

LA PERCEPCIÓ DE L' ESPAI URBÀ PELS ADOLESCENTS: EL CAS DE PALMA

Pere Joan Brunet
Magdalena Seguí

L'objectiu primordial d'aquest treball el podríem definir com un intent d'establir quina és l'experiència que tenen de Palma els joves de 14-16 anys, quina relació guarden amb la ciutat, i cercar possibles diferències segons es tracti d'adolescents que viuen o no a Palma, així com experiències distintes segons sien al.lots o al.lotes.

Hem partit del joves i no dels adults perquè creim que l'aprehensió que aquests fan de la ciutat es coneixerà millor i començam pels que encara no tenen les motivacions dels grans. A més, fixam així una primera etapa d'un estudi més ambiciós que tendria per objecte la imatge de Palma als adults i vells.

L'interès que per a nosaltres —geògrafs— té aquesta investigació es centra en el fet de considerar l'acció de l'home sobre el medi com un dels objectes de la Geografia. Ara bé, si les accions humanes, individuals o col·lectives, són sempre el fruit d'una anterior percepció i aprehensió del medi sobre el qual actuen, l'estudi dels mecanismes i condicionants que intervenen en la fabricació de la imatge entren de ple dins el domini de la Geografia, encara que altres disciplines, principalment la Psicologia, tenen molt a aportar en aquest camp.

Som conscients que entre la informació que els joves estudiants han rebut de Ciutat i la imatge que se n'han fabricat existei-

xen filtres, tant de tipus sensorial com socio-culturals i econòmics. Fins i tot el llenguatge —en el nostre escrit— és un codi de comunicació que desvirtua en part la imatge real de Palma que ells tenen. Però així i tot, creim que ha estat possible arribar a l'objectiu que ens havíem proposat. De qualche manera volíem conèixer quina actuació es pot esperar sobre la Palma de demà per tant dels joves d'avui i també quin grau de satisfacció proporciona l'actual ciutat tant per als qui la utilitzen esporàdicament com per als qui hi viuen.

El nostre punt de partida és la consideració que l'espai no és mai una extensió neutra. Els homes sempre actuen d'una manera determinada sobre ell: o el creen, intervenen, manipulen... o bé es deixen intervenir, manipular, o finalment, reivindiquen una actuació i gestió pròpies sobre l'espai. Havíem pensat que als joves se'ls hauria d'incloure en el segon grup, perquè la seva edat (i en el nostre cas també la situació socio-econòmica de ca seva) no els permetia encara intervenir a cap nivell dins Ciutat. Veurem que això no és del tot cert i que les influències que han rebut per part de campanyes de sensibilització ciutadanes o d'explicacions a classe sobre temes urbans, els encaminen en part a desitjar i gestionar una Palma molt diferent de la que tenen.

Estudiar la imatge d'una ciutat envers els joves no és nou en la Geografia. Metton i Bertrand, dos geògrafs francesos de la Universitat de Caen, varen publicar l'any 1973 un treball de percepció del medi urbà —els barris de París— basant-se en les enquestes aplicades a 1.600 joves escolars, i arribaren a conclusions interessants que tendrem en compte en aquesta exposició. En el camp més ample de la percepció del medi, geògrafs i economistes han fet nombroses aportacions des dels darrers anys de la dècada dels 60, tant entre els francesos com entre els anglosaxons. La investigació de la percepció del medi urbà té els teòrics més representatius en les figures de K. Lynch —nord-americà— i R. Ledrut —francès—. El primer intenta descobrir, “llegir” què és allò que guia l'home dins el laberint de la ciutat, cercant els elements més significatius que formen i modifiquen la imatge. Per a Ledrut la ciutat és acollidora, alegre, conservadora... Per estar molt més prop del nostre tipus de ciutat —Ledrut va estudiar Toulouse i Pau mentre que Lynch es va centrar en les grans metròpolis americanes— nosaltres ens hem guiat més per l'autor francès en les consideracions teòriques. A més, la importància que Ledrut concedeix a les diferències socials, econòmiques, d'edat i sexe a l'hora d'evocar la imatge d'una ciutat les acceptam totalment.

Les dades per a aquest treball han estat preses d'una enquesta efectuada a 118 escolars: alumnes de 2ⁿ i 3^r de B.U.P. de la Porciúncula, centre religiós al qual assisteixen en règim d'internat allots de pobles; alumnes de 2ⁿ de B.U.P., allots i allotes de Sant Josep Obrer que en majoria viuen a Son Gotleu, barri nou d'absorció d'emigrants situat a la perifèria de Palma; i, finalment, nines de vuitè curs de E.G.B. d'una escola religiosa d'es Vivero, antic barri també perifèric de Ciutat.

