

Patrimonio material e inmaterial: del concepto de paisaje cultural al producto turístico

António dos Santos Queirós

Centro de Filosofia. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Alameda da Universidade

1600-214 Lisboa

Portugal

adsqueiros@gmail.com

Resumen

Constituye propósito del ensayo investigar y demostrar cual es la base científica, económica y política la cual torna imperativo conectar la estrategia del planeamiento, organización y gestión del turismo moderno, con el desarrollo sostenible.

En tesis iremos defender que lo que constituye recurso potenciador de los productos turísticos es el paisaje cultural, ya sea rural o urbano. Su lectura y interpretación constituyen la base de la creación del producto turístico y su primera metamorfosis del valor.

Son la ecología del paisaje (patrimonio material) y su metafísica (patrimonio inmaterial), que constituyen la esencia del recurso turístico, pero el paisaje solamente se convierte en producto turístico gracias a su interpretación, lectura y disfrute, añadiendo un nuevo valor cultural y económico al acto de visitar y disfrutar a los patrimonios.

Esta conexión estratégica conduce a integrar la política de salvaguarda de los patrimonios con el desarrollo de las 7 Cadenas de Valor de la economía del turismo, y al estudio paralelo de las categorías estéticas y morales del paisaje (en el marco de las Éticas Ambientales y del Código Mundial de la Ética del Turismo) y su apropiación por las distintas capas de la clase media que constituyen el cuerpo central del público que conforma los destinos del turismo actual, ya configurados para el paradigma emergente del Turismo Ambiental_ Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza y Turismo En Espacio Rural...

Palabras Clave: Paisaje. Patrimonio. Valor. Ecología. Metafísica. Ambiente. Ética.

Material and immaterial heritage: from the concept of cultural landscape to the tourist product

Abstract

The purpose of this essay is to research and to discovery the scientific, economic and political basis connecting strategy planning, organization and management of modern tourism with sustainable development.

The fundamental thesis that will be analyzed is about the potential of the cultural landscape, rural or urban landscapes, to transform resources on products of tourism. And how reading and interpretation of cultural landscape could be the basis to create products of environmental tourism and to make the first metamorphosis of the value.

They are the ecology of the landscape (material heritage) and the metaphysics of landscape (immaterial heritage), which constitute the essence of the resource of tourism, but the landscape only becomes a product of tourism, if could read, interpreted and enjoyed by tourists, adding a new cultural value a new and economic value to the visitants and tourists.

That strategic connection requests the integration of the policy of safeguarding of heritage with the development of the 7 Chains of Value of the tourism economy and needs to study in parallel the aesthetic and moral categories of landscape (in the framework of environmental ethics and Global Code of Ethics for Tourism). And also promote its appropriation by the different levels of the middle class, who are the core of the public who set the tourism destinations, already configured for the emerging paradigm of Environmental Tourism_ Cultural Tourism, Tourism of Nature and Tourism in Rural Areas...

Keywords: Landscape. Heritage. Value. Ecology. Metaphysics. Environment. Ethics.

1. INTRODUÇÃO À ÉTICA DO TURISMO

For approximately a quarter of a century, moral reflection has turned to a new object: the environment (Larrère, 2007) .

Si tomamos la definición de ecoturismo de l'*International Ecotourism Society*, ecoturismo es “*Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people*” (TIES, 1990), podemos concluir que este concepto se refiere no sólo a un segmento del turismo, turismo de naturaleza, pero es un modelo de desarrollo alternativo (Ziffer, 1989), basado en la filosofía de la naturaleza y en las nuevas éticas ambientales. Analizaremos adelante lo que consideramos los problemas, limitaciones y las deficiencias del Código Ético Mundial para el Turismo adoptado por la Asamblea General de la OMC en 1999 y dos años más tarde por las Naciones Unidas, destacando que animó a los agentes de turismo para implementarlo pero no le concedió un carácter obligatorio.

La mayoría de los autores están de acuerdo que esta área sigue siendo subdesarrollada en cuanto a los estudios académicos (Tribe, 2009) y de hecho, es sorprendente que se conserve subalternada como un campo de investigación fundamental en el área del turismo. (Fennell, 2009).

Empecemos por reproducir, resumir y comentar el Código Ético Mundial para el Turismo, muy poco estudiado y pocas veces leído, utilizando el texto adoptado por la Organización Mundial del Turismo_ OMT.

1.1 Código Ético Mundial para el Turismo

“Aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento dos años después por las Naciones Unidas alentó explícitamente a la OMT a promover el cumplimiento real de sus disposiciones. Aunque el Código no es jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria a través de su reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo, al que las partes pueden remitir cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento.

Los diez principios del Código cubren los componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo:

- Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades
- Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo
- Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible
- Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad
- Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino
- Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Artículo 7: Derecho al turismo

Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo”

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades

“La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.”

.../..

Comentario:

La sociedad moderna reconoció la importancia y utilidad de la nueva filosofía de la naturaleza y a sus prácticas de ética, en el marco de la crisis ambiental, con la realización de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente, Estocolmo, 1972. Fueron sus resoluciones y principios a hacer la primera vez la sistemática de los *principios* de la conservación del medio ambiente, no en el sentido de rigor filosófico del concepto, sino en su uso más común, determinantes de la evolución de las conferencias siguientes y que alcanzaran finalmente el campo del turismo. Pero en realidad tenemos que preguntarnos por qué tardó 27 años la adopción del primer Código Ético Mundial para el Turismo. La controversia académica en l' área del turismo no ha sido plantada con base en los nuevos conceptos de la filosofía ambiental sino con base en su aplicación a la política para enfrentar la crisis medioambiental, problema que estas conferencias reconocieran como de importancia universal y, por lo tanto, de relevancia para el turismo. Sólo en 2002, en la Conferencia de Johannesburgo, el turismo surge con una recomendación autónoma, tras la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en la ciudad de Quebec, entre el 19 y 22 de mayo de 2002 y donde se origina la "Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo".

De la primera Conferencia celebrada en Estocolmo emerge el principio de la "casa común" "... el hombre tiene dos patrias, la suya y el planeta tierra", el principio de "la comunidad y solidaridad planetaria", fundadores de un nuevo orden (ética) y el principio de "la defensa la vida y la biodiversidad planetarias".

Estos principios establecen una primera demarcación con la visión cultural y política de etnocentrismo. La crítica del etnocentrismo tiene como postulado: "el etnocentrismo es una actitud emocionalmente condicionada que hace considerar y juzgar otras sociedades siguiendo los criterios originados por su propia cultura. Es fácil ver que esta actitud lleva al desprecio y el odio de todas las especies de la vida que son diferentes de la del observador (Días, 1961)."

La crítica del etnocentrismo conduce no sólo al respeto de todas las culturas y de todas las formas de expresión cultural, académicas o populares, pero también rechaza cualquier noción de superioridad de un modelo social, raza o grupo étnico.

En este sentido se amplía el concepto de productos de turismo cultural además de los museos más importantes, de las obras maestras y del patrimonio clásico.

El principio filosófico y ético de la crítica del etnocentrismo se aplica directamente a los contenidos del código Global de Ética para el Turismo, en particular el Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades, Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo y Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

.../...

Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

.../...

Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre.

.../...

El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

Comentario

La crítica filosófica al antropocentrismo pone en entredicho la visión religiosa que concede al hombre, el estatuto de criatura elegida por Dios para presidir a la creación divina, para tomar posesión de la naturaleza para sus propósitos, sin ningún límite o restricción y otorga la primacía del crecimiento económico sobre el desarrollo sostenible.

Los principios de la Conferencia de Estocolmo, que emanan de la crítica del antropocentrismo, son transferidos directamente a las normas del Código Ético Mundial para el Turismo Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible, Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad y Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

El Código prescribe una política integrada de conservación de la naturaleza y del patrimonio cultural, y aun determina que esta política conservacionista debe prevalecer sobre los impactos ambientales negativos del turismo, en consonancia con la crítica del antropocentrismo:

“...Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.”

En este punto medio del ensayo, parece haber una convergencia perfecta entre la Conferencia de Estocolmo y el Código Ético Mundial para el Turismo, en un contexto en que surgen dos paradigmas diferentes en el mercado turístico: el ecoturismo y la visión hedonista inspirada en filósofos como Jeremy Bentham, lo cual identifica el perfil del turista contemporáneo con la busca buscando del placer y libertad personal.

