

ENSAYO DE “GEOGRAFÍAS PERSONALES” EN SEVILLA

*Sofía de la VEGA BENAYAS **

1. INTRODUCCION

El espacio que nos rodea permite un doble análisis geográfico. En uno, el investigador adopta, voluntariamente, una actitud destacada de aquél, es decir el espacio es considerado como objeto de observación; en el otro, el punto de partida lo constituye el individuo y su relación con su propio medio.

El segundo quehacer geográfico se vincula a la filosofía fenomenológica que, al incorporar el mundo subjetivo de la persona, hace del “yo” el centro del mundo. En este caso el geógrafo estudiará los paisajes a través de las reacciones vividas de los habitantes; se ocupará, por tanto, del espacio personal que, lejos de ser neutro, será subjetivo y afectivo.

Haciendo un símil biológico, como facilidad expositiva, se utilizará, en este último caso, un método “in vivo” mientras que, en la primera modalidad de análisis, en la del espacio-objeto, lo será “in vitro” (RIMBERT, 1973, 234). Ambos métodos responden a dos formas de comprender la realidad. En el examen “in vitro” se parte de datos objetivos y objetivables, se deja la atención en las acciones visibles y externas del hombre; en el “in vivo”, en cambio, el científico se ciñe a las visiones subjetivas de los individuos. Estos dos puntos de mira corresponden, pues, a dos respectivos enfoques, denominados por BAILLY (1979) macro y microgeográfico.

El estudio que presentamos pretende aproximarse a esta última óptica, ya que se trata de una encuesta directa distribuida entre un grupo de estudiantes de la Facultad de Geografía e Historia de Sevilla, con el fin de conocer su sentido del espacio.

* Profesora Titular de Geografía Humana. Universidad de Sevilla

1.1. La geografía de la percepción y del comportamiento

Antes de penetrar en nuestra investigación, a modo de referencia y valoración crítica de ésta, nos ha parecido oportuno introducir una sucinta reflexión teórica sobre la Geografía de la Percepción y del Comportamiento. Esta Geografía parte del supuesto de la existencia de imágenes del medio en la mente del hombre y su posibilidad de medirlas, así como de la estrecha vinculación entre la imagen mental y el comportamiento en el mundo real. La medición continúa siendo el punto débil de este enfoque geográfico, al ser susceptible de intervenir, en estos estudios, la propia subjetividad del investigador (ESTEBANEZ, 1981; LUIS 1984, 103).

La formación de imágenes mentales es consecuencia de percibir. Verbo que, como es obviamente conocido, procede del latino *percipio* cuya riqueza en significados (tomar, coger, ver, sentir, entender, comprender, etc.) explica, casi por sí mismo, el mecanismo de la percepción. Este es un proceso en cadena constituido por cuatro eslabones: realidad-información-imagen mental-comportamiento, con todas las interacciones y retroacciones que ello conlleva.

Las informaciones proceden del mundo real, las cuales se filtran, directamente, a través de los sentidos e indirectamente por los medios de comunicación. Durante el curso perceptivo el individuo tiene, en un primer momento, una intervención estrictamente biológica: responder a los estímulos del medio. Pero cuando aquéllas penetran en la conciencia, el hombre, como ser pensante y memorizante, las selecciona y jerarquiza, dotándolas de una significación y un valor acorde con su personalidad (factor psicológico) y con su propio medio cultural, social y económico.

De este proceso, subsistirán imágenes y representaciones mentales del mundo real, pero por el mecanismo explicado, no serán reproducciones exactas del mismo, sino que sufrirán desviaciones y modificaciones. Ambas están motivadas por la limitación innata y/o adquirida de los sentidos, por las diferentes fisiologías de los individuos, por el carácter subjetivo de las sensaciones en el cerebro, por la degradación sufrida por la información a causa de la distancia, etc.

Las imágenes mentales conllevan decisiones y actitudes, lo cual entraña el comportamiento humano, último eslabón de la cadena perceptiva, capaz de influir en el mundo real.

Concluimos este epígrafe, subrayando que el individuo o grupo sólo percibe directamente del medio real, su espacio vivido o “de vida” e indirectamente otros sectores. Asimismo, un mismo mensaje puede originar diferentes imágenes mentales, lo que conduce a actuar diversamente. Y es que el comportamiento espacial es una función de la imagen y ésta representa el vínculo entre el hombre

y el medio (DOWN, 1970, 70). De ahí que cada individuo posea una "geografía personal".

1.2. El objetivo del trabajo

El presente artículo aborda un análisis del centro de Sevilla en un enfoque microgeográfico, el de las "geografías personales". Con el método "in vivo", examinaremos las visiones subjetivas de una serie de individuos y el tipo de relación que les une con ese medio que les brindamos y al que consciente y voluntariamente se le ha denominado centro, sin adjetivación alguna. Nos llevó a esa actitud la consideración que cualquier apelativo al referido nombre pudiera engendrar condicionamientos o perplejidades en la percepción de los sujetos.

En más de una ocasión he aludido a la ambigüedad o equivalencia con que son empleadas expresiones tales como centro, centro urbano, centro del centro, centro histórico, casco histórico, núcleo antiguo, etc., cuando responden a medios urbanos distintos. Por tanto, me resultaba sugerente descubrir, en los protagonistas de esta investigación, las posibles imágenes mentales y realidades percibidas tras el flujo de información que, sobre ese espacio, pudiera transmitirles la expresión "centro"; interesaba dilucidar las convergencias y divergencias de sus realidades subjetivas así como sus comportamientos espaciales y sus juicios compartidos e idiosincráticos, únicos. "Cada persona es única al vivir en un tiempo y en un espacio únicos" (ESTEBANEZ, 1981, 18).

Por último, al haberse ya investigado el centro de Sevilla de forma objetiva, "in vitro", con su consiguiente esclarecimiento espacial y sus conclusiones (VEGA BENAYAS, 1989) surgía la posibilidad, con este segundo tipo de análisis, de comparar la aproximaciones y desviaciones entre los dos enfoques, el macro y microgeográfico.

1.3. El método de la encuesta

Como señalamos al principio, este trabajo se ha realizado por el método de encuesta. Fue contestada de forma escrita por 138 estudiantes, durante un espacio de tiempo de hora y media. Estos pertenecían a los cursos primero, tercero y quinto de la carrera de Geografía e Historia; los del último se integraban en la Sección de Geografía. Las edades oscilaban entre 18 a 23 años.

La selección de estos tres escalones de análisis se justifica pensando que, en razón a su diferente nivel informativo y formativo, podrían aportar distintas y

variadas versiones personales del espacio encuestado. Los alumnos de primero, por su todavía muy precaria información humanística, ofrecerían evocaciones de una mayor espontaneidad, mientras que en los restantes, y máxime los de quinto y último curso de carrera, sus impresiones mentales estarían más condicionadas por sus conocimientos teóricos sobre la ciudad. Sorprendentemente no ha sido así y, al no darse en sus respuestas contrastes destacados, hemos englobado a todos en un único análisis. En conjunto forman una categoría bastante homogénea, por su edad y ocupación.

La encuesta consta de 26 preguntas. Es una reelaboración sobre la realizada para el estudio del centro de Milán (BIANCHI Y PERUSSIA, 1978), introduciendo una serie de modificaciones y añadiendo algunas preguntas.

Las cuestiones que se pide responder a los estudiantes son las siguientes:

1. La edad, el sexo y el lugar de residencia (Sevilla o pueblo).
2. Si piensas en el centro de una ciudad, ¿qué significa para ti?
3. Si te marcharas de Sevilla, ¿qué es lo que recordarías del centro?
4. ¿Cuál es para ti el símbolo o lo más significativo del centro?
5. Dibuja un plano esquemático del centro que sirva para orientarse a un amigo que desconoce Sevilla. Señala los elementos urbanos que consideres más significativos: calles, plazas, edificios, distritos, etc.
6. ¿Cuántas veces vas al centro de Sevilla? (durante el mes, la semana o nunca).
7. ¿Te gustaría ir más, menos o igual que hasta ahora?
8. ¿Vas por la mañana, por la tarde, por la noche?
9. ¿Prefieres ir los días de fiesta o los laborales?
10. ¿Hay alguna época en el año que lo visitas más?
11. Cuando vas al centro, ¿cuál es la parte que más frecuentas?
12. ¿Qué motivos te llevan a ir al centro?
13. ¿Qué medio de transporte utilizas?
14. ¿Te gusta el centro de Sevilla?
15. ¿Cuál es para ti la principal actividad del centro?
16. Indica lo que menos te gusta del centro.
17. ¿Qué propondrías para mejorarlo?
18. ¿Distinguirías el centro de la ciudad si te hicieran dar vueltas por Sevilla con los ojos vendados?
19. ¿El centro tiene para ti un aspecto particular?
20. ¿Y lo que le rodea?
21. ¿En qué parte de Sevilla se encuentra el centro?
22. ¿Cuáles son para ti los límites del centro?

23. ¿Cuáles son las principales calles que conducen al centro?
24. ¿Qué adjetivo crees que califica mejor al centro?
25. ¿Hay en la ciudad otras zonas o barrios a las que prefieras ir mejor que al centro?
26. ¿Qué te motiva ir a ellas?

Las preguntas no siguen un orden secuencial del principio al fin. Contienen distintas finalidades y propósitos. Para un más fácil y ágil análisis las hemos reunido en bloques, relativamente homogéneos, de acuerdo con sus perspectivas y objetivos. Igualmente se ha establecido un código para cada posibilidad de respuesta.

Los aspectos extraídos del cuestionario afectan a lo siguiente:

- la identificación del alumno en su edad, sexo y domicilio (1);
- el significado de un centro de ciudad, en general (2);
- la imagen del recuerdo, de lo importante y la imagen visual (3, 4 y 5);
- el grado de frecuentación (6, 7, 8, 9 y 10);
- la práctica social y el uso de ese espacio urbano (11 y 12);
- la accesibilidad según los medios de transporte (13);
- juicios sobre el sector y propuesta de soluciones a los posibles problemas (14, 15, 16 y 17);
- otras nuevas representaciones mentales, así como la distinción entre centro y periferia (18, 19 y 20);
- localización y delimitación del centro (21, 22, 23 y 24);
- información y percepción de otros espacios (25 y 26).

1.4. La identidad de los encuestados

El 86,2 por ciento de los 138 encuestados residen en la propia Sevilla. Los restantes se dispersan entre los núcleos de población que integran el Área Metropolitana (ALMOGUERA, 1989) (11,6%) y en otros más alejados de ésta (2,2%). (Cuadro n.º I)

CUADRO I
PROCEDENCIA GEOGRAFICA

Distritos	N.º	%	Pueblos	N.º	%
X Macarena	19	16,0	Viso del Alcor	3	15,7
V Parque	18	15,1	Alcalá Guadaíra	3	15,7
III Triana	15	12,6	Bormujos	2	10,5
VI Nervión	15	12,6	Bollullos Mitación	2	10,5
I Casco N.	14	11,7	Tomares	2	10,5
IX San Pablo	12	10,1	Mairena Alcor	1	5,3
IV Los Remedios	10	8,4	Dos Hermanas	1	5,3
VII El Cerro	9	7,6	Castilleja Cuesta	1	5,3
II Casco S.	6	5,0	Lebrija	1	5,3
VIII Torreblanca	1	0,8	S. José Rinconada	1	5,3
			Fregenal Sierra	1	5,3
TOTAL	119	100,0		19	100,0

El cuadro muestra el escenario espacial de la población estudiantil en y fuera de la ciudad. Los que viven en ella están diseminados por los diez distritos que, hasta el momento y por breve tiempo, la seccionan. En realidad son seis los que aglutinan la población más numerosa y de cercanas proporciones, oscilando entre 15 y 10 por ciento; dichos distritos están ubicados al norte (Macarena), sur (Parque), este (Nervión), oeste (sector Triana) y casco histórico norte. Por debajo de diez, las cotas más altas corresponden a Los Remedios (sector del distrito oeste); las más bajas al distrito de Torreblanca que, por sus particularidades socioeconómicas, ocupa como siempre las últimas filas (VEGA BENAYAS, 1989a). La situación minoritaria del casco sur es comprensible, porque al producirse el fenómeno centro urbano, en una buena porción de él, su vecindario es muy escaso (VEGA BENAYAS, 1989b).

