): *Proceso de partición social. Catálogo de paisajes de la provincia de Sevilla*. Publicación digital. Sevilla, Centro de Estudios Paisaje y Territorio, Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.
- MÍNGUEZ, M.C. (2013): “La gestión de la oferta turístico-cultural en grandes hitos patrimoniales. El caso de Patrimonio Nacional”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 63, pp. 223-246.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015): *100 paisajes culturales en España*. Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- MOORE-COLYER, R. y DE SCOTT, A. (2005): “What kind of landscape do we want? Past, present and future perspectives”. *Landscape Research*. Vol. 30 (4). 501-523.
- MOYA, A. (2011): *La percepción del paisaje urbano*. Madrid, Ed. Biblioteca Nueva.
- MUÑOZ, F. (2009): “Paisajes ateritoriales, paisajes en huelga”. En Nogué, J. (Coord.). *La construcción social del paisaje*. Madrid, Ed. Biblioteca Nueva.
- NOGUÉ, J. et al. (2010): *Paisatge i participació ciutadana. L'experiència dels catàlegs de paisatge de Catalunya*. Barcelona, Observatori del Paisatge de Catalunya.
- PELLICER, F. (2002): “Ordenación paisajística de espacios fluviales en las ciudades mediterráneas”. En Zoido, F. y Venegas, C. *Paisaje y ordenación del territorio*. Sevilla, Consejería de Obras Públicas, Junta de Andalucía.
- PILLET, F. (2014): “El paisaje literario y su relación con el turismo cultural”, *Cuadernos de Turismo*, nº 33, pp. 297-309.

- PRATS, L. (2011): “La viabilidad turística del patrimonio”, *Pasos*, vol. 9 (2), pp. 249-264.
- PRIEUR, M. y DUROUSSEAU, S. (2006): “Landscape and public participation”. En *Landscape and Sustainable Development. Challenges of the European Landscape Convention*. Strasbourg, Council of European Publishing, pp. 165-207.
- PRIORE, R. (2002): “Derecho al paisaje. Derecho del paisaje”. En Zoido, F. y Venegas, C. *Paisaje y Ordenación del Territorio*. Sevilla, Consejería de Obras Públicas, Junta de Andalucía.
- PRIORE, R. (2009). *No People, No Landscape. La Convenzione europea del paesaggio: luci e ombre nel processo di attuazione in Italia*. Milano, Ed. Franco Angeli.
- PULIDO, J.I. (Coords.) (2013): *Turismo cultural*. Madrid, Ed. Síntesis.
- QVISTRÖM, M. y SALTZMAN, K. (2006): “Exploring landscape dynamics at the edge of the city: spatial plans and everyday places at the inner urban fringe of Malmö, Sweden”, *Landscape Research*, vol. 31 (1), pp. 21-41.
- RUIZ, A. y PULIDO, J.I. (2015): “El impacto del turismo en los Sitios Patrimonio de la Humanidad. Una revisión de las publicaciones científicas de la base de datos Scopus”, *Pasos*, vol. 13 (5), pp. 1247-1264.
- SANTOS, E., FERNÁNDEZ, A. y MUÑOZ, O. (2016): “La incorporación del paisaje a la planificación turística. Análisis de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía”, *Cuadernos de Turismo*, nº 37, pp. 175-202.
- SOLER, P. y ENRIQUE, A.M. (2012): “Reflexión sobre el rigor científico en la investigación cualitativa”, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 18, pp. 879-888.
- SUÁREZ, M. (2005): *El grupo de discusión: una herramienta para la investigación cualitativa*. Barcelona, Laertes.
- TROITIÑO, M.A. (2007): “Estrategias sostenibles en los destinos patrimoniales. De la promoción a la gestión integrada e innovadora”, *Estudios Turísticos*, nº 172-173, pp. 224-232.
- TROITIÑO, M.A., GARCÍA, M. y DE LA CALLE, M. (2011): “Las actividades turístico-recreativas en los Planes de Gestión de los Sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad”, *Cuadernos de Turismo*, nº 27, pp. 907-929.
- VALLES, M.S. (2000): *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid, Ed. Síntesis.
- WATTS, M. y EBBUTT, D. (1987): “More than the sum of the parts: research methods in group interviewing”, *British Educational Research Journal*, vol. 13 (1), pp. 25-34.
- ZÁRATE, A. (2012): “Paisaje, forma y turismo en ciudades históricas”, *Estudios Geográficos*, nº 273, pp. 657-694.
- ZOIDO, F. (2009): “Derechos humanos, territorio y paisaje”. *Coloquio interdisciplinar e internacional “Paysageseuropéens et mondialisation”*, Universidad de París 3 Sorbona. Florencia del 4 al 7 de mayo. Material no publicado.
- ZOIDO, F. (2012): “Paisaje urbano. Aportaciones para la definición de un marco teórico, conceptual y metodológico”. En Delgado, C., Juaristi, J. y Tomé, S. (Eds.), *Ciudades y paisajes urbanos en el siglo XXI*. Santander, Estudio, pp. 13-91.
- ZUKIN, S. (1998): “Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption”, *Urban Studies*, vol. 35 (5-6), pp. 825-839.