La crítica al antropocentrismo: ampliar el concepto de comunidad

Pero mientras tanto, surgió una nueva perspectiva ética, teniendo como uno de los referentes fundamentales de la reflexión sobre la ética de la tierra de Aldo Leopold:

“All ethics are based on a premise: that the individual is a member of an interdependent community ...The land ethics simply enlarges the boundaries of the community to include soils, water, plants, and animals, or, collectively: the land (Leopold, 1947)”.

Y el riesgo de conflicto potencial entre la filosofía ambiental y el Código Ético Mundial para el Turismo fue ampliado con la aparición de una nueva corriente ética: La

Ética Animal. Que pone el problema de los animales ser tratados como sujetos del "derecho".

¿En definitiva, porque decimos que el Código no se fundamenta en la filosofía ambiental y en la ética ambiental? La perspectiva de la ética ambiental es sistémica, el hombre ya no está en el centro de su concepto de valor moral, como señor absoluto y arbitrario de la naturaleza. Según la perspectiva de la ética ambiental, cada actividad humana, incluyendo la actividad turística, debe subordinarse al respeto y cuidado de la "comunidad biótica y abiótica," a los principios de la Ética de la Tierra y de la Ética Animal con sus valores morales y estéticos.

Y es que los principios establecidos por el Código y sus relaciones con la crítica de la filosofía ambientalista al antropocentrismo y etnocentrismo, de poco valen si tienen solamente carácter genérico y no imperativo.”

En este punto, se debe hacer otra advertencia: el radicalismo de algunos defensores de la naturaleza que invocan la autoridad de la ética y de las ciencias ambientales, debe ser confrontado con el pensamiento de filósofos ambientales, que debe ser estudiado desde sus obras originales. Eso es lo que haremos en el próximo comentario.

Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

“.../...

Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de sus propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.

Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.”

Comentario

El Código subraya que

“... La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.”

Y la contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades, en una línea de crítica del etnocentrismo

“La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.” (Artículo 1º)

Pero ¿por qué, entonces nuestras dudas y reserva se, finalmente (en el 2017, véase el comentario sobre el artículo 10), el Código se convirtió en imperativo y en derecho internacional? Porque su texto no sufrió ningún cambio y su inspiración en la filosofía ambiental y en la ética ambiental no son explícitos.

Ética y turismo. La perspectiva filosófica

Suponiendo que el lector de los temas del turismo no está familiarizado con el pensamiento ambiental y la reflexión de la filosofía ambiental, es necesario introducir en el análisis algunas referencias filosóficas y una breve reseña sobre la nueva visión de las relaciones entre naturaleza y cultura en la óptica de la filosofía ambiental.

Algunos autores implicados en la investigación sobre ética y Turismo proponen tres paradigmas con particular relevancia a este tema:

“...the Aristotelian paradigm of virtue ethics, eudaimonia; the Kantian paradigm of the categorical imperative respect for the person and the paradigm of the utilitarian ethics considering the greatest good” (Jamal and Menzel 2011).

Esta perspectiva científica y ética continúa siendo exclusivamente humanista.

En el libro *The Imperative of Responsibility. In Search of an Ethics for the Technological Age* el autor, judío alemán emigrado a Canadá y Estados Unidos, dado la tremenda influencia de la técnica moderna sobre la naturaleza, formula un nuevo imperativo categórico para la acción del hombre, más allá del imperativo kantiano de conformar los actos del individuo con el principio de una ley universal. Y dibuja un nuevo marco ético que resulta de la necesidad de establecer la conducta humana dentro de los límites que salvaguardan la continuidad de la vida y su diversidad: *“Act so that the effects of your action are compatible with the permanence of genuine human life* (Jonas, 1979 Según este principio ético estamos en lo límite del humanismo, pero no cruzamos aun la frontera del antropocentrismo.

En este contexto, ¿cuál es la mejor manera (ambientalmente y éticamente correcta) para implementar el Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo”

El debate sobre el ecoturismo ha sido un relevante punto de partida para la reflexión sobre la relación entre el turismo y la nueva ética, pero también corre el riesgo de lo reducir

y abusar. Necesita ser desarrollado en el marco de la filosofía de la naturaleza y de filosofía ambiental y de las suyas éticas.

Retomando las cuestiones capitales de la obra de Espinosa en el advenimiento de la modernidad, cómo pensar la explicación racional de la existencia del hombre y del universo, como adecuar el pensamiento filosófico à la razón de ser de todo lo que existe y cómo transformar la vida espiritual ¿ en pleno entendimiento y sereno disfrute de la vida hasta el fin?

La filosofía de la naturaleza y la filosofía del medio ambiente hizo posible construir una nueva ontología crítica del antropocentrismo, una nueva epistemología, fundado en la crítica del etnocentrismo y una nueva ética, como teoría moral del valor universal y contenido práctico aplicable a todos los dominios sociales. Esta es la opinión del autor responsable contra la opinión prevaleciente en el campo de la filosofía, que considera que el foro de ética de la conciencia individual y por lo tanto no puede tener valor universal!

Como en la filosofía de Espinosa y después los filósofos ambientalistas, el impulso fundamental de la filosofía ambiental fueran los problemas éticos y son los problemas morales.

El esfuerzo por distinguir los conceptos de ética y moral, ética normativa (Qué debo hacer?) del concepto filosófico o *meta-ethics* (Qué es la naturaleza del bien), no es simple. Si la ética normativa es lo que la gente común entiende por "ética" y *meta-ethics* (meta ética) puede ser lo que para el sentido común significa la moralidad...esta visión conjunta se queda en el marco de la visión antropocéntrica de estos problemas. Todavía, la verdad es que en el último siglo la reflexión moral se reorientó para un nuevo foco, el medio ambiente.

La ética ambiental se desarrolló en dos ramas principales: *Biocentrism*, una teoría universal sobre el valor moral intrínseco de todos los seres, que por lo tanto, requieren el nuestro respeto. Y la ética de la comunidad biótica, el *Ecocentrism*:...”*how Nature can be a community of which we are members, and in within which it is possible for us to conduct ourselves well.* (Leopold, 1947)... pero también la *deep ecology* (ecología radical) y así sucesivamente.

La ética ambiental, en nuestra visión filosófica, está apoyada en dos principios _ la crítica del antropocentrismo y la crítica del etnocentrismo. Es su finalidad dar una respuesta universal a los problemas fundamentales de nuestro tiempo: la crisis ambiental, social, económico y político, que es representada por lo amenaza que plantea la guerra nuclear y las armas de destrucción masiva; es también su finalidad contribuir a cambiar la forma de las actividades humanas insostenibles, en todas las áreas; tal fue el caso de la bioética en el campo de la salud y, más tarde, la ciencia y la política y por último, en el turismo.

La moral, en nuestra perspectiva filosófica, es siempre una expresión y representación determinadas por el contexto histórico y la dominación social, lo que le concede un carácter sectario. Necesitamos de una teoría moral que pueda venir a ser universal y atemporal (diseñado en el presente y en el futuro), capaces de orientar la

conducta individual, la ciencia y las ideologías políticas, pero que no considere el hombre como el producto final de la evolución de la vida..

La biodiversidad de la Vida con la Vida Humana, sólo representa la cumbre actual de la evolución compleja del Cosmos, pero no sabemos si nuestra especie, nacida en la Tierra, representa el enlace final de la evolución cosmológica. Así el imperativo ético para preservar la vida y no sólo el hombre y conservar la Vida antes del Hombre y la Tierra, cuna de la vida cósmica y por ahora la única cuna, debe ganar moral fuerza en las sociedades humanas.

El Hombre es depredador y creador de nuevos biotopos y siendo en la actualidad la forma más compleja de la vida, su extinción podría bloquear la expansión de la diversidad, para qué y en esta perspectiva el Humanismo moral regresa al centro de la filosofía ambiental y de ética ambiental.¹

Para buscar una respuesta a estas cuestiones, nació una nueva perspectiva ética, una teoría construida sobre los principios (meta-ética, que definen la naturaleza del bien), aplicable a todas las actividades humanas (las éticas prácticas que configuran la moral social y las deontologías), incluyendo las actividades turísticas.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

.../...

Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales.

.../...