Me ha llamado la atención, como algo paradójico, que el 50% de estos individuos desconozcan tanto el nombre como el número del distrito en el que habitan.

Teniendo presente mi investigación sobre el centro urbano, el interés de este epígrafe reside en saber si la distancia podrá pesar en su percepción y cognición, en el caso que sus referencias se aproximaran a las más.

Veamos como son las geografías personales del colectivo estudiantil.

1.5. El significado de un centro de ciudad

Con la segunda pregunta de la encuesta vamos a dilucidar el significado o los significados que para estos estudiantes tiene el centro en cualquier ciudad. Las

respuestas han confluído en una variada gama de ideas personales que hemos codificado según su afinidad. En éstas se advierte cómo está muy presente la representación que se tiene del de Sevilla y cómo su evocación se deriva de una práctica social muy concreta y de su propia experiencia urbana. Tanto es así que algunos, erróneamente, la mencionan o se refieren a ella. (Cuadro n.º II).

CUADRO II
EL SIGNIFICADO DE UN CENTRO

Significado del Area	Menciones	
	N.º	%
Concentración de actividad	77	38,5
Histórica-Monumental	47	23,5
Frecuentación y atracción	41	20,5
Simbólica y cultural	22	11,0
Ocio y Turismo	9	4,8
Optima localización	4	1,0
TOTAL	200	100,0
No contestan	18	

El 87 por ciento de los estudiantes aporta una serie de respuestas que se agrupan en 200 menciones. El más alto número de ellas (77) cifra el significado de un centro en la concentración de actividad, haciendo hincapié en las comerciales (47) más que en las administrativas (16), financieras (3), culturales (3). Otros no llegan a especificar (8).

Los que ponen el acento en el valor histórico y monumental (47) es por estimarlo como la "zona más antigua de la ciudad", el "núcleo primitivo de la ciudad" (7) o donde se da la mayor concentración de monumentos históricos (6).

Hay quienes valoran un centro como lugar de atracción y de frecuentación (41), ya para divertirse (13), ya como "encuentro de todos los grupos sociales de la ciudad" (13) o porque "allí se encuentra de todo" (7). Algunas respuestas únicas resultan expresivas, por ejemplo: es un área "de reunión de jóvenes", "es un imán" o "es un lugar donde siempre se acaba yendo". Otros lo consideran área simbólica y cultural, pensando que es la "esencia y símbolo de la ciudad" (18), "centro cultural" (7) y "corazón de la ciudad".

De los dos últimos significados merece la pena resaltar lo de ser “punto de referencia” (2) o evaluarlo como una “buena localización para el ciudadano periférico”.

La madurez en las respuestas en personas de corta edad denota un sentido del espacio y un esquema mental muy decantados. Pueden haber ido configurándose durante la infancia y adolescencia, como algunos autores opinan (cit. en Capel, 1973, 115). Proceso muy normal en las ciudades de tradición como las europeas, donde el centro es siempre una de las áreas que forma parte de la imagen mental y familiar de sus habitantes. En el caso de Sevilla quedó claramente confirmado (VEGA BENAYAS, 1989).

2. EL RECUERDO, LO IMPORTANTE Y LA IMAGEN VISUAL

Los resultados de la pregunta anterior sirven de preámbulo para entrar en materia. Las respuestas, con su gama de ideas y palabras, están cargadas de significados. Manifiestan el sistema de valores urbanos que impregna el medio cultural en el que se desenvuelve la vida de estos jóvenes. Precisamente, ello nos movió a reunir, en un bloque de análisis, las cuestiones 3, 4 y 5. Por medio de ellas tratamos de ofrecer una perspectiva integradora sobre la imagen del centro, ya que con ambas se concilian representaciones simbólicas y morfológicas; se conjugan elementos que intervienen en la relación con el centro o medio percibido, ya sean de significación o visuales. En este segundo aspecto seguiremos el método gráfico de LYNCH. Como es sabido, este autor sólo adoptó la perspectiva de la forma y pasó por alto, de acuerdo con sus fines de análisis, la de la significación (1984, 61), por lo que fue ampliamente criticado.

Sin necesidad de imágenes gráficas, la pregunta 3 puede, asimismo, aportar representaciones visuales, además de otros aspectos.

La imagen del recuerdo y de lo importante (preguntas 3 y 4) se han agrupado en categorías. Por una parte, las que tienen que ver con las estructuras físicas, es decir con todo aquello construido por el hombre (edificios, calles, nodos, etc.). Por otra, las que se refieren a aspectos sociales y económicos. Los resultados de la pregunta 5 deparan la imagen colectiva sobre el paisaje urbano del centro.

2.1. El recuerdo

La facultad creadora de la memoria entra en juego en este punto de análisis. Ella registra y guarda, únicamente, los mensajes que tienen una significación.

Ordena y esquematiza las informaciones, creando símbolos que influyen en las actitudes. El sujeto en el proceso cognitivo selecciona aquéllos, de acuerdo con su experiencia y su sistema de valores.

Por ello, para analizar la memorización de estos estudiantes se les pregunta qué recordarían del centro si se marcharan de Sevilla. Las respuestas quedan consignadas en el cuadro n.º III

CUADRO III
EL RECUERDO DEL CENTRO

Elementos estructur.	Menciones		Aspectos sociales	Menciones	
	N.º	%		N.º	%
Edificios	114	37,4	diversión	39	12,8
Calles	53	17,4	densidad	38	12,5
Nodos	38	12,5	atracción	12	3,9
			actividad	11	3,6
TOTAL	205	67,2	TOTAL	100	132,8

Frente a una muy pequeña proporción de amnésicos, 5,8 por ciento, el 94,2 ha tenido capacidad de recordar. En sus 305 menciones se entremezclan la memoria visual y elementos sociales. Lo que se "recuerda" y se "ve" desde el exterior son, esencialmente, elementos estructurales, en el decir de LYNCH, sea formas físicas (67,2%) y entre ellas las de los edificios de carácter monumental (37,4%). Por sus menciones, la Catedral (46), los "monumentos" (32) y la Giralda (24) son los más evocados de la selección de sus recuerdos.

En segundo lugar (17,4%), se retiene, fundamentalmente, la peculiar morfología, la tortuosidad, estrechez y pintoresquismo de "las calles típicas" (11,8%). Muy pocos suministran nombres y hasta la famosa calle Sierpes, la más citada, sólo estuvo en la memoria de 12 estudiantes. El que subsista in mente la riqueza topológica de este paisaje urbano, propio de los cascos históricos europeos, prueba el gran atractivo que ejerce en los individuos, por "inspirarles sensación de seguridad y capacidad de exploración" (RIMBERT, 1973, 235).

Menos remembranza tienen los nodos (12,5%) , puntos de confluencia y espacios, también, de sociabilidad. Para los estudiantes esto lo cumple el barrio de Santa Cruz, por ello más de la mitad se acuerda de él (22) y mucho menos de la Campana (6), Plaza Nueva (3), Alfalfa (2), Triunfo (2), San Francisco (1), Encarnación (1) y Gavidia (1).

Otra proporción de respuestas ha permitido extraer rasgos sociales. Suministran información, especialmente, sobre la diversión y la densidad social percibidas. En el primer caso, hay una evocación de “el ambiente” (25), los bares y tascas (14). En el segundo, “el bullicio y la concentración de personas” (25) y en mucho menor grado, “el gran tráfico” (4) constituyen características perceptivas que han quedado marcadas en su memoria. Más adelante volveremos sobre ese aspecto.

La evocación de la atracción se centra en el “atractivo comercial” (11) y en la “sensación de unión” (1). Por último, 11 estudiantes sólo memorizarían de centro aspectos económicos o funcionales, como “la gran e intensa actividad”.

2.2. Lo importante

Identidad, estructura y significado constituyen los componentes de la imagen ambiental, según LYNCH. Sin embargo, aún reconociendo que actúan conjuntamente, él se detuvo en los dos primeros y, voluntariamente, marginó el último en el cual vamos a centrarnos. Los significados ayudan a que los elementos de la ciudad se destaquen. Ellos pueden comprobarse dentro de un grupo social o ser unos significados de carácter personal (RAPOPORT, 1978, 120). Ante esta reflexión, algunos autores como LEDRUT (1973), defienden que la imagen de la ciudad en el sujeto es, sobre todo, simbólica, siendo la estrictamente visual (la que propicia LYNCH) secundaria. Que la ciudad es evocada, sobre todo, mediante significaciones que derivan de la práctica social concreta, de la experiencia urbana; que esta evocación se realiza no sólo por imágenes sino también por palabras, ideas o sentimientos. Perspectiva unilateral y no compartida por los que adoptan una actitud integradora. En su opinión, lo más probable es que la imagen de la ciudad incluya elementos visuales y simbólicos (cit. en CAPEL, 1973, 107).

Lo que los estudiantes perciben como significativo del centro se expone a grandes rasgos en el cuadro n.º IV. Son las respuestas del 92 por ciento de los que se han expresado.

CUADRO IV
LOS SIMBOLOS DEL CENTRO

Elementos estructurales	Menciones		Rasgos sociales	Menciones	
	N.º	%		N.º	%
Edif. Artísticos	127	56,3	diversión	9	4,0
Edif. de activ. económica	22	9,7	densidad	8	3,5
Nodos	36	16,0	tipismo	1	0,4
Calles	22	9,7	desorden	1	0,4
TOTAL MENCIONES	207	91,7		19	8,3

La ciudad se evoca no sólo con imágenes mentales sino también con palabras, ideas y sentimientos encontrados, lo que confirma la tesis de LEDRUT (1973).

El conjunto de los datos, 226, refleja la prioridad que han concedido a algunos signos. Expresan con ello el sentido que poseen de ese espacio. En su estructuración simbólica, hay casi unánime convergencia (91,7%) en vincular lo singular del centro con determinados elementos morfológicos de su paisaje, destacando, muy por encima, los edificios de carácter artístico (56,3%). Su imagen está ligada, fundamentalmente, al pasado, a la historia. Identifican el centro con los monumentos antiguos, por tanto, su aprehensión y significación es a través del "espacio-museo" (LEDRUT, 1973). La catedral y la Giralda constituyen, sin duda, los símbolos de más realce para la mayoría estudiantil con sus 100 menciones.

Inferiores resultan las alusiones al centro "vivo", como conjunto de edificios de función estrictamente económica. Pese a todo, no falta quien se represente el centro en las "tiendas y grandes almacenes" (16); o "El Corte Inglés" (5) e incluso en los Bancos (1).

Nodos y calles despiertan menor evocación, salvo el barrio de Santa Cruz y la calle Sierpes.

