

Citar: Apellidos, N. (2015) "Título", en: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, pp.

LA ORDENACIÓN DEL PAISAJE: LA COMPLEJIDAD DE LA PARTICIPACIÓN PÚBLICA

María José Morillo. *Universidad de Almería*

Nayla Fuster. *Universidad de Granada*

RESUMEN

La ciudadanía reclama una mayor participación en la toma de decisiones y en la gestión de los asuntos públicos. Esta es una de las razones que explica el aumento del interés -de entidades privadas como públicas- en conocer cómo los ciudadanos valoran un servicio o prestación, qué mejoras recomendarían, qué tipo de intervención necesitan... En definitiva, aumenta el protagonismo de la participación pública, y dar voz a los ciudadanos, generalmente es interpretado de forma positiva.

El paisaje y su ordenación es un asunto que atañe a toda la sociedad, por tanto, lo obvio sería pensar que existe una amplia representación ciudadana en cualquier asunto relacionado con la discusión y toma de decisiones en la gestión paisajística. Ahora bien, a través el proceso de elaboración del Catálogo de paisajes de la provincia de Granada advertimos que esta no suele ser la pauta general por razones patentes: la falta de cultura participativa en la sociedad española, el recelo de los profesionales, etc. Pero existen otros motivos menos manifiestos y sin embargo fundamentales a la hora de analizar la escasa implicación ciudadana en la gestión y protección paisajística. Nuestra hipótesis es que no se trata tanto de ausencia de interés o desprecio, sino que tiene que ver especialmente con la concepción que se tiene del paisaje. Este hecho tiene repercusiones de hondas consecuencias, es decir, si nos limitamos a abrir un proceso de consulta pública a todos los ciudadanos, corremos el riesgo de que sólo participen aquellos que tienen un determinado perfil sociocultural y ciertas inquietudes.

En este sentido, si no se cuestiona la forma en qué se promueven estos procesos de participación y no se llevan a cabo con cierto rigor, garantizando la representatividad y la veracidad de la información recogida, los resultados obtenidos serán poco útiles, incluso peligrosos, conduciendo a conclusiones erróneas. Por tanto, para que la participación pública no se vea sesgada, y sea útil, es necesario que se realice adaptándose al tema concreto de la consulta. En nuestro caso, apostamos por no limitarnos a acopiar información de forma ingenua, sino realizamos el esfuerzo de interpretar sociológicamente la información recogida, por tanto, estaríamos ante un proceso más cercano a la investigación social que a la participación pública.

Palabras claves: investigación social, grupos de discusión, entrevistas no estructuradas, talleres de participación.

INTRODUCCIÓN

Desde hace unos años asistimos al auge, tanto en círculos técnicos y políticos como académicos, de la participación pública en las tareas de gobierno. Las experiencias participativas no son un asunto reciente, por ejemplo, los presupuestos participativos se llevaban a cabo en muchos países en los años

ochenta del siglo anterior. De forma general, la participación pública se ha ido abriendo camino como un posible acercamiento entre la ciudadanía y el Estado. Más recientemente, la literatura al respecto la revaloriza como una estrategia para conseguir un empoderamiento de la ciudadanía a través de la participación (Pagani, 2009; Roth y Bernal, 2014). Así en un reciente número monográfico sobre el tema de una revista de sociología (Font, della Porta y Sintomer, 2012) se definía la participación como nuevas formas de implicación ciudadana en la esfera pública, en asuntos suficientemente específicos y relativamente nuevos, que permiten a los ciudadanos vincularse al proceso político-administrativo de toma de decisiones. Algo que, en el terreno político, va más allá de las formas representativas de gobierno.

En el caso español, la regulación de la participación de la población en la formulación de diversos instrumentos de planificación, especialmente urbanística, es ya bastante antigua y se ha extendido de forma natural a la ordenación del territorio. Su puesta en práctica no ha dejado, sin embargo, de suscitar críticas, por reducirse frecuentemente a una mera consulta con escasa traducción en las determinaciones de los planes, a no ser que se refiera a cuestiones muy puntuales.

A la hora de buscar referencias para abordar la participación pública en el proceso de elaboración de un catálogo de paisajes, aunque los temas relacionados con la ordenación del territorio y el planeamiento urbanístico son especialmente proclives a este tipo de iniciativas, se observa como la mayor parte de la literatura académica se refiere a experiencias en campos más políticos, frecuentemente ligadas a gobiernos locales o a actuaciones muy específicas, como por ejemplo, la intervención en barrios concretos.