Comentario

El debate sobre ecoturismo

Discutimos el tema de ecoturismo para plantear nuevas cuestiones acerca de la relación del turismo moderno con la nueva filosofía ambiental su ética: ecoturismo respecta a la conservación de las “áreas naturales” y también cómo proporcionar el bienestar de las

¹ Es este imperativo ético que reintegra al hombre en la naturaleza sin estado de dominio que la *deep ecology* y los radicales desprecian.

comunidades locales. Pero, ¿cuál es la definición de las “áreas naturales”? Los conceptos fundamentales de la "cultura", "naturaleza" y incluso "paisaje", están lejos de ser neutrales objetos neutrales del estudio científico. Son construcciones académicas que necesitan ser entendidos en su ascenso a lo largo de diferentes contextos históricos y pueden tener varios significados, incluso para los eruditos y los científicos.

Así que, antes de entrar en el corazón de la discusión, debemos establecer con precisión los conceptos especialmente los procedentes de la filosofía y comenzaron a aplicarse en el campo del turismo.

En el sentido común del lenguaje, como en la publicidad turística y incluso en la literatura académica, los dos conceptos, la naturaleza y el medio ambiente, se utilizan como sinónimos o equivalentes. Aplicado a un destino turístico y al paisaje, sobre todo al paisaje de las regiones rurales, el paisaje es clasificado como "paisaje natural". Todavía, la filosofía moderna, particularmente la filosofía de la naturaleza y del medio ambiente, distingue el concepto de la naturaleza del concepto de medio ambiente; hablando de forma simples, el concepto de ambiente significa naturaleza + cultura y reintegra al hombre como un elemento de la naturaleza sin ningún situación de privilegio o de dominio. Como resultado, prácticamente todos los paisajes, incluso los más remotos, son percibidos como paisajes humanizados, eso es “paisajes culturales”, transformados por la migración de nuestra especie a todas las regiones del mundo.

Una segunda confusión muy común es la identificación de los conceptos de ética y la moral. Vamos a ver cómo la literatura académica define ética:

“Ethics is de rules de standards and principles that dictate right, good, and authentic conduct among members of society and profession.” (Fennell & Malloy, 2007 ; Fennell, 2009: 213).

Esta es una definición que asocia el concepto de ética al su campo de acción moral. Por nuestra parte, nos pareció necesario separar el concepto de ética, situado en el dominio de los principios, del concepto de moralidad, que es del dominio de las reglas sociales. Esto no significa que la ética, incluyendo el ética ambiental no puede transformarse en éticas prácticas. Bien. al contrario, el nacimiento de la Bioética, hace medio siglo, es el resultado de la aplicación a las Ciencias de la Vida de los principios de la ética ambiental.

Un tercer vaguedad conceptual combina el concepto de ética y deontología; parece que la definición de ética anteriormente citada (Fennell & Malloy, 2007) se aplica mejor al concepto de deontología, siendo que el concepto de deontología incluye necesariamente los fundamentos científicos y técnicos de la actividad turística, determinados por criterios morales y jurídicos.

La literatura académica sobre ética y turismo se ha centrado en el debate sobre el concepto de "ecoturismo". Sin embargo, incluso este tema ocupa sólo una pequeña parte de la investigación, como dice David Fennell (Ethics and Tourism, 2011).

Miremos otra vez la definición de ecoturismo de *I'International Ecotourism Society*, “*Ecotourism is Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people* (TIES, 1990), (Ziffer, “*Ecotourism: Potentials and Pitfalls*”, 1989) y enunciemos sus principios:

“Ecotourism is about uniting conservation, communities, and sustainable travel. This means that those who implement and participate in ecotourism activities should follow the following ecotourism principles:

- Minimize impact.*
- Build environmental and cultural awareness and respect.*
- Provide positive experiences for both visitors and hosts.*
- Provide direct financial benefits for conservation.*
- Provide financial benefits and empowerment for local people.*
- Raise sensitivity to host countries' political, environmental, and social climate.”*

El calor de la controversia ha llevado a algunos autores a argumentar en contra de la ética del turismo (Butcher, 2009), destacando sobre todo las contradicciones entre turismo masivo y ecoturismo destinado a pequeños nichos de clientes, teniendo en cuenta su limitada dimensión económica y que no satisface las necesidades del mercado.

En nuestra perspectiva el debate sobre la relación entre el turismo y la ética no puede reducirse a la controversia sobre el ecoturismo, que se presenta como una reacción a los impactos negativos que el modelo tradicional del sol y playa y ocio en los hoteles provocó en el paisaje cultural y sus patrimonios.

Este modelo, justificado por la identificación del perfil del turista contemporáneo, con la búsqueda de la libertad y el placer (Butcher, 2009), corresponde a la visión hedonista de los escritos de filósofos como Jeremy Benthan, sin embargo sufrió en las últimas décadas un amplio y profundo cambio y una vasta diversificación, que ha llevado a la aparición de nuevos paradigmas y a su coexistencia en diferentes mercados.

Pero, como hemos intentado poner de relieve anteriormente, mismo para los que reconocen el cambio de modelo, no se toma completamente como perspectiva la aparición de la ética ambiental, fundada en los principios de la crítica del antropocentrismo y del etnocentrismo, aunque estos principios han influido indirectamente a los principales artículos del Código Mundial de la Ética para el Turismo.

En paralelo con el concepto de ecoturismo se ha desarrollado el concepto de turismo justo” (*just tourism*), desde las obras de autores como Hultsman de (1995), en este caso bajo una clara influencia de uno de los trabajos fundadores de la Ética de la Tierra, *A Sand Count Almanaque*, de Aldo Leopold, también que ha inspirado también la primera teorización de la bioética. Pero, para no sobrecargar a la nuestra narrativa y por qué es otro ámbito crítico del ensayo, dejamos al lector interesado el intento de comparar el concepto de ecoturismo y turismo justo.

El territorio, en la óptica del turismo. *Terroir* y el paisaje cultural

Recordemos el pensamiento histórico de los paisajistas:

“Es hora de afirmar que si la ciudad es esencial para la organización de la sociedad y el progreso de la humanidad, si la industria ha contribuido en gran medida para hacer la vida más fácil y darle comodidad. Es del paisaje rural que depende la supervivencia de la humanidad, porque ella es con el mar, la única fuente de alimento, la única fuente de agua potable y el último soporte de actividad biológica autónoma y equilibrada, esencial para la continuación de la vida en la tierra. Así que la actividad de la Sociedad Rural es la única que sigue siendo obligatoria, el resto es opcional, quiere la sociedad urbano-industrial se dé cuenta o no de este hecho.” (Cabral, 1961)

Y así entramos en el gran tema que dio título a este ensayo: en nuestro tiempo, prácticamente todo el paisaje es paisaje humanizado, cultural, concepto que la cultura francesa llama *terroir* y que se aplica no sólo a los viñedos sino a todo el paisaje humanizado por el trabajo humano. Y hasta los más remotos y salvajes paisajes sufren indirectamente la acción antrópica.

Esta concepción científica, mientras que conduce a una filosofía nacida de la observación y lectura del paisaje y a la síntesis de la Tierra y del Hombre, que habita y transforma el paisaje (lo que llamamos 'paisaje cultural'), pero al mismo tiempo la amenaza rebajar o destruir, justifica la necesidad de la ética ambiental y, específicamente, de una ética para el turismo.

La Ética Ambiental no es exclusiva de los filósofos, la cultura campesina integra empíricamente una ética de la tierra y una ética animal y se basa, en nuestra perspectiva, en los mismos dos principios comunes a los filósofos ambientales:

La crítica del antropocentrismo. El hombre no puede disponer de la naturaleza como si fuera su creador y transformar a las cosas y seres en mercancías. Ni el ser humano ni la comunidad humana va a sobrevivir. La crisis financiera es la otra cara de la crisis ambiental. La moneda es el contemporáneo sistema capitalista (pero también el socialismo de mercado sin control ecológico) dominado por la irracionalidad del sistema financiero y de su modo de producción de máximo beneficio.

La crítica del etnocentrismo. No hay culturas superiores y inferiores, todas pertenecen a la misma rama del árbol de la cultura humana.