En un menudo colectivo (8%), lo representativo reside en la dimensión social. Resaltan, por un lado, la diversión ("bares, discotecas, el ambiente" (9)); por otro, aspectos que entrañan una valoración negativa, como la densidad (concentración, gente, bullicio y tráfico (8)) y hasta "el desorden". Juicios que forman parte del criterio perceptivo de los esquemas lógicos que hacen referencia a la organización o funcionamiento de un espacio urbano dado o de la ciudad en general (BAILLY, 1979, 55). Volveremos sobre ese punto.

2.3. La imagen visual

Todos los sentidos son medios de unión entre el mundo y el sujeto, pero el visual es el más utilizado por ser más fácil de compartir y de usar en comunicación. Es el sentido “mayor”. Esta circunstancia ha contribuido a la confusión entre visualización y percepción.

El sistema visual, y en menor grado el oído, proporcionan un modo de percepción “alocéntrica”, centrada en el objeto, es decir “en la objetivación, en la comprensión, en la direccionalidad y en la atención” (RAPOPORT, 1978, 177). Proporciona, por tanto, mucha más información que los otros sentidos que ofrecen una percepción “autocéntrica” o centrada en el sujeto. Son más físicos que intelectuales, de fuerte vínculo con el placer y el confort. El comportamiento, a través de ellos, tiende a controlarse desde el medio ambiente y no desde el conocimiento.

Siguiendo el método gráfico de LYNCH, examinaremos la imagen esencialmente visual del centro a través de la estructura de los planos mentales confeccionados por cada uno de los consultados. Dicha estructura se puede analizar mediante la teoría topológica de grafos que clasifica los componentes principales del paisaje urbano en sendas, bordes, barrios, nodos, mojonos o hitos (1985, 61-64).

Sendas: son los conductos que sigue el individuo normal, ocasional o potencialmente. Pueden estar representadas por calles, líneas de tránsito, canales o vías férreas. Para muchas personas son los elementos preponderantes en su imagen, porque observan la ciudad mientras pasan por ellas y les sirven para organizarse y conectar con los demás elementos ambientales.

Bordes: forman los elementos lineales que el transeúnte no utiliza o no considera como senda. Son los límites entre dos fases, rupturas lineales de la continuidad, tales como playas, cruces de ferrocarriles, muros..., constituyendo referencias laterales y no ejes coordinados.

Barrios o distritos: constituyen secciones de la ciudad. El observador entra “en su seno” mentalmente y las reconoce como si tuvieran un carácter común que las identificara.

Nodos: puntos estratégicos de una ciudad a los que se puede acceder. Constituyen los focos intensivos de los que parte o a los que se encamina una persona. Pueden ser, ante todo, confluencias, cambios o paradas de transporte, estaciones o una convergencia de sendas, donde la gente debe hacer una pausa o tomar una decisión. También se incluyen aquí concentraciones de diversas características cuya importancia se debe a ser condensación de determinado uso, como una esquina o plazas claramente individualizadas.

Mojones o Hitos: son puntos de referencia externos, ajenos al observador. Objetos físicos definidos con bastante sencillez y fácilmente advertidos por el ciudadano, sirviéndole de guía en la ciudad (un edificio, una tienda, una señal...). Su uso implica la selección de un elemento entre una multitud de posibilidades. Se trata de claves de identidad y parece que se confía cada vez más en ellas, a medida que el trayecto se hace más familiar. El número de mojones percibidos aumenta con el conocimiento de la ciudad o grado de familiaridad del observador con su contorno urbano.

Cuando el individuo puede identificar estos elementos físicos, o sea cuando puede "leer" el espacio real, le resulta más fácil orientarse y su comportamiento espacial se hace más racional y satisfactorio. La combinación de todos ellos le ayuda, mentalmente, a estructurar el medio urbano y darle una identidad y un sentido. Sin embargo, LYNCH se contentó con presentar imágenes colectivas de aquél, "en lugar de investigar los elementos invisibles que le confiere una significación" (BAILLY, 1979, 34).

La imagen ambiental, o del medio, será, pues el vínculo estratégico en el proceso de orientación y se la utilizará para interpretar la información y orientar la acción.

La tipología de elementos no existe en la realidad de forma aislada o totalmente definida. Por lo regular se superponen e interpenetran. En una ciudad, por ejemplo, un mismo elemento puede ser apreciado de dos maneras distintas. una autopista puede ser un borde para un peatón y una senda para un conductor. Este hecho, señalado por LYNCH, hemos podido comprobarlo en nuestros mapas mentales.

La labor ha consistido en considerar cada uno de los esbozos mentales de los encuestados y contabilizar todos los elementos diferenciados que aparecen en ellos, adscribiéndolos en los grupos que hemos definido anteriormente. Los resultados, para un total de 1.986 menciones, se ilustran en el cuadro n.º V y nos dan idea de cuáles son los que han predominado en la estructuración y organización del espacio subjetivo.

CUADRO V
ELEMENTOS DEL PAISAJE

Elementos singulares	N.º	Menciones
		%
Nodos	677	34,1
Mojones o Hitos	629	31,7
Sendas	479	24,1
Bordes	146	7,4
Barrios o Distritos	55	2,8
TOTAL	1986	100,0

Nodos (34,1%) e hitos (31,7%) constituyen las categorías más netamente percibidas, sirviéndoles prioritariamente para orientarse y conectarse. Extraña que ello no ocurra en las sendas, en términos de cantidad. Por su ausencia de uniformidad, dado su trazado laberíntico, pareciera lógico que hubieran suscitado fuertes estímulos ópticos. Sin embargo, ocupan un tercer lugar (24,1%) en la legibilidad del espacio. Los bordes y barrios o distritos son los más débilmente distinguidos.

En la figura n.º 1 exponemos el ejemplo de un plano mental confeccionado durante la encuesta. Nos ha parecido el más representativo. Ejemplifica una imagen individual, única, de ese medio geográfico, que será "su" medio geográfico. Para su autor aquélla será el eslabón que medie entre el espacio real del centro y su comportamiento, puesto que ha sido elaborada según su vivencia y uso. Por ello, para comprender su actitud y su relación con ese medio es imprescindible penetrar en la imagen. Esta "actúa como un campo magnético: el comportamiento gravita hacia la parte más valorada de ese campo" (BOULDING, 1956. Cit. en ESTEBANEZ, 1981, 16).

La imagen mental "pública" del centro (figura n.º 2) es resultado de la superposición de muchas individuales. Su formulación se ha llevado a cabo, marginando de los cómputos aquellas imágenes mantenidas por una insignificante población, menos de 1,5 por ciento, para tener en cuenta sólo las más compartidas.

No obstante, en la imagen colectiva existe un componente participativo y otro idiosincrático. Al ser cada representación individual distinta tiene un cierto contenido que rara vez o nunca se comunica (LYNCH, 1985, 61).

La frecuencia de las menciones, tal como lo refleja el gráfico, me ha conducido a establecer una jerarquía de órdenes, lo cual contribuirá a desvelar la función de la forma.

FIGURA 1

EJEMPLO DE PLANO MENTAL

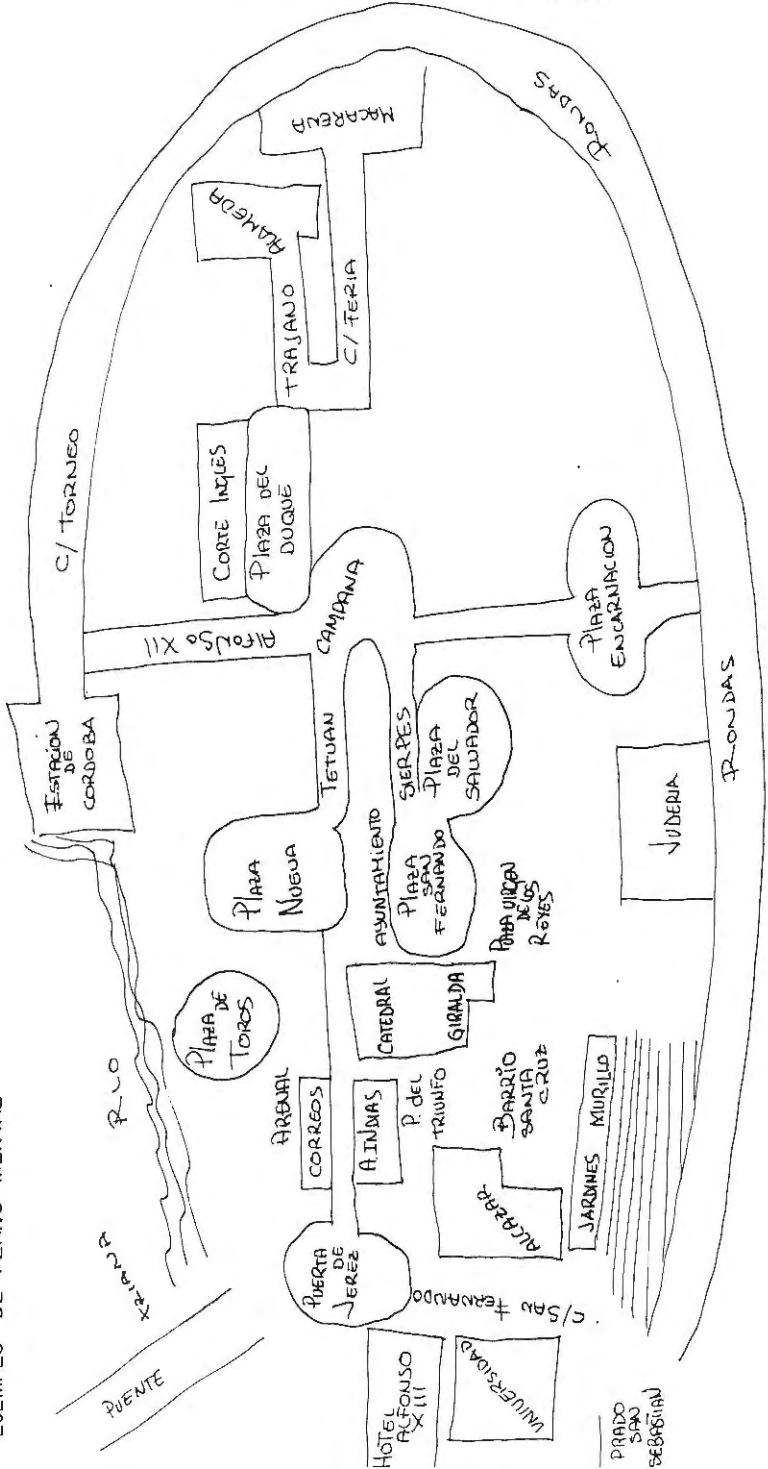
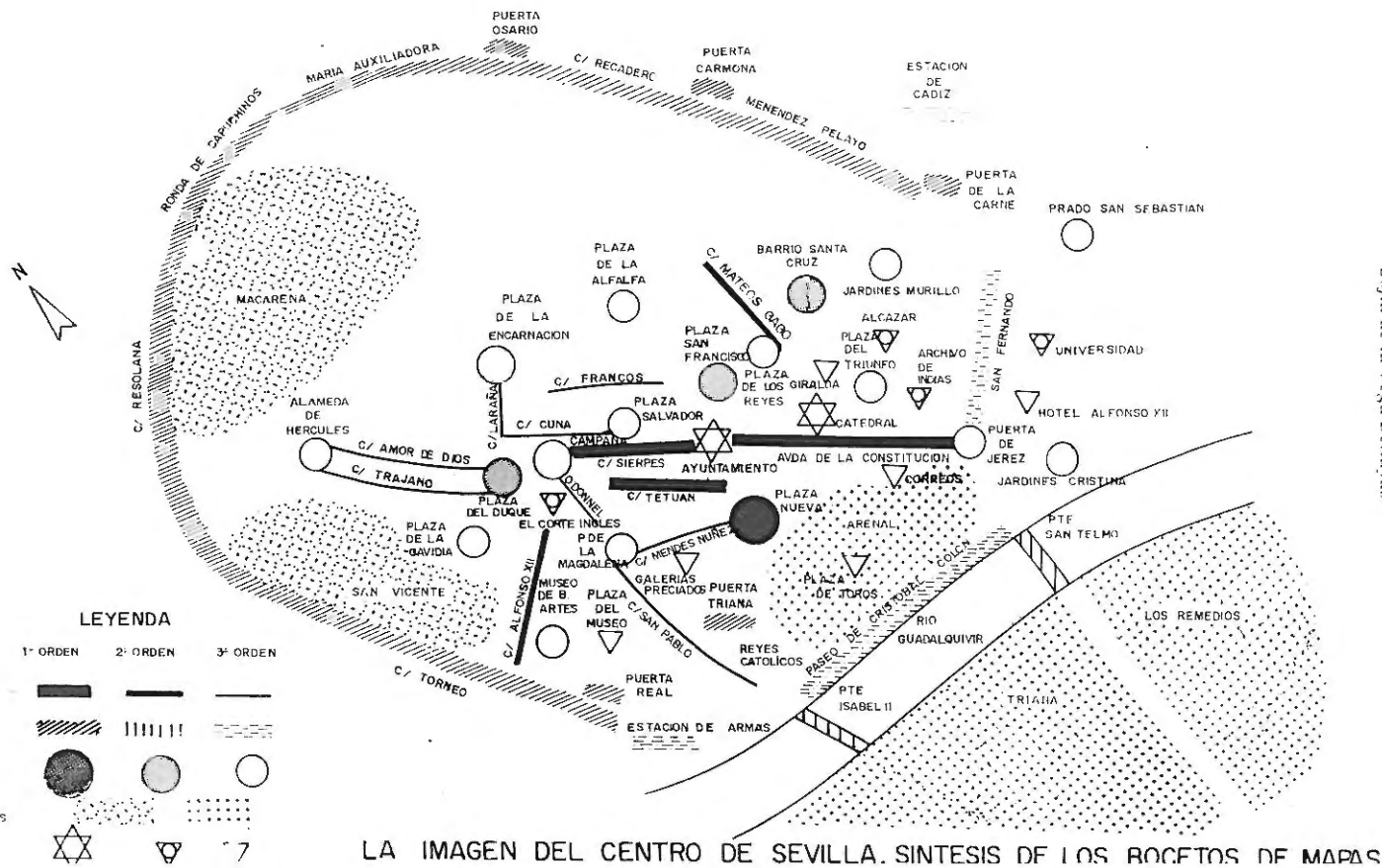


