

**FILOSOFIA, GEOGRAFIA I PERCEPCIÓ.**  
**Una aproximació als criteris generals d'investigació en**  
**Geografia de la percepció i del comportament**

Antoni Morro Prats<sup>1</sup>

**RESUM:** *Filosofia, Geografia i percepció. Una aproximació als criteris generals d'investigació en Geografia de la percepció i del comportament.*

*Aquest article comprèn dues parts diferenciades: la primera, de caràcter filosòfico-teòric, dibuixa els trets generals de l'horitzó cultural de la nostra època clarificant els criteris de realitat que el caracteritzen i com s'hi situa la perspectiva fenomenològica en Geografia. A més, s'intenta perfilar el sentit d'una Geografia humana fenomenològica com a concreció de l'activitat i l'actitud de l'home en front del seu entorn, mitjançant la noció de lloc i de la importància de la percepció en la transformació del medi ambient.*

*La segona part té un caràcter teòric-metodològic i centra la seva atenció en la idea de paisatge com a pràctica del marc vital i en la importància de la percepció en la relació dialèctica home-medi. Repassa així mateix les concepcions d'imatge en Geografia de la percepció (formalistes i transaccionalistes) i els seus components. Continua amb la importància del sentit del lloc per als fenòmens de la percepció i les seves dimensions individuals i socials. I conclou amb les macro i micro-escalaes d'intervenció en Geografia de la percepció i del comportament i la seva complementarietat com a principi per a una millor comprensió de les diferències espacials. Per aquestes reflexions s'han recuperat alguns dels principals treballs clàssics de la geografia de la percepció i del comportament, tot intentant repensar la seva profunditat conceptual.*

**PARAULES CLAU:** *fenomenologia, marc vital, imatge, sentit del lloc.*

**ABSTRACT:** *Philosophy, geography and cognition. An approach to general principles of investigation in behavioural geography.*

*This article contains two different parts: the first, with a philosophical-theoretical character, depicts general features of the cultural horizon of our time clarifying the judgements about reality that distinguish it, and how phenomenological-geographical point of view lays in it. Then, we try to outline the sense of phenomenological human geography like concretion of man's outlook and activity in its environment. Through the notion of place and the weight of cognition in environmental changes.*

*The second part has a theoretical-methodological character, and looks at the idea of landscape like making life world besides the importance of cognition in dialectical relations between man and his environment. We likewise review some concepts of image in behavioural geography (formalist and transactionalist) and their components. It follows with the significance of sense of place for the cognitive phenomena and its individual and social dimensions. And finally it ends with macro and micro-scales of intervention in behavioural geography and their complementarity like a beginning for a better understanding of spatial differentiation. For this thought, we recall some main classical works in behavioural geography rethinking their conceptual depth.*

**KEYWORDS:** *phenomenology, life world, image, sense of place.*

<sup>1</sup> Departament de Ciències de la Terra de la Universitat de les Illes Balears. 07071 Palma.

L'objectiu d'aquest article té una doble dimensió: per una part, intentam clarificar la utilitat i la raó de ser d'una geografia de la percepció que ajuda a explicar per què les coses es troben on es troben i no solament a explicar com, a la manera de les geografies anteriors, la qual cosa suposa, en conseqüència, un canvi de focalització del problema geogràfic, passant de les formes als processos.

Ens va semblar necessari, doncs, començar perfilant els supòsits essencials des d'un punt de vista conceptual com a principi d'orientació posterior per a l'investigador. Els traços que configuren aquesta possible orientació constitueixen el contingut d'un segon objectiu: proposar les claus que permetin desenvolupar una geografia conductista: cercar la concreció espacial com a *marc vital* ja que tractam les relacions formals, experiencials i simbòliques entre l'home i l'entorn on desenvolupa les seves activitats; considerar els conceptes i els components de la imatge mental de l'espai com a intermediaris entre la percepció i la conducta; el sentit del lloc com a punt de referència de les percepcions i les conductes de l'home en el seu propi entorn i enfront d'aquells que li son menys coneguts, fins arribar a una qüestió de mètode que conté claus teòriques encara poc desenvolupades en el terreny pràctic i que permetrien comprendre la naturalesa dels vincles que uneixen l'home amb el medi en què viu: la conjugació de dues escales d'intervenció, l'enfocament macrogeogràfic i el microgeogràfic, per establir les relacions entre percepció i comportament, i així comprendre millor les transformacions espacials.