Tomemos como ejemplo el prejuicio actual de la superioridad de la cultura urbana sobre la cultura del mundo rural, recordando el antropólogo Jorge Díaz y sus "Estudios de Antropología, volumen I, etnografía como ciencia", donde se plantea el riesgo de ruptura cultural y la desaparición del patrimonio rural dado el predominio en la cultura contemporánea del elemento dinámico, como un producto de la revolución científico y técnica y de la comunicación, en paralelo con una actitud de desprecio por las "formas de vida rústica" de las elites de los países esencialmente agrícola. (Días, 1961)

El mundo rural es hoy la principal fuente de agua potable y alimentación saludable, en conjunto con el territorio de los océanos; el mundo rural, con sus bosques, pastos y campos agrícolas, desempeña una función esencial en la purificación del aire y como sumidero del carbono, en que se está abriendo un nuevo mercado de energía para la compra de créditos de carbono; y es el recurso base del nuevo paradigma de turismo ambiental: ofrece, junto con el mar, la principal reserva ambiental contra el calentamiento global y constituir un activo estratégico contra el desempleo y el empobrecimiento, se constituyendo como uno de los pilares de la defensa, seguridad y soberanía nacionales.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

.../...

En cuanto de ellos dependa, los profesionales del turismo contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.

.../...

Artículo 7: Derecho al turismo

.../...

El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

.../...

Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico

.../...

Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

.../...

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

.../...

Los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.

Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificaciones necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de conformidad con la legislación nacional vigente. Se reconocerá a los empresarios y a los inversores –especialmente en el

ámbito de la pequeña y mediana empresa– el libre acceso al sector turístico con el mínimo de restricciones legales o administrativas.

Las empresas multinacionales del sector turístico, factor insustituible de solidaridad en el desarrollo y de dinamismo en los intercambios internacionales, no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar. Evitarán convertirse en transmisoras de modelos culturales y sociales que se impongan artificialmente a las comunidades receptoras.

.../...

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo”

.../...

Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar el de la Organización Mundial del Turismo, y de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional.

Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o a la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo a un tercer organismo imparcial, denominado Comité Mundial de Ética del Turismo, con fines de conciliación.

Comentario:

Después de haber sido aprobado por unanimidad por la Asamblea General de la Organización Mundial del turismo (OMT), realizada en Santiago de Chile, en octubre de 1999, veintisiete años después de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente celebrada en Estocolmo (1972), que representa el reconocimiento mundial de la crisis ambiental y el establecimiento de los principios ético-político que deben conducir a un cambio de paradigma del desarrollo y de la economía, y sin embargo ningún imperativo y carácter obligatorio, el Código ha adquirido el estado de Convención Internacional solamente en 2017:

“The member States of the World Tourism Organization (UNWTO) approved today a historical document - the UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics. The Convention, approved at the 22nd UNWTO General Assembly transforms the Code of Ethics for Tourism into an international convention, the first in the life of the Organization. Madrid, Spain, 15 September 2017.”

El imperativo ético ambiental lego mucho en atraso a los responsable de la actividad turística.

2. Paisaje cultural: Ecología del paisaje e metafísica del paisaje

El concepto de medio ambiente es forjado y adquiere una connotación "moderna" cuando deja de significar solamente la conservación de la naturaleza y la oposición de la ciudad con el mundo rural, y fue enriquecido con nuevos significados que contienen valores connotativos del despertar social frente a los peligros de la industrialización y urbanización pero también la respuesta cívica a los problemas de salud pública y de la supervivencia de la humanidad por la contaminación generalizada y la destrucción de los recursos naturales, sin embargo en una perspectiva antropocéntrica.

Incorpora, progresivamente, una dimensión científica plural, no sólo aquella que tiene origen en la ecología tradicional, una ciencia de la relación de los seres con el medio ambiente, sino también una amplia gama de otros dominios científicos, la geografía y la historia cuando estudian la humanización de grandes cuadros naturales, la biología que revela la importancia de la diversidad de los seres vivos, la geología que conduce al reconocimiento de las condiciones paleo ambientales las cuales generaran los ciclos de extinción y de expansión de la biodiversidad, las matemáticas al crear modelos de evaluación y gestión de los sistemas ecológicos, la física y la química implicada en el análisis de los fenómenos de contaminación y el cambio climática... al mismo tiempo que se refiere a la necesidad de evaluar nuestro modo de crecimiento en los planes de la ética y de la moral.

Hablamos sobre la nueva visión del paisaje, multidisciplinario e interdisciplinario, que es al mismo tiempo una herramienta de su hermenéutica y una categoría en el campo de la filosofía de la naturaleza, que así conceptuamos:

Ecología del paisaje (humanizado). Entiendo que, en nuestra definición, es una visión estructural y sistémica, que abarca los grandes cuadros naturales, caracterizados y distinguidos por los distintos dominios de la ciencia _ que van de las Ciencias Exactas a las Ciencias Ambientales; quiere también por el trabajo del hombre agricultor, pastor y arquitecto de paisaje. Y por lo tanto, también la necesidad de recurrir a la competencia de las Ciencias Históricas y de las Humanidades.

De hecho y como señalamos anteriormente, la expansión de la especie humana en todas las regiones del mundo y su adaptación a la diversidad de hábitats más salvajes, en paralelo con la creciente universalización y globalización de la acción antrópica, en creciendo en la Edad moderna, crearan una nueva relación de la humanidad con la naturaleza: de aquí en adelante, dejar de existir los cuadros naturales puros, todo el paisaje se convierte, directa o indirectamente, por la actividad humana. Por lo tanto, los conocimientos físicos y científicos del paisaje humanitario configuran la ecología del paisaje.

Y de ahora en adelante usaremos solamente el concepto de "paisaje", entendido como marco natural humanizado por el esfuerzo humano (trabajo).

Recordemos la reflexión de Francisco Caldeira Cabral² en el ámbito de la definición del objetivo y la misión de la arquitectura del paisaje:

"...su objeto es el paisaje humanizado, es decir, aquel que el hombre ha modelado para satisfacer sus necesidades primarias. Esto significa que su acción tiene por fin el hombre en toda su complejidad, material y espiritual, para la cual busca encontrar la satisfacción de los fines materiales, pero sin olvidar aspectos de orden, belleza y equilibrio. Aspira realizar una síntesis de las aspiraciones humanas en este mundo, y por eso es un arte, una de las Bellas Artes." (Cabral, 1956)

Más adelante, Caldeira Cabral conclui:

"En los países de la vieja Europa ya nada queda de la naturaleza virgen. Aquí la intervención del arquitecto de paisaje, que defendiendo la naturaleza defiende al hombre, es no sólo necesario sino imprescindible." (Cabral, 1956)

Después de desarrollar sus metodologías de cooperación y trabajo, multidisciplinarios y interdisciplinarios, combinando arte, ciencia y tecnología, los trabajadores y los agricultores, la ecología y biología con las ciencias físico-matemáticas, historia y estética, de todos modos, cita a Santo Tomás, (paisajismo es) "una arte que colabora con la naturaleza".

Pero la interpretación del paisaje, en la perspectiva de la filosofía de la naturaleza y del medio ambiente, estaría incompleta sin el uso de otra categoría, que se define como: Metafísica del paisaje, que es del dominio de la "espiritualidad", del "alma" de las cosas, de las categorías, las emociones y sentimientos estéticos de "bello" y "hermoso", o "sublime", "maravilloso" y "misterioso", del "monumental", del "dramático", "épico" y "trágico".³

La metafísica del paisaje permite recorrer al ensayo y también al texto poético, pero también las artes visuales, especialmente la pintura, para leer, interpretar y disfrutar del paisaje.. El disfrute del paisaje puede ser mediatizado por el arte literario y por las bellas artes, sino también por la nueva galaxia de comunicación multimedia.

De todos modos, no es suficiente reconocer la metafísica del paisaje, porque es necesaria la experiencia y la intervención del sujeto (comunidad de artistas individuales o colectivos, sujeto etnográfico o natural, o nuestro sujeto turístico) para leer, interpretar y recrear lo que en este concepto es expresado por distintas ciencias y las Humanidades.

Y porque el paisaje en sí mismo, en su dinámica evolutiva y su relación con el hombre, representa más que la suma de la naturaleza y de su humanización cultural, tiene

² Francisco Caldeira Cabral es el fundador de la arquitectura del paisaje en Portugal y ha sido presidente de la Asociación Mundial de los Arquitectos del Paisaje.