FIGURA 2



En los nodos (677), conforme la definición anterior y las valoraciones interiores de los estudiantes, se han incluido el barrio de Santa Cruz, jardines y el Prado de San Sebastián, al que llaman “el Prado”. Sin embargo, no son sus referencias principales. Por la frecuencia de las menciones (90), la plaza Nueva, o de San Fernando, ha suscitado la imagen más vigorosa, la más “imaginable”, erigiéndose en el nodo de primer orden. Actitud sorprendente para mí, ya que dicha plaza no se caracteriza por ser un espacio de sociabilidad sino un nudo de articulación de tráfico. Cabe pensar que quizás esta función estratégica les haya proporcionado una señera pista en su orientación.

Un orden intermedio toca al barrio de Santa Cruz, plaza del Duque, la Campana, plazas de San Francisco y de la Encarnación (entre 65 a 53 citas). Y, finalmente, a una docena de nodos que ocupa el puesto final: plazas de la Magdalena, de El Salvador, Alameda de Hércules, Puerta de Jerez, plazas de la Alfalfa, del Triunfo, de la Virgen de los Reyes, del Museo, el Prado de San Sebastián, los Jardines de Murillo, de Cristina, y la plaza de la Gavidia (entre 37 y 12 menciones). Los referidos nodos de este último párrafo han tenido, en conjunto, una llamada menos participativa. Sus referencias son bastantes dispersas, lo que nos indica que no son señales muy destacadas ni usadas.

Quiero recordar que esta categoría, que, ahora en su globalidad, acapara la mayoría de las mencionadas (34%) apenas ocupó lugar en el recuerdo y en la simbología del centro, en pro de los hitos o edificios, sobre todo, los artísticos (cuadros n.º III y IV). Estas cambiantes actitudes, respondiendo a diferentes registros cognitivos, realzan la importancia de la geografía de la percepción y del comportamiento.

Así, pues, mojones o hitos, elementos externos al observador, han sufrido, en la imagen visual, un ligero, pero significativo descenso (31,7%). No son los perceptivos por excelencia como ocurre en Santiago de Compostela (IGLESIAS, 1987, 584). Pese a todo, no falta una jerarquía en función de sus “visibilidades”, de presentarse agudamente al sentido ocular. En estas circunstancias la Catedral y el Ayuntamiento son los más comúnmente identificados (93 y 71). Y a una escala prudencial, el Alcázar, “El Corte Inglés”, el Archivo de Indias y la “Universidad” (antigua fábrica de tabacos, donde actualmente cursan sus estudios) (52 a 44 menciones).

Menos “legibles” son media docena de hitos, llamándome la atención que entre ellos se encuentre la Giralda y, además, con menos alusiones (23) que el edificio de Correos (32). Las restantes son para “Galerías Preciados” (20), el hotel “Alfonso XIII” (15), la plaza de toros (13) y el museo de Bellas Artes (10).

La desigual, y para mí sorprendente, variación de identificación, pudiera estar en relación con las sendas más comúnmente utilizadas. Si nos fijamos en la

figura n.º 2, podrá apreciarse que los hitos de mayor cita son los más directamente observables en su caminar por aquéllas. De todos modos, los edificios de su representación visual constituyen una variada gama por su forma física y su contenido: monumentos artísticos, grandes almacenes, lugar de fiesta...

Las sendas (24%) coinciden con calles. Tampoco son, en conjunto, predominantes en su imagen. El número de las reseñadas es relativamente escaso. Como se advierte en el referido gráfico la calle Sierpes (85), avenida de la Constitución, llamada "Avenida" o simplemente "Constitución" (78), y Tetuán (56) son los ejes fundamentales para organizarse y conectarse. Las suceden las calles de San Fernando, Alfonso XII y Mateos Gago (28, 24 y 21 menciones) y, por último, nueve sendas entre 14 y 7 (calles Trajano, O'Donnell, Laraña, Cuna Amor de Dios, Méndez Núñez, San Pablo, Francos, Reyes Católicos).

Extraña que estos estudiantes tengan escasamente grabada en su imagen a la calle de San Fernando, que a diario transitan para ir a la Facultad de Geografía e Historia.

Bordes (7,4%) y distritos (2,8%) tienen una función muy secundaria en la orientación mental del espacio. Son muy poco reconocidos, tanto por el limitado número de menciones como por la falta de precisión para localizarlos. En los primeros (31 a 20 menciones) se incluyen el "río", las rondas y las diversas puertas de la antigua muralla que contorneaban la ciudad preindustrial. La de Triana, la más citada (12), la ubican, erróneamente, al comienzo de la calle de los Reyes Católicos. Otro tanto ocurre a las "rondas", llamadas así, entre algunos, por desconocer las diferentes denominaciones de algunos de los tramos.

Como bordes son considerados también los puentes (15), el de Triana y San Telmo, siendo el último mucho más citado, a pesar de las diferentes procedencias geográficas de los estudiantes. En el último puesto en su percepción se incluyen el paseo de Colón, las estaciones ferroviarias de Armas y Cádiz, la plaza de Cuba (externa al casco histórico y en el barrio de Los Remedios) e incluso para algunos, la calle de San Fernando.

En el total de las exiguas 55 menciones de barrios o distritos, destacan la zona del Arenal (16), Triana y Los Remedios (10). En segundo término, la "zona" de la Macarena (5) y de San Vicente (2). Salvo Triana y Los Remedios dos barrios sevillanos con individualidad, los restantes son sectores dentro del casco histórico que, para los estudiantes, tienen un carácter común que les lleva a identificarlos.

Todos los mapas mentales elaborados por los estudiantes, aunque sean peculiares presentan una serie de tendencias y características comunes, como apunta VALVERDE en su estudio sobre Managua (1989, 88). Estas pueden apreciarse en la figura n.º 1. Se exagera y se abulta el tamaño de la zona donde más se

mueven y reducen o suprimen las menos conocidas; disminuyen excesivamente las distancias, hasta tal punto que hitos y nodos se tocan; las calles son todas rectas, de igual anchura y de longitud similar, a pesar de cantar su tipismo; están muy igualadas las proporciones de los edificios.

La imagen pública (figura n.º 2) resulta contradictoria, sobre todo, considerando la percepción de los que prolongan el centro hasta las rondas. El espacio practicado y vivido es reducido en relación con las amplias zonas en “blanco”. En este sentido se da una desinformación o una falta de continuidad de la percepción espacial.

Por otra parte, la imagen ambiental del área informada está reflejando el tipo de actividad, mentalidad y situación vital de los estudiantes. De ahí, que visualicen en su espacio vivido lugares de esparcimiento y diversión como el barrio de Santa Cruz, el edificio universitario de la calle de San Fernando, lugar de su trabajo, y el de compras, como “El Corte Inglés”, etc. Esto ocurre, porque “las imágenes ambientales son el resultado de un proceso bilateral entre el observador y su medio ambiente. El medio ambiente sugiere distinciones y relaciones y el observador con grand adaptabilidad, y a la luz de sus propios objetivos escoge, organiza y dota de significado lo que ve” (LYNCH, 1985, p. 15).

3. LA FRECUENTACION DEL CENTRO

La encuesta dedica una serie de preguntas a extraer información sobre el grado de asiduidad al centro (5, 6, 7, 8, 9 y 10).

Las dos primeras revelan las veces que van a él y si les gustaría o no, menudear su visita (cuadro VI).

CUADRO VI
¿CUANTAS VECES VAS AL CENTRO?

Frecuentación	Menciones	
	N.º	%
Varias veces por semana	50	36,8
Todos los días	30	22,1
1 ó 2 veces por mes	20	14,7
1 vez por semana	19	14,0
Varias veces al día	15	11,0
Menos de 1 vez al mes	1	0,7
Nunca	1	0,7
TOTAL	136	100,0
No contestan	2	

Si tenemos en cuenta sus procedencias geográficas (cuadro n.º I) es comprensible que todos los estudiantes no puedan frecuentar el centro a diario. Ya es un espacio más o menos alejado de su lugar de residencia y llegar a él requiere una motivación expresa. Debido a ello, se les pide responder si les gustaría ir más, menos o igual que hasta ahora (pregunta 7). La opinión más compartida se reduce, prácticamente a dos opciones: los que desean mantener el mismo ritmo de periodicidad, que es la mayoría (72,3%) y los que quisieran incrementarlo (22,6%). Una muy pequeña proporción se inclinan por ir menos (4,4%) y a un estudiante le es indiferente.