L'enquesta és exclusivament escrita, amb respostes obertes i l'anirem exposant en el text. No desestiman que hi ha altres fonts de dades, com la fotografia, el dibuix, la interpretació d'escrits... susceptibles d'ésser aplicades en un tipus d'investigació com la nostra, però el nombre i edat dels entrevistats ens va fer optar per l'enquesta escrita.

Les respostes han estat sotmeses a una doble anàlisi. Per una banda, interessa ressaltar qualque resposta individual però molt significativa i analitzar les dimensions que comporta. Per altra banda, hem cercat les variables més representatives i que l'elevat nombre de respostes iguals fa que puguem generalitzar pel sexe i grup d'edat corresponent.

El camp de tècniques que es poden aplicar per grafiar i quantificar les dades és prou

ample: índex de distorsions, perfils de polaritat de percepcions (ciutat neta/bruta/, gran/petita, agradable/desagradable...), mapes de corbes de superfície de percepció, etc. l'extensió d'aquests fulls fa que només presentem grafiades les percepcions més significatives: els llocs preferents de passeig i els de camps.

La imatge de Palma

La qüestió efectuada als joves era la següent: en què penses quan pronuncies el nom de Palma de Mallorca?. Ens interessava saber a quins camps acudeixen quan han d'evocar Palma. L'aspecte d'ipseïtat o de relació amb el “jo” és el més relevant d'entre els que viuen a Palma —61% de les respostes—, i no ho és tan sols pel nombre sinó per la relació íntima, personal, vital que els lliga amb la ciutat. Són les respostes com “pens en la ciutat on vaig néixer”, la ciutat on visc”, “la meua ciutat” etc., que representen una ipseïtat actual o passada molt més forta que altres dimensions.

Per als joves forans és la capitalitat de Palma el camp més evocat, ja sia per la plurifuncionalitat (31% de les respostes), principalment la comercial, com per l'expressió explícita de capital (22%). Algunes respostes en aquest sentit són prou significatives del que tradicionalment ha estat Palma per a l'illa, com la de l'allot que quan l'evoca pensa que “és el pare de tots els pobles”, o d'aquell altre que simplement pensa “Ciutat”.

El valor —positiu o negatiu— és el tercer camp en importància i el que ens ha sorprès més a l'hora d'analitzar les respostes. Pensar en el nom de Palma provoca als adolescents forans un 19% de reaccions negatives, principalment per motius ambientals —contaminació, falta de zones verdes, renous, trànsit— i també socials —“el caràcter presumptuós dels ciutadans”— mentre que només un 5% evoquen una ciutat pròspera, maca, de bon clima... qualitats positives en definitiva. Per als ciutadans la reacció de valor és molt més suau, sobretot per part de les allotes.

Altres dimensions que cita Ledrut i que en altres grups d'edat podrien ésser importants, gairebé no es donen en les escolars. Són per exemple aspectes com la grossària de Palma o la seva situació costera.

Simbologia de Palma

Les qüestions amb les quals hem analitzat quina organització mental de l'espai urbà tenen els joves i també quins símbols, monuments, edificis, zones de Palma, tenen més influència en la fabricació de la imatge simbòlica són les següents:

— si haguessis d'explicar a un estrany com és Palma, què li diries?

— quins monuments coneixes de Palma? per què?

Posar els enquestats en la situació d'haver de "mostrar" la ciutat a un estranger era en part configurar quin ha estat el paper del turisme com a impulsor d'una imatge que s'ha de promocionar i vendre de Palma i així ha quedat demostrat per les respostes; tant entre els ciutadans com entre els de poble hi ha un elevat nombre de contestes que indiquen com dins l'espai simbòlic de la Ciutat existeixen uns elements que representen Palma, que la substitueixen. Això, R. Ledrut ho anomena "emblemàtica".

Per als alumnes ciutadans l'espai simbòlic s'organitza a partir de tres monuments principals —Castell de Bellver, Llotja i Seu— i una façana marítima —Passeig Marítim i Port—, i per als joves de poble són els mateixos elements però amb major jerarquia de la Seu dins el conjunt. Aquesta és la imatge de Palma que es troba als "folletos turisticos", la cara de Ciutat des de la mar que possiblement guarden tots els mallorquins dins la seva ment i que donarien al foraster.