Aquest article pren la forma de direccions apuntades més que de distàncies recorregudes. S'han considerat, doncs, els aspectes que semblaven més essencials i en la seva essencialitat han estat tractats.

## PART I

### L'horitzó cultural de la nostra època i els seus criteris de realitat. La visió fenomenològica en Geografia

Una de les principals característiques de la nostra època és la seva oposició al racionalisme dels segles anteriors. Fortament influïda per l'hel·lenisme, la cultura occidental ha estat sempre adherida a les "veritats abstractes, universals i immutables", però feia ja temps que s'anava obrint pas una nova orientació, la idea clau de la qual s'expressava en la forma de "per la concreció". En el si d'aquest corrent se situen l'existencialisme, la fenomenologia i un horitzó filosòfic que es recolza en tota mena d'esforços neotomistes, tots els quals procuren valorar l'encontre significatiu del pensament amb la realitat o, en altres termes, l'encontre de la realitat en un acte del

pensament que, a la vegada, rep d'ella i li procura un sentit. Al pensament purament conceptual s'oposa avui "l'experiència viscuda". De forma manifesta, el pensament contemporani reacciona així, alhora, contra l'idealisme, per al qual l'esperit humà és el que crea el contingut del coneixement i, per tant, la veritat, i contra el realisme representacionista, que veu en el contingut dels conceptes el reflex fidel de la realitat, sense tenir present per a res l'activitat significativa de l'esperit que li dóna sentit.

Aquesta reacció es desenvolupa en una doble direcció: per una banda es troba la tendència fenomenològica, una de les afirmacions bàsiques de la qual és que el món és essencialment un món-per-a-mi. En aquesta tendència, la realitat no posseeix en si mateixa cap sentit absolut i és en la seva relació amb l'home on adquireix diversos significats relatius, que varien segons l'angle des del qual hom s'hi aproxima. Per a molts pensadors moderns, l'única "significació objectiva" que pot atribuir-se a la realitat és que pren un sentit en relació amb l'home. Per altra banda n'hi ha qui pensen que en l'activitat projectiva de l'home es reconeix una ordenació absoluta de la realitat, independentment del pensament humà, un ordre que en raó del seu caràcter absolut o tendència permanent, serveix de norma a tota activitat significant. Aquesta segona tendència s'esforça, doncs, a conciliar la part de veritat continguda en el pensament fenomenològic amb les concepcions d'ordenació permanent de la realitat. Submergida en aquest segon horitzó es troba la idea-fonament que alimenta al neopositivisme, el qual, en el seu vessant geogràfic, ha volgut donar a la Geografia una constitució científica, recolzant-se en l'afirmació de la neutralitat de la ciència però rebutjant el rigorós determinisme causal dels fenòmens.

L'aproximació que intentam aquí exposar no pretén una negació crítica d'aquest segon camí, sinó una validació de criteris que poden ajudar la Geografia a adquirir unes dimensions de vertadera ciència humana, plena en la seva realitat i el seu objecte específics.

Després d'un intent de dibuixar els perfils històrico-culturals de la nostra època en la seva essencialitat més nua, ens proposam d'ara endavant perfilar el marc d'una concepció i un mètode geogràfics que encara no han desenvolupat totes les seves possibilitats; sempre evitant el risc que la Geografia perdi la seva identitat i amb el propòsit que aquesta assoleixi el màxim d'explicació de la realitat espacial i una comprensió de l'experiència del lloc (*place*).