Estas actitudes generales me inducen a puntualizar más sus hábitos, intentando averiguar sus preferencias a lo largo del día (cuadro VII).

CUADRO VII
LA VISITA DIARIA

Espacio diario	N.º	Menciones	
			%
Por la mañana	27		20,6
Mañana, tarde, noche	26		19,8
Por la tarde	23		17,6
Mañana y tarde	16		12,2
Mañana y noche	15		11,5
Tarde y noche	14		10,7
Por la noche	10		7,2
TOTAL	100		100,0
No contestan	7		

En el espacio temporal diario se da casi un equilibrio proporcional entre lo que acuden normalmente al centro por la mañana (19,6%) y los que van mañana tarde y noche (18,8%). A partir de ahí las cifras empiezan a descender y por la noche van los menos. Tras esta información, damos un paso más en el escrutinio para conocer si les seduce más los días laborables o los festivos. Dejando aparte a los diez afásicos, sus tendencias son las siguientes. Cerca del cincuenta por ciento elige los primeros, algo más de un tercio los segundos y un grupo de 20 estudiantes (16%) las dos modalidades. Si añadimos esta cantidad a la de los partidarios de los días exclusivamente festivos significa que a más de la mitad les atrae ese espacio como lugar de ocio. Les atrae, no sólo por su actividad económica sino extraeconómica. Aspecto que también tuvimos ocasión de comprobar en nuestro estudio macrogeográfico (VEGA BENAYAS, 1989).

El resultado de las respuesta me parece estimulante para un geógrafo y, sobre todo, para un urbanista a la hora de plantearse futuras intervenciones y dotaciones para dicho espacio.

Finalmente, queda una última pregunta en torno a la frecuentación, relativa a las visitas en diferentes épocas y estaciones del año (cuadro n.º VIII).

CUADRO VIII
LAS VISITAS ESTACIONALES

Tiempo Anual	N.º	Menciones %
Cualquier época	32	19,6
Navidad	30	18,4
S. Santa	27	16,6
Invierno	24	14,7
Primavera	24	14,7
Otoño	15	9,2
Verano	10	6,1
No lo visita	1	0,6
TOTAL	163	100,0
<hr/>		
No contestan	14	

Los datos no ofrecen grandes contrastes. Para 32 jóvenes (19,6%) no existe época alguna que les invite a ir más a “su” centro. Me ha sorprendido que la Navidad sea de mayor reclamo que la Semana Santa, ya que en estos días reina una espectacular animación.

Respecto a las estaciones, el invierno y la primavera son más estimulantes que el otoño y, sobre todo, que el verano.

4. LA PRACTICA SOCIAL

Conocer la práctica social y el uso del centro percibido son los objetivos de las preguntas 11 y 12.

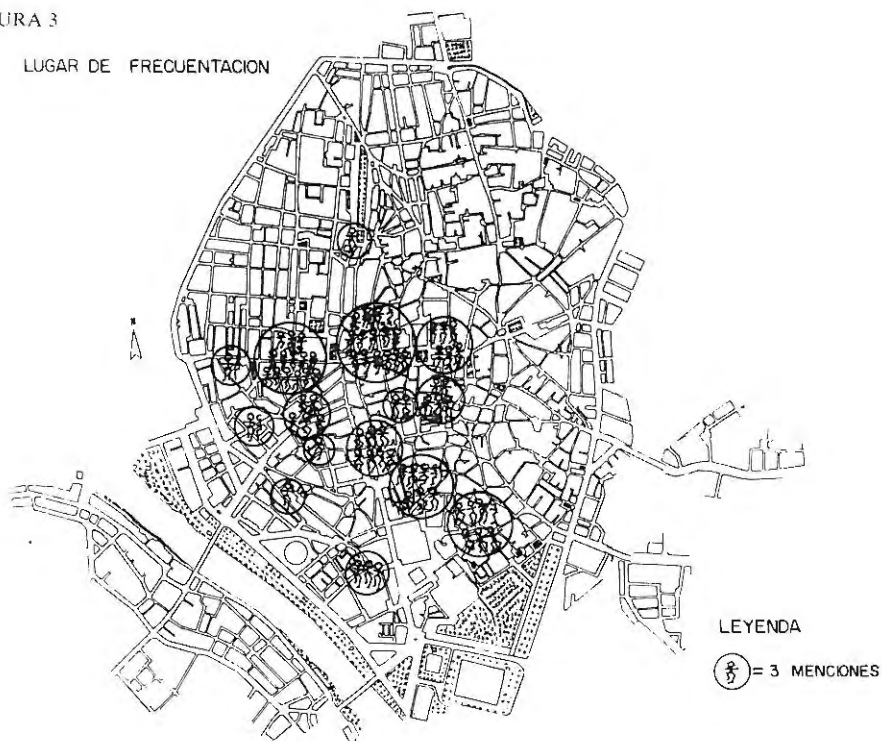
La primera da noticia de los lugares donde se dirigen de forma más habitual (figura n.º 3); la segunda, las razones del uso de "su" espacio, es decir los motivos que les llevan a ir al centro.

En el total de 243 menciones, las mayores preferencias se dirigen al "entorno Sierpes-Campana" y "plaza del Duque y alrededores", de forma casi equitativa (43 y 42 menciones); el barrio de Santa Cruz y plaza Nueva-Tetuán parecen ser los segundos (22 y 21), a los que siguen "Catedral y alrededores", plaza de la Encarnación, de la Alfalfa y Magdalena (entre 19 a 13 menciones). Otros lugares no llegan a ser citados 10 veces y entre ellos, "Constitución-Postigo" y plaza de El Salvador (7 y 6).

El antedicho gráfico manifiesta el grado de polarización de las partes más frecuentadas y practicadas.

FIGURA 3

LUGAR DE FRECUENTACION



Ayuda a comprender su fijación en esos sitios el conocimiento de sus motivos, que ha proporcionado 401 menciones (pregunta 12) y que indican la jerarquía de su sistema de valores.

Para ellos prima la diversión y el “callejeo” (145), lo cual es lógico en su edad. No obstante, he de añadir que, en general, las nociones de esparcimiento y diversión están siendo cada vez aspectos más importantes del medio y que “hay que considerarlos siempre como aspectos percibidos” (RAPOPORT, 1977, 40). Si mentalmente se asocia la diversión al centro, igual sucede con las compras (112), aunque ocupen un segundo lugar en sus razones, (contrario a lo que sucedería con las amas de casa, por ejemplo) y con los estudios (65). He de recordar que en este espacio subjetivo, el edificio central de la Universidad, donde cursan sus estudios, forma parte de su centro.

El acuerdo declina al precisar otros motivos, de los que destacaremos las visitas y el turismo, con igual número de citas (29). A partir de aquí, éstas no llegan a 10, haciendo referencia al trabajo, residencia, culturales, etc.

Merece la pena resaltar, una vez más, cómo las respuestas personales y compartidas, a la vez, reflejan un grupo homogéneo con un comportamiento acorde con la edad, actividad específica, modo de vida y entorno socio-cultural. Si la percepción conduce a un comportamiento, éste induce a una percepción. Son las relaciones e interrelaciones entre el medio y el sujeto.

5. LA ACCESIBILIDAD SEGUN EL MEDIO DE TRANSPORTE

La accesibilidad a un lugar de la ciudad depende de la disponibilidad de vías por las que se puede penetrar o acercar a él, a pie o en vehículo. Desde la apreciación de un usuario de un medio de transporte, es la facilidad de utilizar dicho medio (VEGA BENAYAS, 1989, 155).

En el cuadro n.º IX exponemos los modos de desplazamiento a que recurren para acercarse al centro.

Son pocos los comentarios que podemos añadir a la expresividad de las cifras. La mayor frecuencia con que se cita el autobús y otros medios rodados indica su lejanía o lejanías del centro. Si pluralizo el término es por pensar que podrían distinguirse tres tipos de distancias: la espacial, por la procedencia geográfica (cuadro n.º I); la relativa, por la escasa afición a andar, en general, y la distancia perceptiva.

CUADRO IX
MEDIOS DE LOCOMOCION UTILIZADOS

Medios	N.º	Menciones	
			%
Autobús	100		54,3
a pie	36		19,6
coche	30		16,3
moto	13		7,1
bicicleta	5		2,7
TOTAL	186		100,0
No contesta	2		

6. LA ESTIMABILIDAD DEL SECTOR

Los ámbitos percibidos, las imágenes mentales urbanas tienen un componente valorativo positivo o negativo. La finalidad de este apartado será explorar el grado de estimación que confieren a este espacio subjetivo, los criterios que alegan y cómo esa actitud determina las imágenes mentales.

Los resultados podrían ser de útil aplicación en el campo de la gestión urbana. A este fin se ha consagrado el bloque de preguntas 14, 15, 16 y 17.

6.1. El aprecio global del sector

Iniciamos el análisis, tratando de obtener respuestas colectivas cerradas acerca del aprecio del centro captado que exponemos en el cuadro n.º X.

CUADRO X
¿TE GUSTA EL CENTRO DE SEVILLA?

Aprecio	N.º	Menciones	
			%
Mucho	60		44,5
Muchísimo	50		37,1
Regular	21		15,5
Muy poco	2		1,5
Poco	1		0,7
Indiferente	1		0,7
TOTAL	135		100,0
No contestan	3		

La nitidez de las contestaciones es lo suficientemente expresiva para denotar que la estima hacia el centro no es plena ni unánime. No es plena ni unánime, porque el colectivo mayoritario no se inclina por el adverbio en grado superlativo sino por el de grado positivo. También son considerables las menciones hacia el adverbio regular.

Ello nos induce a preguntarle cuál es la principal actividad del centro (pregunta 15). En función de ella, pudieran derivarse los aspectos que consideran negativos y la propuesta de mejoras (cuadro n.º XI).

CUADRO XI
LA PRINCIPAL ACTIVIDAD DEL CENTRO

Actividad	Menciones	
	N.º	%
Económica	129	45,4
Ocio	84	29,6
Cultural	34	12,0
Político-administrativa	21	7,4
Poder de convocatoria	15	5,3
De todo un poco	1	0,3
TOTAL	284	100,0

Las respuestas se han sistematizado en códigos. La actividad económica la perciben prioritaria y dentro de ella, la comercial, lo cual es obvio puesto que la visión de los escaparates, tan al alcance del observador, es lo primero que penetra por el sistema óptico, de ahí que merezca el mayor acuerdo (109).

En cambio, la función financiera, menos delatada, les merece una mención muy inferior (16). Dos estudiantes hacen referencia a la actividad laboral o mercado de trabajo y otros tantos a la gran dotación de servicios, en general.

El ocio les llama la atención, pero desentrañándolo en dos aspectos : la “diversión” y el “turismo”. La primera resulta más participada (47) que el segundo (37). He aquí la importancia de las geografías personales. Casi con seguridad, individuos de edad más madura destacarían la función turística.

Las frecuencias sobre otras actividades han aminorado, si bien es de notar que el tipo de funciones que perciben es propio de un espacio muy singular, por afectar a las de aculturación, decisión y gravitación. En el código “poder de convocatoria” señalan el de atracción, confluencia de personas y ser lugar de citas y reuniones.

6.2. Valoraciones negativas y posibles soluciones

Lo que menos les gusta del centro y sus propuestas de mejoras se indagan en las preguntas 16 y 17. Ambas se analizan conjuntamente con el fin de apreciar el paralelismo de las respectivas respuestas, que a su vez, hemos clasificado en la categorías siguientes: Circulación, Calidad de vida. Aspectos generales, Habitat Actividad comercial, Lugares precisos y Población (cuadro n.º XII).