Les referències a l'antic són compartides pels dos grups, però només els al.lots forans parlen de barris o indrets moderns. També només ells són capaços de caracteritzar Palma per aspectes globals. Aquests fets s'expliquen perquè en el mecanisme de percepció de la imatge pels joves de poble hi juga el condicionant psicològic de "baixar a Ciutat", així com el condicionant visual de poder captar tota la ciutat de cop i des de l'interior. Per altra banda, penetrar dins Palma significa passar per la perifèria, on han crescut els polígons i barris nous. Respostes com "Palma és una ciutat amb el barri vell al centre i fora els polígons" o "Palma té el casc antic on només hi ha monuments i la perifèria amb carrers amples".

Un altra aspecte exclusiu dels forans és la funció que encarna Palma com a punt de partida i arribada de cara al continent, reflectida en les respostes que fan referència a l'aeroport i que gairabé no apareixen entre els ciutadans.

La repulsa cap al que és urbà de que parlàvem en el punt anterior també la trobam quan els joves de poble han de caracteritzar Palma: un 120/o de respostes desfavorables i només un 80/o de favorables. Els ciutadans, sobretot les al.lotes, no dirien mai a un foraster res negatiu de Palma sí que ho farien alabant les seves qualitats.

Altres maneres d'organitzar-se mentalment l'espai, com la grandària i situació, tampoc no apareixen en aquest apartat. En canvi, l'aspecte plurifuncional de Palma apareix bas-

tant rellevant, encara que la funció turística i d'oci sigui la que té més importància del conjunt, d'acord amb la imatge d'una bella ciutat marítima, amb monuments i passeigs on es pot fer turisme i passar-ho bé, imatge que, com veurem més endavant, és totalment oposada a l'espai que en realitat utilitzen i viuen.

Quan els monuments no són apel.lats per simbolitzar la ciutat, "surten" de l'anterior espai simbòlic. Apart de la Seu, Bellver i Llotja, que són els monuments més citats pels dos grups, així com l'estàtua a Ramon Llull, entre els alumnes de la Porciúncula apareix l'estàtua a Jaume I i la de Fra Juníper Serra, i entre els de Palma l'Almudaina i l'estàtua a Ruben Dario. Es posa de relleu la importància del transport en la percepció de la imatge: Jaume I es troba a la Plaça Espanya, punt de confluència dels transports públics intrainsulars i la de Fra Juniper Serra al començament de l'autopista que condueix a l'Arenal, allà on es troba la Porciúncula. Per a aquests al.lots, l'edifici de G.E.S.A., que també es troba en el trajecte que freqüenten de Palma a l'escola, serà el més conegut (540/o de respostes correctes) d'entre les fites que demostraren desconèixer la seva situació en un 750/o —Llotja, Puig de Sant Pere, Plaça Major, Hotel Melià, estàtua a Ramon Llull, Polígon i l'esmentat edifici de Gas i Electricitat S.A.

La práctica de la Ciutat

El butlletí de la Cambra de Comerç d'abril de 1970 publicà un estudi fet pel Dr. Bartomeu Barceló en el qual quedava demostrat el grau de desconeixement i per tant d'infrautilització que els mateixos ciutadans tenen de Palma, a pesar que la grandària de la ciutat no justifica que les distintes funcions per les quals es pot "apropiar" de l'espai urbà de Palma es trobin tan compartimentades i concentrades. En el cas dels joves —que encara no tenen l'oportunitat de percèbre l'espai del lloc de treball i també el de residència/tr treball— el grau d'utilització de l'espai urbà és molt baix. Deixant a part la funció residencial per treballar amb enquestes d'al.lots de distintes barris i pobles, vàrem intentar penetrar en la comercial i la de l'oci. La funció escolar també quedava exclosa pel fet que gairebé la totalitat dels escolars assisteixen a l'escola que es troba més prop de ca seva i en el cas dels forans perquè és l'únic internat on poden estudiar B.U.P., estudis que no es poden cursar en la major part dels pobles, tal com ho vàrem comprovar per les enquestes.