³ Para conocer el contenido conceptual de estas categorías, consulte: Queirós, A (2015). *Cultural tourism and the new economy of heritage. International Journal of Scientific Management and Tourism*. iManagement and Tourism. Vol. 1-2. Córdoba, Spain, (pp. 229-251)

una tercera dimensión donde están vinculados la ecología y metafísica, elemento categorial que titulamos como "trascendencia del paisaje" y es intrínseco a cada autor o viajero, que resulta de la creación artística y de otras obras del espíritu, pero también y de los distintos afecto del individuo, de la comunidad y aún de la nación y se expresa a través de la creación de objetos culturales, eruditos y populares y de la evolución del espíritu humano en su subjetividad individual e imaginario colectivo...

Sin embargo, en su aplicación al estudio del Corpus de la actividad turística y de actividad del turismo, nos centraremos sólo en los conceptos de "paisaje", de la "ecología del paisaje" y del "metafísica del paisaje", porque son los que mejor se adapten a su hermenéutica.

Categorías Paraestéticas

Tomando como ejemplo el paisaje de la Serra da Estrela (Portugal), allí referenciamos un conjunto de categorías que llamamos paraestéticas, con un valor moral intrínseco:

"El único", la Torre, con su panorámica en la cresta de la montaña, corona de nieve. Definimos este concepto como susceptible de expresar los atributos del paisaje exclusivos de un lugar.

"El singular", como la Cabeza de la Vieja y su entorno en la media montaña, forma antropomorfa de la erosión del granito. Delimitamos es concepto como poseyendo atributos bastante común, pero con una identidad formal distinta en cuanto objeto del paisaje, pues existe también la Cabeza del Faraón, la Cabeza del Viejo, etc...

"El auténtico", como el dolmen de Cortiçô y su arquitectura simbólica. Concepto que significa la mantenida de los atributos de la construcción y contexto paisajista originales. Tales son sus pilares de granito de diversos tipos, de grano fino, pero también pórfido, que materiales que no se cogerán en el entorno, testigo del esfuerzo épico de sus constructores, del trabajo colectivo de los primeros agricultores y pastores; lugar mágico, que parece orientado al ciclo diurno del sol y de representar simbólicamente la vida y la muerte en los solsticios de verano y invierno.

"O genuíno" e o "raro", objetos e detalhes da paisagem humanizada, que no seu processo de evolução tendem para o desaparecimento ou corrupção, aqui expresso pela figura e obra de Mateus Miragaia, o último ferreiro do Jarmelo, fabricante das tesouras de tosquia da lã da Estrela, a sua oficina e as marcas do seu trabalho em toda a paisagem rural da aldeia do Jarmelo. E diferenciá-las das Categorias para-estéticas paisagistas (sistémicas).

"El genuino " y "El raro", objetos y detalles del paisaje humanizado, que en su proceso de evolución tienden a la desaparición o corrupción, pero persisten conservando muchos de los atributos primitivos. Aquí representados por la figura, taller y obra de Mateus Miragaia, y sus marcas en el poblado de Jarmelo, el último herrero fabricante de la tijera de esquilar la lana.

Otro tipo de categorías paraestéticas se diferencian por diversos sistemas de paisajes.

Enunciemos algunas de estas categorías paraestéticas sistémicas:

"El mosaico agro-forestal-pastoral", que es una visión del paisaje, multidisciplinario y interdisciplinario, sistémica, material y espiritual, del paisaje humanizado (cultural) o *terroir*, el bosque de protección de las cumbres, los prados en media ladera y en el valle la huerta y las tierras de cultivo.

"El paisaje de bocage ", del francés *bois*, un seto continuo. Con el bosque en la parte superior de la ladera, cercas vivas y líneas de árboles que se enlazan a las mantas de tierra, zonas de pastoreo siguiendo sabiamente las líneas del declive, sin muros de soporte.

"Prados de Lima", el agua finamente distribuida y cómo que limada y compartida en arroyos de finos cruzando las llanuras del río, para que la hierba no seque en el verano o se quede quemada por las heladas en el invierno; riega de lima manteniendo el crecimiento del pasto y garantizando la recarga de los acuíferos.

"Las terrazas" monumentales, armando el suelo y recogiendo la esorrentía de la agua de la lluvia.

"O Carvalhal e a mata ripária", conservando a agricultura tradicional, local privilegiado de observação da avifauna. "Jardins acuáticos", cobrindo o leito dos rios e ribeiras.

"Carbajal y bosque de ribera," asegurando la preservación de la agricultura tradicional, lugar privilegiado de observación de las aves.

"Jardines acuáticos", cubriendo el lecho de los ríos y arroyos.

"Jardim de musgos": microflora e microfauna ...fungos de múltiplas cores e formas. A mais-valia paisagística e turística destas paisagens, as suas cores, musicalidade, salubridade, aromas, sabores...

"Jardín de musgo": micro flora y micro fauna...hongos de múltiples colores y formas.

.../...

El valor añadido al producto del turismo de estos diversos paisajes, sus colores, musicalidad, salubridad, aromas, sabores...es real y incuestionable.

Podemos identificar otras categorías estéticas y paraestéticas positivas, pero también las categorías estéticas negativas, en un ciclo interminable de abandono y renacimiento del paisaje cultural.

"El feo", de los cables eléctricos cruzando el horizonte visual de los monumentos, las heridas abiertas en las canteras o un eucaliptos sin otras formas de vida.

"El poco interesante" de la monotonía de un bosque de pinos verdes monocromático.

O "ofensivo", dos inertes e restos das construções marcando as valetas e as veredas, acentuando a dimensão moral do problema.

"O repugnante", das lixeiras marcando a paisagem, do cheiro acre das celulosas em quilómetro de paisagens, das águas podres das ribeiras-esgoto, outra vez integrando o sentimento moral e estético. Entre outras.

3. UNA NUEVA ECONOMÍA DEL TURISMO

Analicemos primero como en la economía del turismo es generado el valor y como se procesa la creación de valor añadido en sus cadenas de valor. Para llegar más adelante el concepto de sus "externalidades", que es fundamental para la comprensión de las características específicas de la economía del turismo, de su productividad y competitividad. Examinaremos el concepto de forma y la esencia del recurso turístico y del producto turístico: valor agregado, la creación de la mercancía (producto) turístico. Y el capital turístico.

Lo que constituye recurso potencial del turismo es el paisaje cultural (o salvaje, donde la influencia humana es menos aparente), el paisaje humanizado, que los residentes tienden a subestimar o reducir a su valor productivo. Como regla general, todavía si vende sólo el valor de un bosque, o un pasto, no su belleza, la diversidad de sus colores o formas... aunque todos los seres humanos, incluso los menos instruidos, tienen intuitivamente conscientes del hecho de que existen estos otros valores.

La lectura y la interpretación del paisaje son la base para la creación del producto turístico y la primera metamorfosis del valor. Es el "la ecología del paisaje" y su "metafísica", que constituyen la esencia del recurso turístico, pero sólo su interpretación y lectura producen un incremento de valor cultural y económico. El paisaje no es un libro abierto, inteligible empíricamente. La suya transformación en producto turístico pasa por su legibilidad, lo que le da un valor de uso; Es una metamorfosis que, en términos de la economía genera valor, y es también un proceso de alfabetización cultural, mediado por la construcción de la lenguaje de comunicación turística; el resultado de este proceso cambia la forma y la esencia de los conceptos tradicionales del recurso y del producto turísticos.

La Historia Natural, servido por las Ciencias de la Tierra, la Geología y la Geomorfología en particular, revelan la diversidad del patrimonio geológico y sus monumentos naturales. El profesor Galopim de Carvalho propone, en este sentido, la clasificación de tres tipos de Geo monumentos: afloramientos, sitios y paisajes, en conformidad con una creciente dimensión física.⁴

⁴ Carvalho, A. M. Galopim, Queirós, A. (1999) *Geomonumentos*. Editora Liga de Amigos de Conimbriga, Museu Monográfico de Conimbriga.

Las Ciencias de la Vida, nos informan de las dimensiones y el valor de la biodiversidad, especialmente la Biología y la Botánica, así como sobre el valor de los nuevos biotopos que resultan de la humanización del paisaje. La Historia social en sus valencias arqueológicas, etnográficas y artísticas, nos permite disfrutar del patrimonio construido, obras de arte y literatura y de los objetos y piezas etnográficas.