En definitiva, debemos ser cautelosos a la hora de emprender un proceso de participación pública en torno a la ordenación del paisaje, donde difícilmente se puede tomar la población como un todo. Además de evitar que estos procesos se utilicen para legitimar decisiones de gobierno ya tomadas. Así, en las siguientes páginas se reflexiona sobre cierta propuesta participativa para acercarnos a un tema concreto: la ordenación del paisaje.

EL PAISAJE COMO PRODUCTO SOCIAL

El poeta Miguel Hernández expresaba “la contemplación hizo la rosa”, bellas palabras que pueden ser aplicadas al paisaje, porque tal y como se define en Convenio Europeo del Paisaje, aprobado por el Consejo de Europa, el paisaje es “cualquier parte del territorio, tal como la percibe la población, cuyo carácter sea resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos” (CEP, 2000). Por tanto, el paisaje es una realidad física, pero también subjetiva, es la representación que nos hacemos de éste, es la fisonomía de un territorio con todos los elementos naturales y antrópicos, pero también los sentimientos y las emociones que despiertan (Nogué y San Eugenio, 2011). De tal forma que el paisaje es concebido como un producto social, engarce entre realidades físicas y representaciones sociales, entre naturaleza y cultura. Aquí descansa la riqueza y complejidad del paisaje como objeto de estudio.

Partiendo de esta doble faz del paisaje (objetiva y subjetiva), cuestión asentada entre los estudiosos y los planificadores, la participación pública jugará un papel clave en cualquier proceso de investigación y gestión en torno a éste, como es la elaboración de un catálogo provincial de paisajes. Ahora bien, la cuestión que se nos planteó fue de cómo debería ser esta participación. Como se ha señalado con anterioridad, en materia de paisaje hay ya experiencias concretas de procesos de participación, sobre todo a raíz de la aprobación del Convenio Europeo del Paisaje en el año 2000. Una revisión reciente

de un buen número de experiencias al respecto es la obra de Oliva e Iso, 2014, donde se permite advertir que la mayor parte de ellas tienen lugar en la fase de diagnóstico, le siguen las que afectan a la planificación misma y son escasas las que se producen en la fase de gestión del plan.

Desde nuestro punto de vista, la principal función de un proceso de participación descansa en la toma de decisiones, pero en los casos en que se ha conseguido, los instrumentos y procedimientos utilizados no alcanzan a la formulación de un catálogo de paisajes. Cuando el ámbito de intervención es muy amplio, ya sea en términos territoriales o competenciales, las formas de participación parecen limitarse a las más tradicionales. Quizás sea a eso a lo que se refieren algunos autores cuando afirman que se tiende a extender la etiqueta de participativa a prácticas que en el mejor de los casos son meramente consultivas.

En el proceso de elaboración de un catálogo de paisajes, entendemos que la participación pública juega un papel clave en las fases de diagnóstico y preparación de propuestas, ya que los ciudadanos son los mayores conocedores y los principales “constructores” de éste. Para tal fin, se apostó por una participación ciudadana desarrollada como proceso de investigación sociológica, lo cual difiere de la forma más habitual de actuar en otros catálogos. Se planteó expresamente unir participación e investigación social, a través de diversas herramientas de producción de datos y de análisis sociológico.

LA INVESTIGACIÓN SOCIAL COMO FORMA DE AFRONTAR PROCESOS DE PARTICIPACIÓN

Tomamos como referencia, algunos de los catálogos de paisajes realizados en los últimos años en nuestro país, especialmente los catálogos de Cataluña y del País Vasco, entre otros, en los que la participación pública juega un papel destacado, sin embargo, no se ha desarrollado una metodología única y reconocida al respecto. Normalmente se recurre a varias herramientas de producción de datos, las más comunes son los talleres participativos y las encuestas de opinión. Además, es común diferenciar dos tipos de participación: de la ciudadanía en general y a nivel de “informantes claves”. Para la ciudadanía en general, se trata de una participación que suele ser abierta, ingenua, es decir, se brinda a todos los ciudadanos la posibilidad de intervenir, tras un proceso de publicidad.