El total de los elementos juzgados desagradables ha llegado a la cifra de 182 frente a 166 la de las propuestas de mejora. Situación bastante clásica en los estudios de percepción, ya que resulta más fácil criticar que construir. En el caso sevillano se produce una excepción en torno a los aspectos de la Circulación y Generales.

En el primer punto, hay gran coincidencia en percibir el "excesivo tráfico" como uno de los enemigos de su centro (84) y todavía es mayor la de los deseos de paliarlo. Aquí se vuelcan más de la mitad del total de las menciones (106). Los estudiantes proponen, sobre todo "reducir el tráfico" (64). Otros aportar soluciones más precisas: ampliar las zonas peatonales (33), mejorar la red de transportes públicos (11), instaurar el Metro (5) y aparcamientos subterráneos (3). Desean, pues, un espacio con movilidad sin trabas, libre de todos los inconvenientes ligados a la circulación. Aspiración muy lógica si recordamos que ellos vinculan el centro con la diversión, el callejeo, el esparcimiento. Tal vez por eso, un estudiante quiere que este espacio sea aún más apacible y percibe como desagradable algo que forma parte del tipismo de la ciudad, los coches de caballos. Es pues, una respuesta específica e incomunicable.

Todo lo que encierra la rúbrica Calidad de vida ha merecido más citas de rechazo (49) que constructivas. Sus valoraciones negativas lo mismo que en el caso de la Circulación, traducen la sensibilización de esta gente joven hacia el entorno. Por ello, les resulta muy molesto la aglomeración y el embotellamiento (27) lo cual concuerda con el párrafo anterior y sobre lo que más adelante volveremos. La "inseguridad ciudadana" (14) es una situación más denunciada que los niveles de nocividad, como el ruido y la polución (7).

Las menciones a la contribución de posibles mejoras son sostenidas por uno o dos muy pocos individuos. No por ello dejan de ser interesantes y apreciadas, ya que forman parte del mundo personal, de la variabilidad de las intuiciones. En ellas se demanda una "mayor tranquilidad", más centros de diversión (teatros, cines, centros de jóvenes) y bibliotecas.

Echando de nuevo una ojeada al cuadro n.º XII, se advertirá que las dos categorías que acabamos de comentar, especialmente la de la circulación, son las que gozan de mayor eco. A partir de ellas, el descenso participativo es bastante apreciable.

**CUADRO XII
VALORACION DEL CENTRO**

ASPECTOS JUZGADOS DESAGRADABLES	Menciones		MEJORAS	Menciones	
	N.º	%		N.º	%
Excesivo tráfico	84	46,4	Reducir Tráfico	64	38,6
—	—	—	Zonas peatonales	33	13,3
—	—	—	Mejor red de TP	11	6,6
—	—	—	Red de metro	5	3,0
—	—	—	Aparc. Subterr.	3	1,8
—	—	—	Estacionam. gratis	1	0,6
Coches de Caballos	1	0,5	—	—	—
TOT. CIRCULACION	86	46,9		106	63,9
Aglomeración y embotellamiento	28	15,3	Más tranquilidad	1	0,6
Inseguridad	14	7,7	—	—	—
Ruido, polución	7	3,8	—	—	—
Escasa diversión	1	0,5	Más diversión	4	2,4
TOT. CALIDAD VIDA	59	27,3		7	4,2
Suciedad	17	9,3	Limpieza	34	20,5
Vallas publicitarias	1	0,5	—	—	—
Puestos ambulantes	1	0,5	—	—	—
TOT. ASPECT. GENERALES	18	10,3		34	20,5
Derribos, deterioro edif. antiguos	12	6,6	Restaurar	11	6,6
Edificios modernos	5	2,7	No construir	2	1,2
—	—	—	Zonas verdes	1	0,6
Calles irregulares	1	0,5	Infraestr. viaria	3	1,8
TOT. HABITAT	18	9,8		17	10,2
El carácter comercial	2	1,1	Más Gr. Almacenes	1	0,6
Tiendas "horteras"	1	0,5	—	—	—
TOT. ACTIV. COMERC.	3	1,6		1	0,6

CUADRO XII
VALORACION DEL CENTRO

ASPECTOS JUZGADOS DESAGRADABLES	Menciones		MEJORAS	Menciones	
	N.º	%		N.º	%
Escasa población	2	1,1	Más residentes	1	0,6
TOT. POBLACION	2	1,1		1	0,6
Alameda de Hércules	2	1,1	-	-	-
Calle Imagen	1	0,5	-	-	-
TOTAL LUGARES PRECISOS	3	1,6	-	-	-
TOTAL	182	100,0		162	100,0

En la sección Aspectos generales, se pone el acento crítico en la suciedad uno de los siete grandes males de la ciudad (BAILLY, 1979, 74). La demanda (34) de una mayor limpieza duplica incluso a la denuncia (17).

De igual forma se sienten afectados por todo lo que atenta al deterioro de hábitat de su centro. No aceptan la pérdida de edificios artísticos (derrribos ruinas) (12), máxime cuando para estos estudiantes constituye uno de los símbolos de aquél. Repudian los edificios modernos (5) y demandan zonas verdes.

Las calles irregulares cuyo tipismo fue ponderado por un considerable colectivo, merecen valoración negativa para un estudiante y otros tres proponen mejorar dicha red. Una vez más, señalamos lo imposible de una total homogeneidad en un grupo. Cada individuo tiene su propia imagen que a veces no comunica y por ello captan los fenómenos de manera distinta.

Otros rasgos no gratos tienen una menor cuantía. Afectan a la actividad comercial, a la población y a ciertos lugares precisos, como son la calle Imagen y Alameda de Hércules. La primera es, desde luego, una calle anodina, construida en 1955 y cuajada de oficinas. Es un breve fragmento del eje transversal este-oeste con el que se proyectaba, juntamente con el norte-sur, mejorar y sanear la ciudad preindustrial (VEGA BENAYAS, 1989, 100). El abandono y marginación de la Alameda, antiguo y notorio lugar de esparcimiento y paseo, es ya paradigmático. Hasta la prensa denuncia sus fincas ruinosas (ABC de Sevilla, 14-10-90).

Resulta paradójico que, frente a lo molesto que a algunos les resulta la actividad comercial, otros demanden incremento de Grandes Almacenes. Mas coherente es la denuncia de la escasa población y su correspondiente propuesta de aumento.

7. OTRAS PERCEPCIONES

Con la serie de preguntas 18, 19 y 20 damos un paso más en el campo del análisis in vivo. Nos llevan a inspeccionar nuevos aspectos en los vínculos de los encuestados con el medio-objeto. Por una parte se trata de interpretar nuevas imágenes mentales con otros métodos distintos; por otra, ante la prolífica introspección a que les vamos sometiendo, asegurarnos si han llegado a diferenciar el centro de lo que le rodea, es decir de su periferia; si mentalmente lo captan como un espacio insólito.

7.1. Las invidentes imágenes del centro

El encabezamiento de este apartado descubre el objetivo al que nos dirigimos: averiguar si los estudiantes sería capaces de distinguir ese espacio, paseando por Sevilla con los ojos vendados (pregunta 18). Como es obvio se margina el sistema visual, origen de muchas investigaciones, y se da superioridad al papel de los otros sentidos en la relación entre el mundo real y el sujeto. Constituirá, como anteriormente dijimos, un modo de percepción autocéntrica.

De los 138 encuestados, el 84,8% demuestra que, pese a su “ceguera”, ha podido localizarlo y reconocerlo, como su lugar familiar, gracias al filtrado de información proveniente del oído, el tacto, el olfato y el sentido de orientación. El cuadro n.º XIII congrega las distintas coincidencias de los miembros del grupo.

CUADRO XIII
LA DISTINCION DEL CENTRO CON LOS OJOS VENDADOS

Sentidos	Menciones	
	N.º	%
Auditivo	51	37,0
Tactil	56	40,5
Olfativo	5	3,6
Orientación	5	3,6
Total	117	84,8
No distinguen	21	15,2
TOTAL	138	100,0

Las nuevas representaciones mentales se han creado a través de los sistemas perceptivos que aparecen en el cuadro.

El auditivo es, después del de la visión, el más analizado por la importancia de los sonidos. Sin embargo, los autores no parecen estar de acuerdo respecto a rango que ocupa. Para un ciego es, desde luego, esencial. En otras culturas desempeña un papel superior al de la vista (CARPENTER, 1973, cit. en RAPOPORT, 1978, 178).

El 37% de los estudiantes sienten y conocen el centro por el sentido auditivo por "el ruido y el bullicio". Son un tipo de sonidos que, desde su postura personal, lo particularizan en relación con los de otros sectores de la ciudad. Por eso al oírlos y al saber escucharlos, lo cual implica una selección y una captación de su origen, los lleva a su localización espacial, a su distinción. No podemos interpretar en sus respuestas si tales mensajes constituyen un acontecimiento agradable o "un sonido no deseado", una molestia, una agresión, es decir ruido. Está claro que al ser sensibles a ellos constituyen un modo de aprehensión urbana.

El sistema táctil, es el protagonista de nuestros invidentes; el que más ha filtrado información de un espacio real, contribuyendo a la formación de una imagen mental y a la percepción de un medio urbano a un mayor colectivo (40,5%). Esto demuestra que ha sido capaz de usarse en comunicación, en contra de la opinión de algunos autores (RAPOPORT, 1978, 177). Que es un sistema perceptivo digno de tenerse en consideración.

En función de este medio, dos grupos de estudiantes notan haber llegado al centro por dos situaciones distintas. Uno, al "circular por unas calles estrechas" (21,7%); el otro, por "el tráfico y atascos" (18,8%).

La primera, forma parte tanto de la memoria visual como táctil. En este caso, los "ciegos" sentirán que han llegado al centro cuando puedan comprobar, palpando, la escasa anchura de estas calles o cuando entren en contacto con una muchedumbre que les impide u obstaculiza transitar. Percepciones todas ellas recogidas a través del sentido del tacto.

Si merced al referido sentido unos asocian la imagen del centro con las calles estrechas, otros lo harán con el tráfico y el atasco. El contacto les hace notar que están en un espacio comprimido y con un umbral de presión y contigüidad que pasa a ser un sentimiento dominante y una sensación de amenaza y de tensión.

El hecho de sentirse hacinado y arrollado en la calle y en permanente contacto con una muchedumbre produce una serie de impresiones que se inscriben en la imagen que una persona tiene de la ciudad (BAILLY, 1979, 83).

También el sentido olfativo propicia la cognición de lugares urbanos. Es una información que orienta el comportamiento del individuo, que le hace identificar un espacio familiar. En este reducido grupo, 3,6%, el olfato juega gran papel en el conocimiento de un determinado sector urbano sevillano, al que han simboli-

zado y localizado por el olor. Finalmente, el buen sentido de orientación facilita la localización del espacio encuestado a un número similar al anterior.

Los veintiún individuos que confiesan no distinguirían el centro en esa precaria situación alegan la limitación de su sentido de orientación y el desconocimiento de la ciudad. En el primer caso es una demostración de cómo la biología y la estructura de los organismos son tan variables como los sujetos.

7.2. La distinción centro y periferia

Si en condiciones físicas limitadas han podido distinguir el centro del resto de la ciudad, ¿es porqué les ofrece un aspecto particular? y ¿en qué se diferencia de lo que le rodea o de su periferia? Esto es lo que se va a interpelar conjuntamente en las preguntas 19 y 20.