...

Y cuando hablamos de estas "materias primas", no olvidamos la dimensión inmaterial, su traducción en los imaginarios clásico y popular y en sus expresiones creativas, en la literatura, en la danza, en lo filosofar, en la música...

La expansión de la especie humana por todas las regiones del mundo y su adaptación a la diversidad de hábitat ha generado en la edad moderna una nueva la relación de la humanidad con la naturaleza: dejaran de existir los marcos naturales puros, todo el paisaje se convierte, directamente o indirectamente, por la actividad humana, produciendo un sin nombre de destrucción pero también nuevos paisajes culturales.

El capital turístico no se constituí solamente con la inversión en bienes inmobiliarios y en equipamientos del turismo (capital fijo) y en capital variable (materias primas tradicionales, salarios de técnicos y trabajadores especializados)..., pero cada vez más con la adición de inversión intelectual, científica y cultural (más allá de la planificación, gestión y marketing), en lo proceso de creación de productos turísticos como son los productos del turismo cultural, del turismo de naturaleza (o ecoturismo)y del Turismo en Espacio Rural.

3.1 Cómo funcionan las leyes de la competencia en el nuevo mercado de turismo ambiental. ¿El mercado dominante es el mercado de la competencia o un nuevo mercado cooperativo?

Estos nuevos productos turísticos, tales como las mercancías tradicionales, aunque conservan un valor añadido y un valor de cambio comparable a otras mercancías, se comportan frente a la competencia de una manera peculiar, que importa poner en evidencia. Cada nuevo turístico que adquiere el gusto por un producto de turismo cultural o de naturaleza, tenderá a buscar y consumir todos los productos relacionados, es decir, visitar a todos los demás museos, monumentos, parques naturales... Esta competencia, por la diferenciación, genera complementariedad y redes de cooperación, en lugar de exclusión del competidor.

Visto bajo esta luz también las nociones de competitividad ganan aquí un nuevo significado y el desarrollo económico de nuevas formas de turismo crea una dinámica única y aglutinadora que determina la evolución de otras zonas económicas aguas arriba y abajo, tales como la necesidad de promover una economía de conservación de la naturaleza y del patrimonio cultural y, en paralelo, la promoción de la agricultura sostenible y la reforma de la construcción a favor de la rehabilitación del patrimonio arquitectónico y urbano, o la difusión de las nuevas tecnologías y de la cultura cibernética.

3.2 El impacto de la revolución científica y tecnológica (y particularmente de la cibercultura) en el mercado de agencias de turismo y del alojamiento fuera de los hoteles

En el contexto de la sociedad de la información y del conocimiento, la demanda de programas individualizados, seleccionados independientemente, predomina sobre la demanda de "packages" (paquetes de turismo), al mismo tiempo que la búsqueda de información, reserva y pago a través de Internet y de las diversas tecnologías de l' información, tiende a prevalecer sobre la acción de la agencia, obligando a las agencias de viajes a buscar nuevos grados de especialización y calificación de sus productos y unidades que estructuran las Cadenas de Valor del turismo. También necesitan pasar de la cultura analógica a la cultura digital, integrando las dúas culturas en su oferta de turismo. Podemos ilustrarlo con el ejemplo del mercado español, donde más de 70% de los turistas internacionales viajan sin un paquete, utilizando de preferencia la internet para recoger información, reservar y pagar incluso, construir su propio programa de vacaciones.

Este proceso mueve el centro de la promoción turística para la cibercultura y, paradójicamente, para el "boca a boca", ahora, en la red universal.

Acompañando esta tendencia de creciente autonomía de los turistas, surgió la migración del tiempo de hospedaje en el sector hotelero a los sectores de alquiler, préstamos y adquisición de viviendas, de tal manera que nació una nueva cadena de producción en el turismo, una nueva categoría o tipo de turismo, "El turismo residencial a largo plazo", de dimensión internacional, que no se debe confundir con las segundas residencias de los ciudadanos nacionales, siendo éstas a menudo contrarias a desarrollo turístico

Aquí también esta tendencia es observable en el mercado español, donde la estancia media en la residencia llega a 15 días, en comparación con 12 en establecimientos hoteleros, pero este establecimiento sigue siendo dominante en el contexto global del alojamiento.

3.3 Externalidades. Una revolución silenciosa en la relación entre patrimonio y alojamiento: la nueva función $a = f(p)$

Durante muchos años los hoteles fueran los principales polos de la atracción turística y disfrutar del patrimonio un complemento para las capas sociales o eruditas. ¿Qué ha cambiado desde entonces?

Sea "a" la variable del alojamiento y "p" la variable que representa el conjunto del patrimonio natural y cultural. La ley matemática de la funciones se basa en la correlación entre a y p, correspondencia unívoca en el sentido $a \rightarrow p$. Cuando los hoteles eran los principales polos de atracción turística, su relación con el patrimonio se representaba por la función $p = f(a)$, la variable p era una variable dependiente de la variable a, el patrimonio representado por p era una función dependiente de la variable alojamiento representada por a, y simbólicamente escribíamos $p = f(a)$.

Sin embargo, el cambio surge de una nueva clase media instruida, de la emancipación de la mujer gracias al trabajo, de una juventud contemporánea cada vez más

culta y de la anticipación de la jubilación en los segmentos de clase media, pero también de un cambio de gusto y motivación en las viajes, provocando una inversión funcional entre las variables a y p.

Actualmente $a = f(p)$, es decir, la atracción pasó a ser el patrimonio, sin embargo de una minoría significativa de turistas demandar solamente “*el doce far nient*” ¡No hacer nada. La mayoría de los hoteles, en su constructiva y uniformidad de servicios dejó de ser el centro de atracción, tiende a depender de la existencia en su área funcional de mercado de los objetos y valores de los patrimonios, bien conservados y accesibles al público.

Esta nueva relación ha hecho del alojamiento una variable económica dependiente del patrimonio. En el campo de las funciones matemáticas, en sentido estricto, un valor de "p" corresponde a un valor de "a", pero en el mercado del turismo, el mismo monumento, sitio o paisaje es visitable partiendo de distintos hoteles construidos en su entorno. Y, cambiando la relación funcional, pone en entredicho la propia naturaleza del alojamiento tradicional, al menos en cuatro dimensiones:

Primera: el requisito de calidad constructiva con respecto a los valores arquitectónicos una inserción correcta en el paisaje y una gestión ambiental.

Segunda: la necesidad de ajustarse a sus servicios con los valores de los patrimonios del paisaje cultural, utilizando sus productos más genuinos en la construcción, restauración y *merchandising*.

Tercera: la diversificación de la oferta, complementando el servicio de alojamiento, restauración y *merchandising*, con la animación y en particular la oferta de rutas y circuitos del turismo cultural y del turismo de naturaleza.

Cuarta: la eliminación de las barreras arquitectónicas, para acoger a todos los huéspedes con necesidades especiales y la creación de estructuras apropiadas paramédicas y de ocio, especialmente para los turistas seniors: desde el acceso rápido a los servicios de salud a los parques gerontológicos de recreo.

3.4 El error más común en la animación y entretenimiento turístico

La animación no puede confundirse con "turismo radical", o trivializada en pequeñas exhibiciones puntuales. En el contexto en el que ponemos el problema de la animación, esta es esencialmente el fácil acceso (y información de calidad) a las estructuras del turismo cultural y del turismo de naturaleza, las únicas con la capacidad para atraer y ocupar permanentemente grandes grupos y hasta masas de millones de turistas. Si la animación seguir a expensas de hostelería y restauración es inasequible para el éxito del negocio. Si pasa a las autoridades locales y otros organismos públicos, los resultados para la economía local serán de bajo o cero rentabilidad, porque los animadores externos llevan *cachets* importantes. Esto no se justifica, ni es necesario, gracias a la expansión actual de las redes sociales de animación, en particular con los productos ofertados por las estructuras del Turismo Cultural museos y monumentos y del Turismo de Naturaleza_ parques y reservas naturales.