¿Cómo se puede hacer participación en algo tan amplio y dispar como los paisajes de la provincia de Granada? En nuestro caso, apostamos por una participación pública en la que se parte de la premisa de que el concepto “paisaje” aunque presente en la vida cotidiana, es de difícil entendimiento para muchos ciudadanos por su nivel de abstracción, además es susceptible de múltiples interpretaciones y reconstrucciones. Pero que sea un concepto “inaccesible” para algunos, no significa que no les afecte, sino que todos lo conocen, se ven afectados e influyen en él, aunque no se refieran de forma directa a éste, ni tengan un discurso consciente al respecto. Esta dificultad para tratarlo, explica porqué en muchos casos se pregunta exclusivamente a expertos o a personas previamente interesadas en el tema, accediendo, de esta forma, a discursos institucionalizados, más o menos estereotipados, pero no a los discursos que circulan y son mayoritarios en la vida social. Sin embargo, en nuestro trabajo nos propusimos acceder a los discursos y opiniones del conjunto de la ciudadanía, teniendo en cuenta su diversidad, anclada en las posiciones sociales que cada cual ocupa en la estructura social y en los modos y estilos de vida asociados a ellas. La participación social empieza, por oír las voces de los distintos actores sociales, frecuentemente ambiguas y contradictorias, a partir de las que se

construyeron los objetivos y medidas que forman parte del Catálogo de Paisajes de la Provincia de Granada.

Por tanto, nuestro objeto de estudio no era el paisaje como realidad fáctica, objetiva (tarea abordada desde otros equipos de trabajo del catálogo) sino los imaginarios y las representaciones sociales sobre éste y, más específicamente, sobre el territorio provincial de Granada. Con representaciones sociales se alude a las maneras de ver y entender los paisajes, sus dinámicas de cambio y las amenazas a que se ven sometidos y a los valores y significados que se les atribuyen. Las representaciones que investigamos son, además, sociales, lo que quiere decir que, aunque la subjetividad individual es muy importante, en la percepción y en los sentimientos que provocan los paisajes, tendemos a confluir en nuestras formas de ver y de sentir. Es verdad, como dice el poeta, que todo paisaje percibido es diferente porque se enraíza en los temperamentos de quienes lo contemplan. Pero también es verdad que esas miradas tienden a converger colectivamente, porque no solo dependen de características individuales sino de las posiciones sociales desde la que se observa. Posiciones que son como atalayas desde las que contemplamos y percibimos el mundo (Nogué, 2007). Las representaciones sociales no pertenecen, por tanto, al conjunto de la población como un todo homogéneo, sino a distintos grupos y colectivos que sostienen posiciones e imágenes diferentes. La dimensión social de las representaciones del paisaje se refiere, por tanto, a esta multiplicidad de imágenes ancladas en la propia diversidad de lo social.

Coincidiendo con otros catálogos consultados, propusimos dos niveles de participación: la población general en la medida en que es productor y vehículo de los discursos sociales sobre el paisaje; los agentes del paisaje entendidos como productores, transmisores y difusores privilegiados de los discursos sobre el paisaje. Para el primer nivel se realizaron 8 grupos de discusión, como técnica privilegiada de investigación para el análisis sociológico de los discursos, que se configuraron principalmente según tres dimensiones sociales básicas: los cinco tipos de paisajes en que se había dividido la provincia; relación con el territorio; autoctonía vs. aloctonía. Los grupos de discusión tienen una naturaleza y dinámica muy diferentes a los talleres propios de los procesos participativos desarrollados en otros catálogos de paisajes. Una cuestión clave es que a los potenciales participantes en los grupos de discusión no se les anunciaba de forma clara de qué trataba nuestra investigación, y el grupo se iniciaba de forma “indirecta”, no centrándonos de forma concreta en el paisaje, sino en el territorio. Con esto se evitaba que sean personas especialmente interesadas o con ciertas inquietudes sobre el paisaje los que exclusivamente acudan a este tipo de convocatorias.

Para los agentes del paisaje se desarrollaron 11 entrevistas abiertas, para extender la participación a sectores claves en la ordenación y gestión de los paisajes. Se trata de perfiles que si se incluyen en las reuniones de grupo, se corre el riesgo de que como “expertos del tema” acaparen la conversación o cohíban al resto de participantes. Además permitió un acercamiento a problemas y visiones “particulares de un sector” que no era posible a través de los grupos. Los grupos y entrevistas fueron grabado y transcritos, para realizar un análisis sociológico de los discursos (Conde, 2009), un excelente punto de partida es identificar las posiciones discursivas, es decir, quién habla y desde qué posición social.