"A quins llocs de Palma va més sovint a comprar? per què?" foren les questions per les

quals intentàrem configurar l'espai d'utilització comercial. Aquest es configura a partir d'uns eixos —Sindicat, Sant Miquel, Colom— amb un punt de confluència —la Plaça Major—, als voltants de la Plaça de l'Olivar (“el mercat”) i per l'Avinguda Jaume III. Per als forans són les dues primeres vies les que més freqüenten, cosa que vol dir que la joventut dels pobles continuen utilitzant per finalitats comercials els dos principals eixos de penetració rural dins Palma, en els quals tradicionalment s'han instal·lat comerços per servir las necessitats foranes. Entre els ciutadans, és l'Avinguda Jaume III la que té primacia, principalment per a les al·lotes, carrer que deu molt la seva funció a la recent instal·lació de “Galerias Preciados”, magatzems que per si sols atreuen un 250/o, i que han revaloritzat els altres comerços instal·lats a la perifèria. A menor escala Radio Borne, al carrer Sant Miquel, juga un paper semblant. Destaca la dispersió de comerços que se citen al carrer del Sindicat i voltant de la Plaça Olivar, en front de la concentració de Sant Miquel.

Un aspecte interessant a conèixer era la utilització semicomercial i de semioci, contemplar el que guarda d'atractiu la mercaderia per mitjà de la qüestió “Entra sovint a comerços sense intenció de comprar res? a quins? “El 750/o dels enquestats contesten afirmativament, i d'aqueixos un altre 750/o diuen que ho fan als dos grans magatzems que en l'actualitat existeixen a Palma: Preciados i Woolworth. Els joves dels pobles reparteixen el seu interès entre els grans magatzems i establiments varis, entre els quals ressalten les botigues de material esportiu, tendes de discs, llibreries.

L'atractiu de Palma com a espai d'oci és considerablement baix per als joves forans. Un 270/o d'ells manifesten que no venen mai a Ciutat per divertir-se ni per passejar, i els que ho fan assenyalen com a llocs més freqüents el cine —que ofereix més varietat i novetat que al poble— i les discoteques, seguit de molt lluny pels esports com a espectacle. Però la preferència per unes zones determinades de Palma com a lloc de diversió representa tan sols una quarta part de les respostes. Aquest espai s'estructura de forma lineal i marítima: Arenal, Passeig Marítim, Drassanes, Gomila, Cala Major. L'altre zona de Ciutat que té una utilització semblant és la Plaça d'Espanya, a causa del seu atractiu com a lloc de reunió.

Per als ciutadans la utilització és la mateixa amb la salvetat que les al·lotes freqüenten més les discoteques que els al·lots. Podríem resumir que la Palma d'oci per a aquests joves és la dels turistes, o dit d'un altra manera, que l'espai i les diversions que ha generat el turis-

me a Ciutat són utilitzats pels joves insulars. Les motivacions les donen ells mateixos i són prou explicatives: la major part de respostes fan referència al fet que no tenen una altra oportunitat de divertir-se que el cine o la discoteca i que al seu barri o poble no troben ni això.

També se'ls va demanar els llocs de passeig que freqüenten per Palma. Aquí ens trobam amb la configuració d'un espai que coincideix amb el de la imatge simbòlica, és a dir, amb la façana marítima i el conjunt monumental de la Seu i el Barri Antic. El Born, lloc tradicional de passeig, es cita en un 15-200/o i amb proporció semblant La Rambla. Els motius els fonamenten principalment en l'estètica i la tranquil·litat. En menor proporció senten preferència per als llocs que guarden el seu atractiu pel moviment o pels comerços, com la Plaça d'Espanya, Avingudes, carrer del Sindicat, encara que entre aquests darrers són les al·lotes les que els utilitzen amb més freqüència.

Finalment, cal afegir que l'aspecte que no trobam entre els al·lots és la relació barri-centre, la consideració que existeixen els barris perquè hi ha un centre, i es crea així una contradicció a la dialèctica centre-barri quan, al mateix temps que l'individu s'identifica amb la ciutat a través del centre, rebutja des de la perifèria urbana el fet de la centralitat.

L'explicació d'aquesta absència es pot trobar precisament en el fet que entre els entrevistats, tots ells de barris perifèrics o de pobles de Mallorca, existeix una aprehensió del centre de Palma molt global. L'al·lota d'es Vivero que explica que ve a comprar “a Palma” resumeix aquest fet.