ANEXO 1
PRESENTACIÓN DE NOTICIAS ANALIZADAS

| Medio, fecha | Título noticia- Autor | Tratamiento positivo | Tratamiento negativo | Observaciones |
|---------------------|---|---|---|---|
| ABC, 27-9-15 | Sevilla con ojos de turista- E. Barba. | | | Comemorando el día internacional del turismo, formato reportaje. |
| 20 minutos, 30-5-06 | Sevilla "molto bella" pero muy sucia- M. Conde. | Los turistas nos siguen considerando una ciudad maravillosa | Los turistas se quejan de la suciedad, del mal estado de los parques y de las obras. | Formato entrevistas cortas a extranjeros turistas y residentes. |
| ABC, 10-2-13 | El ayuntamiento de Sevilla no multa a los veladores ilegales- A.Lérida. | | Impunidad para los negocios con veladores ilegales. Pasividad de la autoridad local. | Información a partir de respuesta a una queja vecinal al Defensor del Pueblo. |
| ABC, 20-10-14 | El impacto visual de los negocios en la zona Unesco aumenta en Córdoba- B. López. | Estudio que impulsa la redacción de unas ordenanzas de paisaje urbano en Córdoba y un código de buenas prácticas. | El impacto visual más importante lo generan tiendas y negocios de hostelería. Publicidad agresiva, rotulación excesiva e inadecuada, exposición caótica de mercancías, invasión del espacio público. Cableado. Veladores. | Información a partir de un estudio encargado por Junta de Andalucía y Ayuntamiento en el marco de Plan turístico de Grandes Ciudades. |
| ABC, 7-7-15 | El traslado del Bazar Victoria liquida 97 años de paisaje urbano. | El comercio tradicional como parte del paisaje histórico de la ciudad. | Repercusiones de la ley de extinción de los contratos de renta antigua. | Tratamiento nostálgico y relacionado con señas de identidad. |
| ABC, 6-5-15 | Florencia y Sevilla, dos potencias turísticas frente a frente- E. Barba. | Menos masificación, mejores transportes y accesibilidad y mejor movilidad interior, peatonalización, carril bici, diversidad en estilos artísticos. | Excesiva dependencia de la actividad turística, economía desarticulada. | Con motivo de un partido de fútbol se hace una comparación entre ambas ciudades desde el turismo y el paisaje urbano. Fotos espectaculares de ambas ciudades. |
| ABC, 1-8-13 | La feliz tortura de vivir en el barrio de Santa Cruz-A. Lérida. | Privilegio vivir en este barrio... calles angostas, sombrías en verano, peatonales, patrimonio. | La tortura... falta de aparcamientos y accesibilidad, expositores en la vía pública. | Una perspectiva desde los vecinos. |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| <p>Diario de Sevilla, 23-5-14 y 24-9-14.</p> | <p>Urbanismo duplica los ingresos por las tasas de veladores en sólo dos años// La ocupación de la vía pública: el nuevo filón de urbanismo.- C. Navarro.</p> | <p>Describe la normativa sobre horarios, delimitación, número de veladores y situación, sanciones, etc.</p> | <p>Habla de tsunami de veladores. Dificultades para caminar por las aceras (Ej. Mateos Gago, Cuesta del Bacalao o Albarreda). Sostiene que la necesidad de ingresos empuja al Ayuntamiento a otorgar más licencias de ocupación de la vía pública que explican la invasión de este espacio.</p> | <p>Análisis estadístico de ingresos desde 2007.</p> |
| <p>ABC, 3-6-15</p> | <p>Los comercios centenarios que tendrán que mudarse a lo largo de este mes.- M.J. Pereira.</p> | | <p>Cambios de ubicación de comercios tradicionales</p> | <p>No hay referencias al paisaje urbano, se trata con asepsia el tema de las rentas antiguas.</p> |
| <p>Diario de Sevilla, 25-7-15</p> | <p>Se prohíben los rótulos perpendiculares en las fachadas en el casco histórico.- A.S. Ameneiro</p> | <p>Informa de la nueva norma aplicable (26 de abril) para rótulos en fachadas. Recoge la promesa del gobierno municipal de revisar a fondo la normativa de publicidad.</p> | | <p>Se limita a informar de determinaciones de la nueva norma. No hay ningún comentario ni alusión al paisaje urbano.</p> |
| <p>Sevilla Press, 16-10-15</p> | <p>El paisaje urbano de Sevilla pierde palmeras.- J. de Vicente.</p> | <p>Aboga por evitar la pérdida completa de la especie (histórica) en la ciudad.</p> | <p>Incidencia de la enfermedad del picudo rojo (un insecto) en las palmeras de la ciudad.</p> | <p>Vinculación de este elemento con el paisaje urbano</p> |
| <p>Sevilla Press, 20-10-15</p> | <p>Sevilla presenta un paisaje urbano sobrecargado de mobiliario urbano.- J. de Vicente.</p> | <p>Reclama la necesidad de un estudio de flujos.</p> | <p>Habla de invasión del espacio urbano peatonalizado: bancos, papeleras, pérgolas, contenedores, quioscos, carril bici, paneles informativos, veladores, farolas y marquesinas de bus, tranvía y metro.</p> | <p>Vinculación con el paisaje urbano.</p> |
| <p>Diario de Sevilla, 1-4-15</p> | <p>Sevilla, un paisaje que puede mejorar.- L.S.M.</p> | <p>Se hace eco del estudio del IAPH sobre paisaje histórico urbano de Sevilla.</p> | <p>Deficiente mantenimiento de las orillas de la dársena del Guadalquivir; la Torre Pelli y su impacto en el perfil urbano; saturación de tráfico en sectores del casco histórico; Pérdida de autenticidad por el excesivo uso turístico (tiendas souvenir); descuido e infrautilización del patrimonio industrial urbano (Artilería, Estación de Cádiz, fábrica de vidrio...).</p> | |