En una segunda fase, se desarrolló una encuesta presencial con la que se cuantificaría la presencia de los distintos discursos identificados en el trabajo cualitativo anterior. Se trata de una encuesta de opinión realizada a una muestra de 1.750 individuos estadísticamente representativa de la población granadina, en base a un cuestionario cerrado. Para el diseño de la muestra se partió de los distintos

ámbitos de participación ciudadana. Así, la muestra está compuesta de 5 submuestras independientes autoponderadas, una para cada ámbito de consulta, cada una de ellas estratificadas por tamaño del hábitat. Con la encuesta también se consiguió que un mayor número de ciudadanos participaran en el estudio, llegando a población que posiblemente no hubiese participado con otros instrumentos, tanto por desconocimiento, por apatía, o por imposibilidad. Se apostó por una encuesta presencial por frente a una telefónica por la posibilidad de incluir imágenes, cuestión clave en una investigación sobre paisajes.

Por último, también se puso en marcha una encuesta *online*, abierta a la participación de todo el público, con el objetivo de brindar la posibilidad de participación a toda la población, con objetivos diferentes, más bien divulgativos. La encuesta *online*, que si bien, es mucho más asequibles, económica y organizativamente, tiene un importante hándicap, y es que las técnicas de investigación cuantitativas solo tienen sentido cuando aseguramos la representatividad estadísticas de los resultados.

En definitiva, apostamos por un proceso de investigación social. No se trata de recopilar información sin más, sino que hay que hacer el esfuerzo de interpretar esa información que se recibe. Y eso es interpretación sociológica.

RESULTADOS

Si bien el objetivo de esta comunicación no es presentar los resultados obtenidos en el proceso de investigación desarrollado para el Catálogo de paisajes de la provincia de Granada, presentamos unas pinceladas de lo que hemos llamado “territorio vs paisaje”. Esta dicotomía ha sido clave para el desarrollo de nuestro trabajo y lo es también para ejemplificar la necesidad de investigación social aplicada a la participación pública.

Al comenzar los grupos de discusión y entrevistas se optó por lanzar una cuestión o tema en torno al territorio. El objetivo es que el *impulso inicial* sea lo suficientemente general como para que sean los propios informantes los que se aproximen al objeto de estudio (Conde, 2009), lo que se hace especialmente interesante en un tema como el paisaje, tan abstracto y subjetivo. Las primeras respuestas mostraron que el territorio es correlacionado directamente con sus recursos y la forma de explotación. Por el contrario, la primera idea de los participantes en los grupos o de los entrevistados al aparecer el tema del paisaje o al ser preguntados directamente por él, era la protección. Relacionan los paisajes con lo bonito, con imágenes bellas y especialmente seleccionadas, que reflejan no tanto la realidad actual en toda su diversidad, sino lo excepcional o distintivo.

“...creo que tiene que ser una significancia común, creo que tiene que haber cierto consenso en que es un paisaje ¿no? Que no sé, aunque también tiene mucho de percepción individual y demás (...) que hay un consenso común de que eso es un paisaje, y que cuanto tú ves algo, pues que sea, agradable a la vista” (G08: Granada-Vega, urbanos, clase media-alta).

Pero pronto, en el transcurso de la charla, alcanzaba relevancia la dimensión más económica o utilitaria del paisaje (al igual que ocurría con el territorio).

“-Si no hay paisaje no hay desarrollo económico ni nada

-El turismo es gracias al paisaje.

-Se puede atraer un comercio más local si se mantiene el paisaje ¿no. Mientras que si lo destruimos ya hay que buscar los medios económicos fuera...de por ahí” (G03: Sierra Nevada, rural, mixto).

A lo largo de las entrevistas y grupos de discusión, observamos repetidamente la presencia de contradicciones de este tipo. De alguna manera se aprecia un intento de “quedar bien” ante los demás, y especialmente con el investigador, al que se le presupone unos conocimientos más exhaustivos en el tema y una mayor sensibilidad paisajística. Este el primero de los problemas que nos encontramos y que puede afectar a cualquier proceso de participación: la deseabilidad social.