Es va formular una segona qüestió per analitzar el coneixement que tenen els joves del centre de Palma, entenent per centre l'espai intern a les antigues murades. La qüestió és; “Quin camí seguiries per anar de la Plaça d'Espanya a la Seu?”. Com que no demanàrem que exposassin els motius de la decisió, no podem conèixer amb exactitud si és la rapidesa o l'atractiu del camí el condicionant de l'elecció. Per a la tercera part dels forans, la decisió es pren guiant-se per la facilitat i sacrificant la distància, és a dir voltant per les avingudes cap a la mar i seguint per l'Autopista, camí evidentment fàcil però molt llarg. Si sumam a aquesta proporció la dels qui manifesten no saber el camí, ens trobam amb un 500/o d'al·lots de poble que demostren desconèixer Ciutat. La resta dels forans i els ciutadans assenyalen dos camins: el més curt, per St. Miquel i Cort, i un altre que baixa a la part inferior de Palma pel carrer dels Oms, Born i tornen a pujar per Conquistador o s'Hort del Rei. Aquests darrers podrien desco-

nèixer el camí més ràpid o bé considerar la qüestió motivada pel passeig.

Quant als elements que se citen i que per tant representen les fites per les quals es guien dins Ciutat, en primer lloc ens trobam amb uns carrers —St. Miquel, Oms, Born, Rambla — molt coneguts, i la Plaça Major. Sumen el 50% de les cites. A continuació tenen importància els edificis que simbolitzen el poder —Ajuntament, Capitania, Governació— els comerços i els cines.

Les preferències d'espais a Ciutat

Per una banda interessava la preferència que demostren sobre els diversos barris de Palma i per l'altra, penetrar dins el tipus de ciutat i de casa que simbolitza l'ideal de futur per als joves.

El centre com a tal i els barris degradats que inclou —Barri "Chino". La Calatrava, Puig de St. Pere— representen la zona de Palma més rebutjada per viure-hi per part dels forans i quasi en igual proporció els barris perifèrics. Els ciutadans mostren una tendència semblant, però entre ells s'aixeca el barri de Son Gotleu com el més rebutjat, principalment per les al·lotes, per motius tant de tipus social com ambiental. Aquest barri, en què viuen part dels entrevistats, s'ha considerat com a símbol de la degradació dels barris perifèrics absorbents d'emigrants de Palma, ja sia pel seu tamany més important que els altres o perquè fou un dels primers que va sorgir a Ciutat.

El propi barri, a pesar de la mala premsa de Son Gotleu no es rebutjat del tot. Quan han d'exposar les zones de Palma on els agrada viure, un 40% dels ciutadans assenyalen el seu propi barri —Vivero i Son Gotleu principalment— encara que no indiquen els motius, com no sia el costum o el coneixement que tenen del barri. Aquest fet confirma la teoria que el barri, com a espai més utilitzat per l'individu, proporciona als seus habitants la seguretat psíquica que significa posseir un paisatge de què es fa un patrimoni individual i familiar. El ciutadà es mou amb espontaneïtat dins el propi barri, mentre que a la resta de la ciutat ho fa amb actes programats. També entre els forans es beslluma aquest fet perquè el 36% de respostes apunten a una preferència de viure per la zona de Ciutat que posseeixen i utilitzen: la Pl. d'Espanya i les avingudes. En canvi, la zona turística que integra part de l'espai simbòlic de Ciutat i que probablement representaria per a molts d'adults el lloc ideal per viure-hi és molt poc citada pels adolescents —Son Vida, Bellver, So N'Aramadans...

A l'hora d'expressar els motius de la preferència o rebutjament dels barris ens trobam amb qualificatius oposats, com la tranquil·litat i el moviment: Però un element que és reivindicat per tots, i que també es plasma a l'hora de descriure la casa somniada, és el que fa referència a les característiques ambientals: volen una ciutat per damunt de tot, neta, amb zones verdes, sense contaminació... Aquest aspecte reuneix el 50% de les motivacions, seguit d'un 14% que considera l'equipament de la ciutat com el dret més important incloent atraccions juvenils— i altres aspectes, com la grossària o la situació, ja són molt més secundaris. L'aspecte social també els preocupa, sobretot a les nines, expressant el desig de viure a una ciutat sense desordres, justa, amb igualtat de benestar per a tothom.

La casa està d'acord amb aquest esquema de ciutat. Molt pocs són els que consideren la pròpia com la ideal i apunten cap a una venda a una planta baixa, amb jardí, acollidora... sense gairebé esmentar la casa "ciutadana".

Conclusions

La principal conclusió a què hem arribat amb aquesta investigació és la constatació de la compartimentació de l'espai urbà de Palma que es dona quant a la seva utilització, constatació que es pot quantificar i grafiar, assenyalant la ciutat comercial, la de l'oci, la simbòlica, que hem anat traient de les respostes a l'enquesta. No apareix la utilització del barri gairebé per cap altra funció que la residencial i la escolar. Per als joves forans les funcions de Ciutat es resumeixen a la comercial.