3.5 Gastronomía y enología, o “dar gato por liebre” ?

También la gastronomía y la enología se deben considerar como un producto turístico sólo cuando cuentan con un componente cultural, que relaciona el producto con el trabajo del hombre y del paisaje cultural, un producto con identidad y mismo con un valor icónico, que Francia magistralmente definió con el concepto de *terroir*, primero aplicado a sus vinos, como el Bordeaux.

Esta designación está asociada a un territorio, con sus Chateaux (fincas con construcciones monumentales), granjas productoras de vino que entran en la ciudad y su paisaje cultural, armado con viñedos y tapias vivas, un clima ablandado por el curso del Garona y la proximidad del mar y el patrimonio urbano construido _ la ciudad burguesa y la aduana en la orilla del río.

En el caso portugués, también se puede definir el concepto a partir de los análisis del producto cómo es el Vino del Oporto (Oporto es la ciudad de exportación, su origen es la región de monta-na del Duero). El vino fino (*Vinho Fino*), así se dice en el Duero, correspondiendo a la denominación tradicional que recuerda los trabajos seculares para construir los viñedos del Duero en terrazas monumentales y evoca la alquimia del vino, el arte del “*beneficio*” (la mezcla de aguardiente de vino con el mosto de las uvas); Vino de Oporto es la imagen de marca de internacional, asociada a la ciudad que vende el producto.

En la óptica del nuevo paradigma de turismo, turismo cultural y turismo de la naturaleza, turismo en espacio rural_ Turismo Ambiental, y de la integración de sus patrimonios, la unificación entre el territorio de la región del vino del Duero, patrimonio de la humanidad y de la Ribera del Oporto que debido al vino también es conjunto monumental patrimonio de la humanidad, corresponde al modelo de marketing que necesitamos para el comercio moderno, superando la visión estrecha del vino como bebida, incluso si de calidad.

Ejemplo más claro de lo que es y lo que no es gastronomía, en el caso de Portugal, la hamburguesa nunca será (pero es en los Estados Unidos), todavía la sándwich de cochinito de la Bairrada, en curiosa expresión de un responsable de la museología y turismo cultural de Murcia, es "la mejor comida rápida del mundo "¡aún no sea *fast food*!

3.6 La diferenciación entre las actividades de la industria del inmobiliario y la actividad del turismo

Es importante establecer una visión crítica sobre un conjunto de proyectos que parecen generalizarse en las zonas costeras y en algunas zonas de expansión turística en el interior con el rotulo del desarrollo del turismo, los cuales son en realidad inversiones inmobiliarias de segundo domicilio, apoyado para uno u otro hotel y campo de golf como propuesta de animación.

Tais projetos, com impacto económico imediato e significativo, mesmo quando possuem qualidade construtiva, acabam por se virar contra a economia do turismo, pois tendem a dispensar as Cadeias de Valor do alojamento e da restauração, são muitas vezes

irrelevantes no que toca ao comércio de produtos básicos de consumo, adquiridos pelos seus utentes nos grandes espaços comerciais de origem e reduzem a animação a uma das suas atividades. Em relação ao futuro, fomentam sobretudo o turismo e excursionismo internos e, no imediato, geram fortes tendências especulativas em relação aos terrenos e habitações.

Dichos proyectos, con un impacto económico inmediato y significativo, incluso cuando tienen calidad, se vuelven contra la economía del turismo, porque tienden a prescindir de las cadenas de valor del alojamiento y abasto, son a menudo irrelevantes cuando se trata del comercio de productos básicos, adquiridos por sus clientes en las principales zonas comerciales de origen y a reducir la animación a una de sus actividades. Fomentan principalmente el turismo interno de temporada y el excursionismo, y en el futuro inmediato generan fuertes tendencias especulativas en relación con la tierra y las viviendas.

Es una estructura que se puede observar en Portugal en proyectos como de las *Aldeias Históricas* (Pueblos históricos) y, más recientemente, en el proyecto de las *Aldeias de Xisto* (Aldeas de Pizarra).

Pero también se necesita analizar mejor el nuevo fenómeno que abre perspectivas positivas al sector inmobiliario comercial, que clasificamos como el desarrollo del Turismo residencial a largo plazo: estamos hablando de una realidad reciente que consiste en los visitantes extranjeros permanecieren durante varios meses en el país de destino, ciudadanos europeos jubilados y otros a trabajar de forma independiente usando las tecnologías cibernéticas, los cuales compraron una nueva casa en un otro país, dónde viven casi todo el año, acompañados a menudo por sus ascendentes. Es un movimiento social visible, por ejemplo, en el sur de España y, en menor medida en Portugal, en algunos municipios del Algarve y del Centro, pero también en el sudoeste francés.

Creando, sin embargo, algunos nuevos problemas, tales como el crecimiento de la especulación inmobiliaria y la creación de nichos aculturadas de residentes, familias y grupos que viven cerrados en su propio condominio privado.

3.7 Los conceptos de Ruta y Circuito, basados en los paisajes culturales

Los conceptos de Ruta y Circuito de turismo se fundan en la necesidad de utilizar una metodología científica interdisciplinaria y multidisciplinaria para interpretar y organizar la visita al territorio, que permite leer e interpretar los paisajes culturales, rurales y urbanos.

Como hemos dicho, la primera clave de esta lectura y interpretación es la Historia Natural, son las Ciencias de la Tierra, como la Geología. De pronto seguidas por las Ciencias de Vida, que revelan el esplendor de la biodiversidad. Y es la Historia social y artística, asociada con la Etnografía y la Antropología.

Pero probablemente, la Geografía es la ciencia que, en su metodología de trabajo científico es más cercana de las «Ciencias de Turismo» de trabajo. Como esta ciencia, la esencia de la metodología de trabajo científico de la información y guionamento del turismo consiste en 'describir e interpretar' la Tierra y los hombres que viven en su seno, pero de forma accesible a los diferentes segmentos del público y, por aquí, pasa la separación entre

el objeto científico y el producto turístico, el recorrido científico y la Ruta y sus Circuitos del Turismo.

Esta concepción científica mientras que conduce a una filosofía nacida de la observación y lectura del paisaje y de la síntesis de la tierra y del hombre que habita y transforma el paisaje (lo que llamamos 'paisaje cultural'), mientras que la amenaza degradar o destruir, justifica la necesidad de una ética del turismo, construida como las nuevas Éticas Ambientales, mediante la crítica del antropocentrismo y del etnocentrismo.

Entendemos por Ruta de Turismo un conjunto organizado de Circuitos de descubrimiento y disfrute de todos los patrimonios, con una identidad propia y única, fundada en la ecología del paisaje y en la metafísica del paisaje, accesible a todos los públicos pero con productos diferenciados según sus segmentos, potenciadores de la organización y desarrollo de las Cadenas de Valor de la actividad turística.

Definimos Circuito Turístico como un recorrido integrador de todos los patrimonios, de corta duración (no debe superar un día), accesible a todos los públicos pero segmentado, con una identidad autónoma y inconfundible, organizado desde la perspectiva de descubrimiento y disfrute de la ecología del paisaje (en el sentido de contribución científica interdisciplinaria para su lectura) y de la metafísica del paisaje (patrimonio inmaterial, imaginario clásico y popular), en conformidad con el principio de "comunicacional/emocional de la "montaje de atracciones", capaz de sostener y desarrollar las Cadenas de Valor del turismo.

Aunque hay elementos comunes entre los Circuitos _ por ejemplo, las iglesias de la misma época, comunes platos gastronómicos, la misma flora... la suma de su patrimonio debe producir dialécticamente una oferta única y identitaria. Y es también por eso que la actividad turística es diferente de otros dominios científicos, porque la selección y valoración es determinada por la diferenciación del producto de turismo.

Este nuevo concepto de Circuito es construido con los aportes conceptuales de la Geografía, "observación selectiva y significativa" del paisaje cultural, es decir, de su patrimonio histórico, natural, etnográfico; de la Filosofía de la Naturaleza y del Medio Ambiente, "ecología del paisaje y metafísica del paisaje"; de las Ciencias de la Comunicación, incluyendo la Psicología de los afectos y del cine ("el montaje de atracciones es un concepto eisensteiniano); de la Economía Política, las "Cadenas de Valor". Y su construcción metodológica consiste en la reapropiación por un nuevo objeto de estudio (el Turismo, en el marco de las Ciencias del Turismo) de los conceptos tradicionalmente utilizados en otros dominios científicos.