Optar por estrategias cualitativas permite alejarse de este problema, con las encuestas de opinión frecuentemente se obtienen unas respuestas muy favorables a las ideas con mayor legitimidad social. En la investigación que realizamos pretendíamos limitar esos efectos, principalmente teniendo en cuenta estas contradicciones que ya observamos en el estudio cualitativo. La conservación y protección del paisaje está altamente valorado por la ciudadanía, por tanto, las preguntas que se introdujeron en la encuesta para posicionarse ante el paisaje intentaban evitar en las alternativas de respuesta una clara dicotomía entre “conservación y explotación” del paisaje. El objetivo era evitar que el entrevistado pueda fácilmente situarse en la postura socialmente aceptada y que realmente pueda no coincidir con su verdadera visión. A pesar de nuestro intento de evitar este rápido encasillamiento, los datos obtenidos en la encuesta presencial refuerzan nuestra conjetura inicial acerca del proteccionismo en torno al paisaje, lo que significa chocar una y otra vez con un discurso estereotipado, marcado por la deseabilidad social.

Tabla 1. Posiciones básicas frente al paisaje, en porcentajes sobre el total de encuestados

		Qué es predominantemente el paisaje			
		Un recurso a utilizar	Ambas	Un valor a proteger	Total
En qué generaciones se debe pensar	Las actuales	2%	3%	5%	10%
	Las futuras	14%	22%	52%	88%
	Total	16%	25%	57%	98%

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta presencial

Como vemos en la tabla anterior, un poco más de la mitad de la población granadina se sitúa en una posición sobre el paisaje que puede ser catalogada como “conservacionista”. Además un 22% de los entrevistados no son capaces de optar por una de las dos posturas (opción que no era leída a los encuestados). Al contrastar estos datos con los resultados de entrevistas y grupos, se observa que estas declaraciones espontáneas no siempre se corresponden con el pensamiento y actitud de los ciudadanos cuando tienen la ocasión de explicar pormenorizadamente sus pensamientos, dudas o matices que toda cuestión puede tener. Así esta conciencia proteccionista no está tan generalizada como muestran los datos, y en la mayoría de los casos, está pero muy matizada. Por tanto, el alto porcentaje obtenido de quienes ven el paisaje como un bien a proteger para el futuro, es posible que esté influido por la deseabilidad social.

Lo que muestra el análisis cualitativo, es que el paisaje, cuando aparece en un discurso más cotidiano y más amplio del territorio, aparece ligado a la forma de ganarse la vida. Mientras que, cuando este discurso se sitúa directamente en el paisaje, sin mediaciones, tiende a vincularse con su dimensión más ideal. Por esta razón, la encuesta produce tales resultados, pues sitúa a los entrevistados directamente en el mundo ideal del paisaje. Apareciendo este revestido de una mística, de algo que tiene valor en sí mismo y tiene que preservarse para las generaciones futuras. Así un análisis más en profundidad de los discursos nos hace ver que el paisaje, como postal, no es para todos. Es decir, las representaciones sociales dependen de la posición social que la gente ocupa. No pertenecen por tanto, al conjunto de la población como un todo homogéneo, sino a distintos grupos y colectivos que sostienen posiciones e imágenes diferentes. Las dimensiones sociales más relevantes ligadas a quién tiene más o menos conciencia en el cuidado del paisaje son: la económica y la educativa. No obstante, no son las únicas posiciones sociales asociadas a las valoraciones del paisaje.

Así de forma general y para no extendernos en este tema, se ha observado que aquellos que desarrollan una actividad como tal, y que por tanto, mantienen una relación con el territorio que hemos denominado de producción, observan este como un recurso, un medio o soporte de vida y es más, no perciben el paisaje como tal. Es decir, desde esta posición el paisaje es para aquellos que salen a contemplarlo y a disfrutarlo en definitiva a consumirlo.

“-Hombre, porque en la Alpujarra el paisaje, que gusta verlo.

-Allí es paisaje, aquí es vega...

-Aquí, prácticamente....

-Como no te vayas a la Sierra de Loja... Que subimos por allí por un carril, allí echas, allí en la sierra si ves paisaje. Allí en los tajos, que hay un nacimiento de agua que eso pertenece también a Loja. Eso sí tiene un paisaje bonito, unos tajos allí grandes, el agua cayendo, que hay una catarata allí, cayendo agua (E05a: maquinista de tren; E05b constructor).

Los que en su actividad diaria, laboral, crean, conservan o transforman los paisajes, sin ser este su cometido, son principalmente los agricultores y ganaderos. Pero no consideran su entorno cotidiano como paisaje, desde su punto de vista, las tierras de labor no son paisaje, son territorio.

“-Aquí paisaje tampoco hay mucho, porque tiene que haber más espacio...

-¿Cómo dice?

-Que para ver el paisaje, por ejemplo, allí en ese cerro, si se ve toda la costa, toda la costa de granada casi entera” (E09a: Sierra Nevada, hombre, ganadero trashumante).