Podem afirmar que per als adolescents, tant els propis ciutadans com els que no ho són, Palma és una ciutat que no presenta cap atractiu, inadequada per les seves aspiracions i activitats, malgrat que quan es troben en situació de "mostrar-la" diguin el contrari. Creim que l'apropiació que fan els adolescents de l'espai segueix uns mecanismes i rep uns condicionants propis dels grans; pocs aspectes són exclusius dels joves si comparem els nostres resultats amb els de Ledrut a Toulouse i Pau. Per exemple, l'apetència d'una ciutat bulliciosa, amb moviment i color, que segons l'autor francès és natural als grups d'edat més joves, nosaltres la veim convertida en la ciutat tranquil·la i natural de què acabam de parlar. Aquest aspecte, així com d'altres com el que cau dins el camp social de desitjar una ciutat més igualitària i justa, ens fa mirar amb certa esperança la "remodelació" o la trajectòria de Ciutat si en un futur ja pròxim es

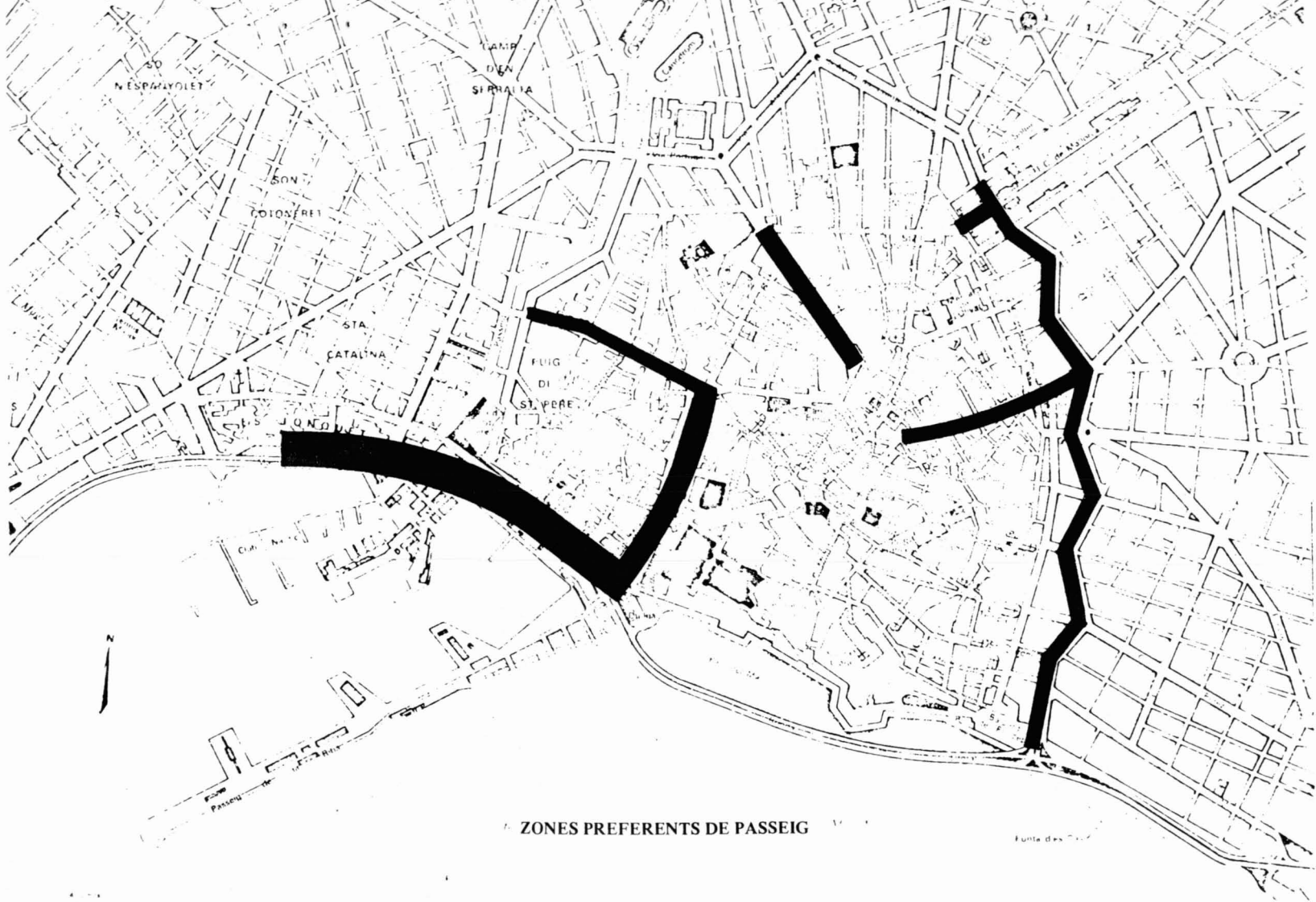
permet als ciutadans gestionar la pròpia ciutat. L'atenció a les barriades de la perifèria, l'equipament de llocs de diversió per a tots, aconseguir una Palma neta i amb zones verdes..., etc., són aspectes que podrien estar ja molt presents en la ment dels nostres joves i fer-los actuar encara que sia a nivell reivindicatiu en la Palma de demà. No creim que les preocupacions que ens expressen els allots arribin per ara als constructors, acostumats a safisfer una clientela adulta dotada d'un poder de compra i expressió.