ANEXO 2
SOBRE LA VALORACIÓN DEL PAISAJE URBANO DE SEVILLA Y SUS PRINCIPALES ELEMENTOS

| ELEMENTOS MENCIONADOS | GRUPO RESIDENTES | | | GRUPO VISITANTES | | |
|-----------------------------------|------------------|--|----------------------------------|------------------|--|---|
| | FRECUENCIA | EN NEGATIVO | EN POSITIVO | FRECUENCIA | EN NEGATIVO | EN POSITIVO |
| Edificios singulares | Alta | Algunos impactos de nuevas construcciones | La rehabilitación y conservación | Alta | Elementos que impiden la visión | Grandiosidad, espectacularidad, buena conservación |
| Fachadas | Media | Algunas intervenciones puntuales por su escasa integración// Intervenciones sólo en fachada. | Identidad cromática | Media | Grafitis | Estilo propio. |
| Trama urbana | Baja | Suciedad | | Alta | Accesibilidad | Identidad: calles estrechas. Contraste espacios patrimoniales |
| Plazas y espacios públicos | Alta | Nuevas plazas poco integradas// Tematización turística. | Peatonalización | Alta | Falta de accesibilidad | Peatonalización. Bicicleta. |
| Pavimentos | Baja | | Mejora general | Baja | | Uso del adoquín y a piedra |
| Acerados | Baja | | Peatonalización | Baja | | |
| Publicidad exenta | Baja | | | Media | Elementos que obstaculizan la visión y el paso | |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|------|--|----------------------------------|-------|---|--|
| Señalización | Baja | | | Baja | Duplicidad y confusión | Itinerarios a pie señalizados |
| Publicidad en fachadas | Baja | | | Baja | | Elementos identitarios en comercio tradicional. |
| Terrazas y veladores | Alta | Excesivas puntualmente/ Poco integradas/ No cumplen la normativa | Base económica | Media | | Agradables, muy valoradas por mercado europeo. |
| Jardines- Arbolado | Baja | Conservación, pérdida de arbolado/ Falta de interpretación | | Alta | Algunos espacios desprovistos de sombra. | Sorpresa por su gran presencia. Buena conservación, jardines históricos. |
| Aglomeración personas | Alta | Incomodidad, turistificación. | Base económica | Baja | Sólo alguna mención a la inadecuación de los horarios | |
| Ubicación- escenario- perfil | Alta | Torre Pelli. | Pervivencia del perfil histórico | Baja | | Se valora positivamente el efecto mirador de Mtrosoil-parasol. |