Esto no quiere decir que no le den valor al paisaje, sino que el territorio es para usarlo, su medio de vida es este y el paisaje es otra cosa. Refiriéndose a una imagen donde se aprecian unos invernaderos:

“- Si da trabajo, pues que estén.

- Pero la tierra, es muy difícil compensar trabajo con Con lo bonito.

-Es que es una lástima, de tanto veneno.

-¿Qué dice? Que es difícil qué?

-Compensar la naturaleza con el progreso porque... el invernadero da mucho trabajo, ahora ---¿Qué contrapartida tiene y qué...? Tiene lo que tiene.

-El único problema que tienen los invernaderos es que necesitan mucha agua” (G02” Montes-Alhama, autóctonos, con relación con el territorio-ocio).

Se observa cierta discrepancia entre la apreciación de los valores territoriales entre autóctonos y forasteros residentes en la misma zona. El territorio es paisaje sobre todo para los que vienen de fuera, para los residentes en zonas urbanas. Tiende a ser visto como mero marco de vida, sostén de las actividades económica, especialmente agrarias, por los que allí viven y sobre todo, de ello viven. Todo nos hace pensar que el paisaje también pertenece, de alguna manera a los visitantes de origen más lejano, aunque su paso sea corto y no se repita.

CONCLUSIONES

Un catálogo de paisajes es un instrumento que ha de servir para la intervención pública en la materia, como inspirador u orientador de normas. De la misma forma, el Catálogo de paisajes de la provincia de Granada fue concebido como aportación al conocimiento y sensibilización social sobre los paisajes. Además de su amplio cometido, se observaron una serie de cuestiones que complejizan esta labor: el paisaje es un tema diverso, amplio y abstracto; la deseabilidad social entorno a su valoración y protección es muy potente; no hay una clara y consensuada definición del paisaje; la provincia de Granada es amplia y compleja.

La simple recopilación de información nos puede llevar a conclusiones erróneas como hemos visto, que la población señale en una encuesta o taller que tienen una actitud claramente conservacionista con sus paisajes puede chocar con la realidad. Por una parte porque aquellos que han participado en talleres y encuestas tengan cierta predisposición, inquietudes acerca de este tema; además de la ya mencionada deseabilidad social. Esto explica en parte el porqué de los fracasos de muchas medidas públicas, aprobadas con el consenso de la ciudadanía, es decir, después de haberse llevado a cabo un proceso de participación pública. Y otro asunto que hemos descubierto cardinal, es que sean los propios ciudadanos quienes se acerquen al tema de estudio, que definan qué entienden por paisaje y cómo de importante es para ellos.

En definitiva, la investigación social es también participación y a veces es preferible a procesos ingenuos de participación. Esta puede tener sentido en casos como el urbanismo, hacer o no una plaza, o la forma que esta puede tener. Es decir cuestiones donde no se somete a debate el modelo general de intervención pública. La investigación social, permite visibilizar aquellos puntos de vista o discursos que no son perceptibles por el sesgo de la visibilidad social o bien porque directamente no son tenidos en cuenta. A la hora de diseñar un proceso de participación social no hay una receta única, sino deberemos estudiar el caso en particular y adaptar la metodología al tema concreto de la consulta. Lo que conviene se mueve entre lo deseable y lo posible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONDE GUTIÉRREZ, F. (2009), *Análisis sociológico del sistema de discursos*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

FONT J., DELLA PORTA, D. & SINTOMER, Y. (2012), "Presentation. Methodological challenges in participation research" en *Revista internacional de sociología*, 70: 9-18.

NOGUÉ, J. (2007), *La construcción social del paisaje*, Madrid, Biblioteca Nueva.

NOGUÉ, J. & SAN EUGENIO DE, J. (2011), "La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada" en *Revista de Geografía Norte Grande*, 49, 25-43.

OLIVA, J. & ISO, A. (2014), "Diseños metodológicos para la planificación participativa del paisaje" en *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 27: 95-120.

PAGANI, M.L. (2009), "Decisiones metodológicas en torno a una política de participación ciudadana ¿Cómo estudiar la articulación entre el sujeto y el colectivo?" en *Cuadernos de H Ideas*, 3.

ROTH DEUBEL, A. & BERNAL, E. (2014), "Metodología Q: una alternativa para la participación en la reforma de la política de educación superior en Colombia" en *Ciencia Política*, 9, 18: 237-264.