En el cuadro n.º XIV reunimos los aspectos subjetivos que particularizan al centro y entorno. Las respuestas se han agrupado, según opiniones afines, en siete rúbricas: Estructura formal, Poder de atracción, Densidad social, Actividad comercial, Esquemas lógicos, Población y Ocio y Turismo.

Los totales de las menciones no son muy numerosos, debido a la ausencia de contestaciones, más abundantes en lo tocante a los caracteres de la periferia (53) que a los del centro (20). Además, un porcentaje alto de aquéllas se ha efectuado de forma cerrada, sin especificar, especialmente para la primera, lo que denota una percepción muy imprecisa de la ciudad. Afirmación muy ratificada y comprobada por distintos autores.

Limitándonos a examinar lo manifestado, se aprecia lo siguiente. A pesar de la variabilidad de las percepciones, hay unos rasgos que coinciden en resaltar un número considerable de individuos. Me refiero a los contenidos de la Estructura formal (50,4%). Para este grupo el aspecto particular del centro sigue residiendo en su monumentalidad, en su pasado, en ser el núcleo histórico “lleno de arte y belleza”. Constante dominante a lo largo de estas páginas (aunque a la vez, identifiquen dicho sector histórico con el espacio vivido, practicado, el cual es mucho más reducido como se advierte en los gráficos). En contraste, lo que caracteriza a la periferia son “anchas calles, avenidas y feos edificios”.

Las siguientes rúbricas sufren un marcado declinar, manteniéndose sólo por encima del 10 por ciento las particularidades que hacen referencia al Poder de atracción y a la noción de densidad.

Para las primeras el centro actúa como catalizador, como “punto de referencia de todos”, frente a lo que le rodea, que “no aglutina”. Interesante apreciación que los gestores de la ciudad deberían tener en cuenta.

La noción de densidad se ha acusado con frecuencia a lo largo del trabajo. No es de extrañar que sea considerada como una de las facetas capitales en los estudios de la percepción y del comportamiento (RAPOPORT, 1978, 191; BAILLY, 1979, 96). La densa sensación que produce la "bulla, masificación y movimiento" ha podido ser apreciada con la mirada, el oído, el tacto y el olfato y pensada como alta, baja o aceptable. No tiene, por tanto, que ver con la de la unidad de superficie, sino con las relaciones. Experiencia que no padecen en la periferia.

No quiero pasar por alto dos puntos que me han llamado la atención. Uno, que la actividad comercial, como aspecto particular del centro, en relación con la desprovista periferia, sea muy poco compartida (contrasta con los resultados de la pregunta n.º 15). El otro, entra en la categoría de los esquemas lógicos del funcionamiento, de la estructura espacial. Por eso, a unos contados estudiantes choca y atrae los "distintos caracteres de vida urbana" que ofrece el centro, frente a la "vida urbana moderna" de la periferia, "fría, funcional y lineal".

8. LOS BORDES DEL CENTRO

Hasta aquí, se han venido recogiendo las diversas opiniones vertidas sobre el centro; unas "públicas", otras menos compartidas y otras individuales. Incluso se le ha visto diseñado en imágenes mentales. Pero, ¿cuál es su posición geográfica dentro del conjunto urbano? y ¿dónde perciben sus límites? Las respuestas (preguntas 21 y 22) permitirán, entre otras cosas, penetrar en el nivel de conocimiento que, sobre Sevilla en general, tienen los consultados, ya que no se puede separar la parte del todo.

La solicitud de la localización espacial del centro ha provocado tan escasísimas menciones que no ha merecido la pena ni un ligero comentario. Muy pocos han sabido utilizar las coordenadas geográficas e, incluso, ni palabras que denotaran alguna referencia espacial y que forman parte del sistema humano de orientación (arriba, abajo, derecha, izquierda, cerca, lejos, etc.). Significa ¿ausencia total del sentido de orientación?, ¿desconocimiento de la ciudad?

8.1. La delimitación del centro

La percepción de los límites del centro (pregunta 22) depara ciertas sorpresas, sobre todo, al tener presente la referencia de nuestra investigación macrogeográfica sobre el mismo.

**CUADRO XIV
DIFERENCIAS CENTRO-PERIFERIA**

ASPECTO PARTICULAR	Centro		ASPECTO PARTICULAR	Periferia	
	N.º	%		N.º	%
Núcleo histórico-monumental	43	36,1	—	—	—
Calles cortas, laberínticas	10	8,4	Calles anchas y Avdas.	25	28,4
Concentr. edif. artísticos	5	4,2	Edificios feos	2	2,3
Edif. antiguos con funciones modernas	1	0,8	—	—	—
Edif. de corta altura	1	0,8	—	—	—
TOT. ESTRUCTURA FORMAL	60	50,4		27	30,7
Punto de referencia de todos	16	13,4	No aglutina	4	4,5
TOT. PODER DE ATRACCION	16	13,4		4	4,5
“Bulla”, masificación, movim.	14	11,7	Menos aglomeración	3	3,4
TOT. NOCION DE DENSIDAD	14	11,7		3	3,4
Comercio Diverso y atractivo	9	7,6	Menor n.º de artíc. poco comercio	1 1	1,1 1,1
TOT. ACTIVIDAD COMERCIAL	9	7,6		2	2,3
Vida urbana distinta	2	1,7	Vida urbana moderna	3	3,4
Mala accesibilidad y organiz.	2	1,7	—	—	—
Intimidación	1	0,8	Fría y funcional	1	1,1
TOT. ESQUEMAS LOGICOS	5	4,2		4	4,5
			Residencial	5	5,7
TOT. POBLACION				5	5,7
Diversión y ambiente	3	2,5	—	—	—
			Barrios turísticos	2	2,3
TOT. OCIO Y TURISMO	3	2,5		2	2,3
Sin aspecto particular	12	10,1	ídem	22	25,0
Con aspecto particular	—	—	ídem	19	21,6
TOTAL	119	100,0	TOTAL	88	100,0
No contestan	20	14,4	No contestan	53	37,6

Ningún individuo ha llegado a aportar una acotación total del sector. Es demasiada, en mi opinión, la copia de calles, percibidas como posibles límites. Ascenden a 55, por eso las menciones, a pesar del total (425), son extraordinariamente dispersas, no superando la cifra de 33 los mayores acuerdos. Estos sólo se dan en dos sectores: Torneo y el río. Mientras, proliferan los de menos de cuatro. Las denominaciones de dichos límites son, en gran parte, imprecisas, entre otras cosas, porque utilizan la terminología coloquial que a veces hace referencia a hitos: "El Caballo (Glorieta de San Diego)", "Murallas", "Macarena" (Puerta de la Macarena o también la basílica de la Macarena), "río" (hoy es una dársena), Universidad, San Telmo (Seminario diocesano), Estación de Córdoba, "Ronda" (denominación que dan a esta vía de circunvalación del casco histórico, los que desconocen los nombres de sus diferentes tramos). Tengo la sensación que cuando se mencionan algunos, no se los asocia con ella: "Torneo", "Capuchinos", etc. Tampoco falta la alusión a algún nodo, por ejemplo "Prado" (Prado de San Sebastián).

Con el fin de facilitar el análisis y comentario, hemos segregado el creciente número de menciones (425) en tres grupos, según las coincidencias perceptivas. En este sentido parecen presentarse tres opciones. Para el 52,5% los límites coinciden aproximadamente con los del casco histórico; para un 28,2% discurren en el interior de dicho espacio y para el 12%, desbordan la ciudad preindustrial.

El primer grupo presenta una cuantía de 222 menciones. Todo lo que aquí se cita hace referencia, lógicamente, a las rondas y sus sectores, puertas y otros elementos que circundan el caso histórico: el "río", Paseo de Colón, Estación de Córdoba, etc. Según indicamos antes, la calle Torneo, la dársena del río, Macarena y Ronda, son los bordes más comúnmente intuidos pero... entre 33 a 25 individuos.

Son muy pocos los que han imaginado una demarcación extramuros (55). Estos aluden a una serie de variados elementos: calles (San Fernando), avenidas (Luis Montoto, Eduardo Dato y Ramón y Cajal), parques (María Luisa), edificios (San Telmo) y barrios enteros como Triana, Los Remedios y San Bernardo. La calle de San Fernando es la de mayor convocatoria, por su relación de familiaridad (27). Otros sectores del norte y noroeste de la ciudad permanecen en la sombra de sus percepciones, tal vez por no ser habituales para ellos.

Entre los que perciben el centro acotado en el interior del casco histórico (120), su demarcación queda configurada entre los confines que han sido más evocados. Por el norte se prolonga hasta la Alameda de Hércules (24); por el sur continúa por la calle de San Fernando (27) que forma parte de su vida, aunque sea exterior al casco histórico.

El barrio de Santa Cruz (8) y plazas de la Encarnación (13) y Alfalfa (7)

forman el borde este; el del oeste, el barrio del Arenal (8), calle de los Reyes Católicos (8) y plaza del Museo (4).

Este espacio subjetivo constituye lo vivido. El que practican, el que les es habitual: “su” centro. Este supera en extensión a “nuestro” centro objetivo. Sus puntos extremos, quedan interiorizados en aquél: por el norte, apenas traspasamos el eje Martín Villa-Laraña-Imagen; por el sur, tampoco la Puerta de Jerez. Por el este excluimos el barrio de Santa Cruz y por el oeste, parte del barrio del Arenal y plaza del Museo (VEGA BENAYAS, 1989a). (Figura n.º 4).

FIGURA 4



8.2. Las calles que conducen al centro

La interrogante sobre los límites puede matizarse aún más con las respuestas en torno a las calles que conducen al centro (pregunta 23). Siguiendo el criterio anterior, hemos distinguido tres tipos de menciones: las que hacen referencia a calles que coinciden con los mismos bordes del casco (39), las que las señalan arrancando del interior de éste (214) y aquéllas situadas fuera de la ciudad preindustrial (39).

El examen de las críticas revela una situación contradictoria con respecto a la precedente. En ella el mayor porcentaje coincidió en considerar la extensión del centro hasta las rondas, es decir el centro era todo el casco histórico, ¿cómo es posible que en esta pregunta, consecuente con la anterior, la mayoría ubiquen las calles que conducen al centro en el mismo?. Pienso que ella les ha resultado confusa, entre otras cosas, al no tener claro la delimitación de ese espacio, ya que, dentro de él, sólo les es familiar el que viven.

En este grupo de referencias mayoritarias (214) sorprende el variado número de calles que afloran en sus mentes, 44 en contraste con las tan escasas de sus imágenes visuales (gráfico 2). igualmente, como acabamos de señalar, el que alguna de ellas, percibidas como parte integrante del centro, se les representen ahora como de acceso a él. Tal es el caso de la Avenida de la Constitución, la más realizada por los estudiantes (56) y otras de menores citas: Tetúan, Reyes Católicos, Sierpes, Laraña, Trajano (entre 19 a 10). Tampoco escapan las de Alfonso XII, Amor de Dios, O'Donell, plaza de la Alfalfa, del Duque, Campana, Sagasta, plaza Nueva etc., (entre 6 a 1 mención).

Junto a ellas, en su memoria otros nombres que nunca habían sido citados. Son vías que, en nuestro estudio, forman parte del sector tradicional del centro (VEGA BENAYAS, 1989a). Están situadas, al este de Sierpes, entre la plaza de la Encarnación y la de los Reyes. En el gráfico n.º 2 es una zona de claros.