Finalment, aquest treball pot servir al psicòleg o al pedagog que s'interessi per la percepció del medi dels adolescents amb un ob-

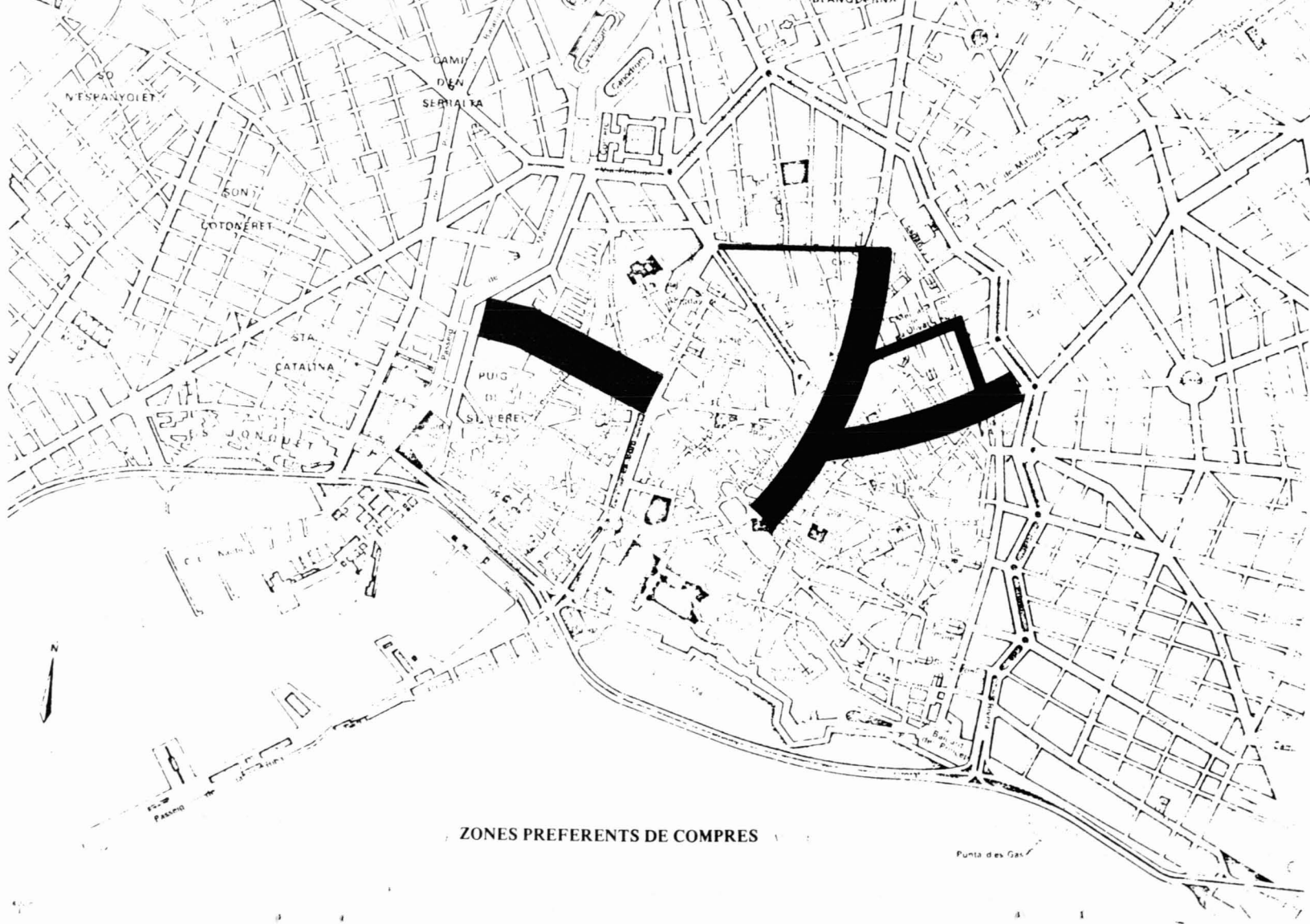
jectiu distint del geogràfic. Nosaltres hem pogut constatar com l'aprehensió que fan els allots no és sempre la mateixa que la de les seves companyes. Presumim que els resultats serien més rics si entre els entrevistats féssim diferències social, culturals, econòmiques, a més de les fetes per origen i sexe. I tot això també interessa al geògraf que vol conèixer l'actuació de l'home sobre el medi, actuació que ha anat precedida d'una aprehensió que hem intentat fitxar en un camp molt concret i que, com dèiem al començament, ens agradaria completar amb una mostra molt més ampla d'edat.