4. CONCLUSÕES

Está en marcha una profunda revolución en las motivaciones y en el gusto de la clase media, a la escala internacional, generando grandes cambios en el mercado turístico, conduciendo a la coexistencia de varios paradigmas, con la clara ascensión del turismo

ambiental, integrando el Turismo Cultural, el Turismo de Naturaleza, y el Turismo en los Espacios Rurales.

Este cambio del gusto conducido al nacimiento de la Ética del Turismo, dominio que es aún poco desarrollado en los estudios académicos de turismo y en su difusión y aplicación.

El concepto de Turismo Ambiental nace en este proceso de cambio y se refiere no sólo a un segmento del turismo, el turismo de naturaleza (ecoturismo), pero constituye una propuesta alternativa de modelo de desarrollo sostenible, basado en la filosofía y la ética ambiental.

La controversia académica en esta materia llega al dominio del turismo oriunda del debate internacional sobre la crisis ambiental, que las Conferencias de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente (inicia en 1972, con la Conferencia de Estocolmo) reconocerán como de importancia universal y por lo tanto, de relevancia para el turismo. Sólo en 2002, y en la Conferencia de Johannesburgo, el turismo surge con una recomendación autónoma, tras la Cumbre Mundial del ecoturismo, celebrada en la ciudad de Quebec, entre 12 y 22 mayo de 2002, donde se originó la "Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo".

En este contexto nació (1999) también el Código Ético Mundial para el Turismo que hasta 2017 (cuando se convirtió en documento internacional de la ONU) constituía un documento de carácter genérico y de meras recomendaciones, en aquella fecha transformadas en imperativos éticos.

El riesgo de conflicto potencial entre la filosofía ambiental y el Código Ético Mundial para el Turismo fue ampliado con la aparición de nuevas corrientes éticas: la ética la tierra y la ética animal. La perspectiva de la ética ambiental es sistémica, el hombre ya no está en el centro de su concepto de valor, como señor absoluto y arbitrario de toda la naturaleza. Según la perspectiva de la ética ambiental, cada actividad humana, incluyendo la actividad turística, debe subordinarse al respeto y cuidado de la "comunidad biótica y abiótica", principios consagrados en la ética de la tierra y en la ética animal, principios que postulan la extensión de los conceptos de persona y comunidad a otros animales y la prevalencia de valores éticos y estéticos en la apropiación por el turismo del paisaje cultural.

La falta de rigor y la confusión en el uso de los conceptos de la naturaleza y del medio ambiente, tales como ética, moral y ética, pero también el carácter plural de las ética contemporáneas, llevan a la necesidad de conocer y debatir estas cuestiones en el marco de la ética del turismo.

El debate sobre el concepto de paisaje cultural condujo a la necesidad de discutir el *terroir* en el marco de una política de ordenamiento y gestión del turismo que tenga como referencia al mosaico de paisajes culturales nacionales, ricas en nuevos biotopos y potenciadoras del nuevo paradigma del turismo, el Turismo Ambiental.

La oposición turismo ambiental, turismo de nicho, contra turismo del sol y playa ,hoy no hace ya mucho sentido, teniendo en cuenta los cambios de paradigma del mercado

del turismo internacional y la introducción co concepto de sostenibilidad en la gestión de la economía del turismo. Pero también gracias a la democratización y socialización de la educación y de la cultura y la evolución de los principales mercados del mundo, que ultrapasaran la anterior y aparente oposición: Turismo cultural se ha convertido en un turismo de masas, como el turismo de naturaleza, en América como en Europa y Asia. La raíz de este cambio, es principalmente la transformación de las "motivaciones" para el viaje turístico y en el "gusto" de la clase media.

A mudança de paradigma para o Turismo Ambiental, e a sua dimensão ética, leva à revalorização das Paisagens Culturais, organizadas para a atividade turística em Rotas e Circuitos, integradas nos seus Destinos Turísticos. São os seus produtos, do turismo cultural, de natureza, em espaço rural, etc., que geram as principais mais-valias, mas não são as estruturas que organizam essas Rotas e Circuitos, os museus, monumentos e parques, a recolher os maiores valores; a renda do turismo é recolhida externamente nas tradicionais e novas Cadeias de Valor.

El cambio de paradigma para el turismo ambiental y su dimensión ética conducen a la revalorización de los paisajes culturales, organizados para la actividad turística en Rutas y Circuitos, integrados en sus destinos turísticos. Son sus productos de turismo cultural, de naturaleza, en espacio rural...que generan las principales más valías de capital, pero no son las estructuras que organizan estas Rutas y Circuitos_ museos, monumentos y parques, que recogen los valores más altos; los ingresos del turismo se recogen externamente en las tradicionales y nuevas Cadenas de Valor.

5. BIBLIOGRAFÍA

Libros

Cabral, F. C., (1956). *Fundamentos da Arquitectura Paisagista*. Lisboa: Instituto de Conservação da Natureza.

Carvalho, A. M. Galopim, Queirós, A. (1999) *Geomonumentos*. Editora Liga de Amigos de Conimbriga, Museu Monográfico de Conimbriga.

Kuhn, T.S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.

Queirós, A., (2009). Programa de Investigação sobre Turismo Cultural e de Natureza e desenvolvimento sustentável. Relatório Final. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial (DEGEI). Universidade de Aveiro (“*Research programme on Cultural*

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, n° 3, pp. 90-119. *dos Santos Queirós, A.* “Material and immaterial heritage: from the concept of cultural landscape to the tourist product”

Tourism and Tourism of Nature and Sustainable Development.” Post-doctoral Research. University of Aveiro)

Swarbrooke, 2002. *Sustainable Tourism Management*, New York: CABI Publishing.

Ward, B., Dubos, R (1972). *Nous n'avons qu'une terre*. Trad.fr. Paris: Editions Denoël.

Ziffer, K.A. (1989). *Ecotourism: The Uneasy Alliance*. Washington DC: Conservation International.

Articulos de revistas

Larrère, C. (2006). Éthiques de l'environnement. *Revue Multitudes*, n° 24. (Ethics of the environment) Edition virtuelle. Internet Sources, accessed in 03.02.2015

Queirós, A (2015). Cultural tourism on a changing paradigm. *International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism*. Córdoba, Spain, (pp. 179-216)

Queirós, A (2015). Cultural tourism and the new economy of heritage. *International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism*. Vol. 1-2. Córdoba, Spain, (pp. 229-251)

Queirós, A (2017). Tourism Management of human heritage on a changing paradigm of Environment Tourism. *International Journal of Scientific Management and Tourism. iManagement and Tourism*. Vol. 3-4. Córdoba, Spain, (pp.37-59)

Capítulos de libros

Berleant, A. (2011). Changing Landscapes, Keynote lecture at “*Transition Landscapes/ Paysages en Transition*,” International Conference, Lisbon, Portugal

Fennell, D. (2011). Ethics and Tourism. *Philosophical Issues in Tourism*, Edited by John Tribe. Bristol: Channel View Publications, pp. 211-226.

Queirós, A. (2012). Landscape tourism. *Manual of philosophy and Landscape Architecture. A handbook*. Coordination of Adriana Veríssimo Serrão. Edition CFUL, pp. 177-187.

Queirós, A. (2013). Cultural agents of change and the sunset of environmental services. And Old farming mountain systems. *The economy and ecology of heathlands*. Published by Alterra (Wageningen-UR (University and Research Centre). INBO (Belgium) KNNV Publishing. Neederland, pp. 49-50 and pp. 31-48.

Eisenstein, S. (2002). *O sentido do filme*. Edit Zahar. S. Paulo, Brasil

Data and internet sources

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, n° 3, pp. 90-119. *dos Santos Queirós, A.* “Material and immaterial heritage: from the concept of cultural landscape to the tourist product”

Ecotourism. Principles of Ecotourism, The International Ecotourism Society [TIES] (2011), [<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>] Internet Sources, accessed in 03.02.2015

Global Code of Ethics for Tourism. WTO (2001) [http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Ing.pdf] Internet Sources, accessed in 03.02.2015

UNCHE (1972). Action Plan for the Human Environment. B.5. Development and Environment. United Nations Conference on the Human Environment A/CONF.48/14/Rev.1 -June 1972 Stockholm, Sweden.