Un segundo y pequeño grupo de estudiantes alude (39) a una serie de calles periféricas al casco histórico que, según ellos, facilitan el acceso al centro. Son siete los ejes reconocidos que sitúan al sur, este y oeste de la ciudad intramuros. Al primer grupo pertenecen su familiar y transitada calle de San Fernando, lógicamente la más evocada (13), y la avenida de la Palmera (3). Del sector oriental se mencionan las avenidas de Luis Montoto (11), Eduardo Dato (5) y Ramón y Cajal (3); del occidental, la avenida de la República Argentina (2) y calle de San Jacinto (2).

Si contemplamos un plano de Sevilla podrá apreciarse la distancia que media entre la escala de la percepción y la de la realidad. Este grupo, que identifica núcleo histórico con centro, tiene un pobre conocimiento de "la considerable

dotación viaria que a él se pliega y de él brota” (VEGA BENAYAS, 1989, 156). Con ello se confirma, una vez más, la idea de **que** la imagen de la ciudad es sectorial o de barrios conocidos.

Finalmente, para los que piensan que las calles **que** llevan al centro parten de los límites históricos del casco, las respuestas emitidas son muy dispersas. En el total de las 39 menciones no aparece un consenso mayoritario, ya que las respuestas oscilan entre 5 a 1.

8.3. La adjetivación del centro

Con la última pregunta (24) de este bloque ponemos fin a la pesquisa sobre el centro. Son muchas las cosas que han dicho y aportado los estudiantes. Como remate y colofón, pienso que reúnen los argumentos suficientes para sintetizar en un adjetivo la esencia de “su” espacio percibido.

Encontramos en sus respuestas actitudes diferentes e incluso antagónicas ante una misma realidad, debido, tal vez, a flujos distintos de información o a una diversa situación vital, como señala RIMBERT (1973).

Las calificaciones de los que han proporcionado respuesta (81,2%) brindan un total de 153 menciones. De ellas, el 37,9 por ciento coincide en señalar el mejor atributo del centro al que dimana de su pasado, de su tradición; de ahí que sea adjetivado como centro histórico, antiguo, tradicional, cultural.

En un segundo lugar (31,4%) pesa la actividad, las funciones que desarrolla, por eso será llamado centro comercial, centro administrativo, centro laboral.

Otros (12,4%) lo califican personalizándolo: centro alegre, divertido, “movido” o como a un ser vivo, centro neurágico, dinámico, vital. Su percepción denota, como señala LEDRUT (1973), un contenido subjetivo y afectivo y una estructura viva.

Tampoco faltan los juicios negativos (9,8%) con epítetos cargados de menosprecio: sucio, polucionado, desordenado, caótico u otros que lo denotan denso y tupido: centro bullicioso, aglomerado, masificado.

Finalmente, el centro, entre algunos (6,5%) es simplemente el espacio que sintetiza a la ciudad: “centro urbano”, centro “de Sevilla” y también un objeto magnífico (2%): centro bello, interesante.

La rica pluralidad de actitudes da cuenta de cómo opera la subjetividad y del variado campo de las Geografías personales. También suscita un problema urbanístico ante los adjetivos peyorativos que si no desemboca en una ordenación operativa, habrá de tenerse en cuenta. La adaptación a unas estructuras existentes no acorde con los deseos de los urbanistas puede acarrear la pérdida del sentido

o sentimiento de este espacio, de su "sense of place" que, por su "identidad, estructura y significado", liga a todos los individuos. Las consecuencias que pudieran devenir para Sevilla serían la de convertirse en una ciudad como lugar de tránsito. Por eso "la geografía de la percepción trata de descubrir lo que vincula al hombre a la tierra, lo que le enraiza, lo que da a su vivido una particular densidad" (CLAVAL, 1974, 184).

9. LA REPRESENTACION DE LA PERIFERIA

Las dos últimas preguntas del cuestionario (25 y 26) llevan a investigar la percepción de otras áreas distintas del centro. Se les pregunta si existen en Sevilla otras zonas o barrios donde prefieran ir en vez de aquél: si así fuere, qué es lo que les motiva a ir.

En el primer caso, las respuestas son bastantes contundentes. Para la mitad de los estudiantes (69) no hay otras áreas capaces de sustituir al centro y 17 se mantienen en silencio.

El número de menciones de los que afirman lo contrario se reduce a 68. Estas se distribuyen con un marcado contraste. Los distritos de Los Remedios y Triana son los más percibidos (38,2% y 35,2, repetivamente). Después, se produce un notorio gradiente, ya que la frecuencia de los lugares nombrados oscila de 3 a 1, es decir de 4,4 a 1,5%.; el consenso es, pues, insignificante, pero no por ello menos notorio. Resuelta de interés conocer las interpretaciones que el individuo da de la ciudad. Así el Distrito de Nervión es el preferido por minimayoría y dentro de él, la Gran Plaza. Del distrito Parque, las zonas frecuentadas son Reina Mercedes y Heliópolis. El resto, aisladamente, elige lugares del casco histórico norte (San Julián, San Marcos, San Lorenzo etc.).

El "leit motiv" de frecuentarlas para los que prefieren huir del centro es, especialmente, la diversión. Así opina el 46,4% de los 69 estudiantes, meta lógica en su edad. Otros buscan la tranquilidad, la sensación de espacio y sentirse más cómodos (15,8%). Ello encaja en la calidad de vida. El comercio, exigencias estéticas (tipismo, belleza, monumentalidad), estudios y necesidad son otros tres grupos de menciones con idéntica proporción: 7,2%. También el residir en ellas (5,8%) o la proximidad a sus viviendas (4,3%) constituyen otras motivaciones para no acercarse al centro, así como el cambio de ambiente (2,9%), las visitas (1,4%) y la facilidad de transporte (1,4%).

La lectura de los diferentes espacios está en función de las actividades que les lleva a frecuentarlos y de las preocupaciones de cada uno. Puestos ante un plan de la ciudad, podrá advertirse que el conocimiento de Sevilla, de su trama urba-

na, es muy limitado. Realmente el consultado no vive globalmente, aunque viva en la ciudad, sobre todo si es de grandes proporciones, por los imperativos de tiempo y espacio-actividad.

10. ULTIMAS REFLEXIONES

Introducirme en el campo de la percepción ha resultado de gran interés; me ha hecho caer en la cuenta del amplio abanico de potencialidades que oferta esta vía de investigación.

El presente estudio brinda la oportunidad de confrontar y conciliar dos tipos de enfoque geográficos, el objetivo y el subjetivo, con lo cual el conjunto espacial del centro ha salido enriquecido. Enriquecido, porque el aporte interior y egocéntrico de los encuestados permite llegar a un más hondo conocimiento de su relación humana con él. Algo que no hubiera quedado tan nítidamente aclarado desde una reflexión objetiva y exteriorizada. Es obvio, pues, que los dos planteamientos se complementan y necesitan si se pretende profundizar en el conocimiento integral de este lugar o de otro cualquiera. La percepción, señala BOSQUE (1979, 18) “se convierte en un factor decisivo cuando se pretende hacer inteligible el espacio e interpretar científicamente no sólo su actual personalidad, sino también sus raíces dinámicas”.

Es reconocido que una de las limitaciones de este tipo de análisis concierne a la demarcación de los escenarios locales. Por eso, la imagen del centro de Sevilla es confusa en sus bordes. Es comprensible y lógico, puesto que requeriría unos planteamientos conceptuales y una postura científica, cuando la suya es simplemente vivencial e intuitiva. Sin embargo, el centro vivido, el que usan y adjetivan se aproxima bastante al que delimitamos con criterios objetivos y cuantificables.

Por nuestra parte, reconocemos que los protagonistas de esta investigación forman un grupo homogéneo, por sus años, estilo de vida, actividad, etc. Hubiera sido más sugerente cotejar las geograffias personales de una mayor variedad de personas en edad, sexo, actividad, etc.

El desconocimiento de su ciudad en el grupo es bastante notorio. Ello suscita la necesidad de estimular, desde el punto de vista docente, el aprendizaje y el sentido de su entorno.

Finalmente, este tipo de investigación, a través de las reacciones vividas de los urbanícolas, puede ser una contribución de interés para los gestores de Sevilla. Al fin y al cabo aquellos son sus protagonistas, los que la viven, perciben, sienten, aman o rechazan e incluso modelan.

11. BIBLIOGRAFIA

- ALMOGUERA SALLEN, P. (1989): *El Area de Sevilla como sistema metropolitano*. I.D.R. Sevilla 455 págs.
- BAILLY, A.S. (1979): *La percepción del espacio urbano*. I.E.A.L.Madrid, 236 págs.
- BIANCHI, E.; PERUSSIA, F. (1979): *Centro di Milano. Percezione e realtà*. Unicopli. Milano, 227 págs.
- BOSQUE MAUREL, J. (1979): "Percepción, comportamiento y análisis geográfico". Boletín de la Real Sociedad Geográfica. T. CXV, n.º 1, pp. 7-23.
- BOULDING, K. (1956): "The imagen". Ann. Arbor University of Michigan. Press.
- CAPEL, H. (1973): "Percepción del medio y comportamiento geográfico". Revista de Geografía. Universidad de Barcelona, Vol. VII, n.º 1-2, pp. 58-150.
- CARPENTER, C. R. (1973): *City Sings and Lights: A Policy Study*. MIT PRESS, Cambridge.
- CLAVAL, P. (1974): "La Géographie et la perception de l'espace". L'Espace Géographique, n.º 3, pp. 179-187.
- DOWN, R.M. (1970): "Geographic space perception. Past approaches and future prospects". Progress in Geography International Review of Current Research. London, vol. 2, pp. 65-108.
- ESTEBANEZ ALVAREZ, J. (1981): "Problemas de interpretación y valoración de los mapas mentales". Anales de Geografía de la Universidad Complutense. vol. I. Madrid, pp. 15-40.
- IGLESIAS BALDONEDO, M. (1987): "La imaginabilidad de los cascos históricos: el caso de Santiago de Compostela". X Congreso Nacional de Geografía A.G.E., Zaragoza, pp. 581-591.
- LEDRUT, R. (1973): *Les images de la ville*. Anthropos, Paris, 400 págs.
- LUIS GOMEZ, A.; REQUES VELASCO, P. (1984): "Estructura, evaluación y preferencias espaciales en Cantabria. Un estudio de Geografía de la percepción". Ciudad y Territorio, n.º 62, pp. 101-120.
- LYNCH, K. (1984): *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili, Barcelona, 227 págs.
- RAPOPORT, A. (1978): *Aspectos humanos de la forma urbana*. Gustavo Gili, Barcelona, 381 págs.
- RIMBERT, S. (1973): *Les paysages urbaines*. Armand Colin, Paris, 240 págs.
- RIMBERT, S.: "Approches des paysages". L'Espace Géographique, n.º 3, pp. 233-241.
- VALVERDE, J. (1989): "La percepción del espacio de Managua". Revista de Geografía. Universidad de Barcelona, vol. XXIII, pp. 87-99.
- VEGA BENAYAS, S. DE LA (1989a): *El centro urbano de Sevilla*. Excma. Diputación Provincial. Sevilla, 214 págs.
- VEGA BENAYAS, S. DE LA (1989b): "Los habitantes del centro de la ciudad de Sevilla". En *Análisis del desarrollo de la población española en el período de 1970-1986*. A.G.E., Madrid, pp. 161-167.