Bibliografia

- Barceló Pons, B. "El espacio físico y la población" en "Análisis de la Ciudad de Palma de Mallorca", Boletín de C.O.C.I.N. de Palma de Mallorca nos. 667-68 de Abril-Septiembre 1970.
- Cayrol, Jean "De l'espace humain" Paris, Le Seuil, 1968.
- Capel, Horacio "Imagen de la ciudad y comportamiento espacial de los ciudadanos" Docuemtnos de Comunicación Visual, número especial dedicado a la Ciudad. Barcelona, Ind. Casamajó.
- Capel, Horacio "Percepción del medio y comportamiento geográfico" en Revista de Geografía del Pto. de Geografía de la Universidad de Barcelona, vol. VII, 1-2, 1973.
- COMISION DE URBANISMO DE BARCELONA "Conductas espaciales y percepción del espacio urbano en distintas subáreas de Barcelona Capital". Comisión de Urbanismo y Servicios Comunes de Barcelona y otros municipios. Comisión Técnica para la revisión del Plan Comarcal, Publicación nº 14.
- Choay, Françoise "L'urbanisme : utopies et réalités" Paris, Ed. Du Seuil, y Barcelona Ed. Lumen 1976.
- Choay, Françoise "Le sens de la ville" Paris, Ed. Du Seuil.
- L'ESPAGNE GEOGRAPHIQUE. Articles de varios autors apareguts als números 1-2-3- de 1974. Paris, especialitzats sobre prcepció del medi.
- Fauque, Richard "Pour une nouvelle approche sémiologique de la ville" Espaces et Sociétés, nº 9, Juliol 1973.
- Ledurt, Taymond "Las images de la ville" Paris, Ed. Anthropos 1973.
- Ledrut, Raymond "Sociologia urbana" Madrid, IEAL, 1971.
- Lynch, Kevin "La imagen de la ciudad" Buenos Aires, Ed. Infinito 1960.
- Matore, Georges "L'espace humain" Paris, La Colombe 1962.
- Matton, Alain "Le quartier, étude géographique et psycho-sociologique" Canadian Geographer, Toronto vol. 13 nº 4, 1969.
- Metton, Alain - Bertrand, M. "La perception de l'espace urbain : de l'enfant a l'homme" L'espace Géographique nº 4, 1972.
- Moles, Abraham - Rohmer, Elisabeth "Psicologia del espacio" Madrid, Ed. Ricardo Aguilera, 1972.
- Moles, Abraham "Théorie de l'information et prception esthetique" Paris, Flammarion 1958.
- Moles, Abraham "L'affiche dans la societè urbaine" Paris, Dunod 1970
- Pailhous, Jean "La représentation de l'espace urbain. L'exemple du chauffeur de taxi" Paris, PUF, 1970
- Piaget "La représentation de l'espace chez l'enfant" Paris, PUF 1948
- Quintana, Alberto - Diaz de Castro, Francisco "Ciudad y novela : Organización del espacio y producción de imagen" en "Literatura y Ciencias Sociales", Palma de Mallorca, 1978 Documento nº 5, ICE.
- Rimberty, Sylvie "Les paysages urbains" Paris Armand Colin 1973.



ZONES PREFERENTS DE PASSEIG



ZONES PREFERENTS DE COMPRES

CIUTAT DE MALLORCA