### El sentit d'una Geografia fenomenològica com a concreció de l'experiència espacial de l'home

Conciliar el contingut enunciat com a "explicació de la realitat espacial i comprensió de l'experiència

del lloc" suposa incardinar l'objecte específic de la Geografia en l'experiència humana. Si s'assumeix la realitat de l'home com a historicitat individual en una primera instància, s'haurà de convenir que el seu desenvolupament s'efectua en les coordenades espai-temps, i que el geògraf haurà d'inferir una explicació partint de la concreció fenomenològica de l'experiència que l'home té de l'espai: aquella concreció que podem anomenar *lloc*. Així, doncs, s'ha partit originalment de la realitat humana que es troba davant les coses. En definitiva, la raó de ser de la Geografia humana és l'home en l'acció i no l'espai en abstracte. Des d'aquest punt es pot prendre la noció que Heidegger (1958) proposa sobre el lloc, tal com ens recorda Mark Billinge (a JOHNSTON, R.J. et alii, eds., 1990, p.346): "allò que situa l'home en el camí que li revela els vincles externs de la seva existència i al mateix temps les profunditats de la seva realitat i la seva llibertat". Sense entrar en el fons existencial de la qüestió i apel·lant al caràcter social de la disciplina geogràfica podem conduir aquest concepte a una redefinició en apariència vague, però que pot dur a consens: el lloc com a escenari d'interacció social. Tal com ho expressava LEDRUT (1976), l'espai social (i en la seva forma més característica, la ciutat), és un mode de coexistència concret, és una manera de "viure-amb", una realitat social d'ordre sensorial i sensual, en el qual la comunicació entre homes i grups es realitza en relació directa i fonamental amb l'espai, és a dir, per la interpretació de les coses, els volums, les formes, els colors.

En la Geografia fenomenològica s'han desenvolupat dues branques principals: la de la percepció i el comportament per una banda, la humanista per l'altra. Mentre la Geografia de la percepció i del comportament se centra en la noció d'*espai percebut*, la Geografia humanista incideix més en la de *món viscut*, tal vegada amb unes implicacions existencialistes més profundes i d'arrel culturalista. Si la primera contempla l'home com a individu o subjecte, la segona ho fa més aviat com a persona.

Fonamentada en el caràcter intencional de la consciència, la fenomenologia proporciona a la geografia una visió notablement distinta de la clàssica, per a la qual eren normatives les respostes mecàniques o habituals per part dels subjectes enfront de la realitat espacial i social. La Geografia de la percepció i del comportament té com a eix principal les respostes que l'individu dona sobre el medi que l'envolta, respostes mediatitzades per la percepció que té d'aquest i que configuren una *imatge* del mateix. En aquest sentit es diferencia de la Geografia humanista en la mesura que aquesta atén no ja preferentment les percepcions i respostes del subjecte, sinó més aviat

les seves limitacions (per això es valora la passivitat, tal com ho assenyalen WALMSLEY & LEWIS, 1984), adoptant una perspectiva holística i hermenèutica d'orientació crítica.

L'explicació del medi no ha de desvincular-se, doncs, mitjançant l'esquema genèric percepció-imatge-resposta, de les decisions que els individus prenen sobre l'espai, però no s'ha de reduir a una exclusiva comprensió de les decisions subjectives en la mesura que la realitat comprén una multiplicitat d'estructures (físiques i simbòliques), producte de criteris i intervencions maximitzadores, com també resultat de principis de satisfacció.

Amb tot, el que és decisiu és comprendre, tal com assenyalava GOLLEDGE (1987), que les accions recíproques entre els éssers humans i el medi ambient físic tenen lloc dintre de diverses experiències sensorials, en les quals la informació està recollida i integrada en sèries exclusives de coneixement, i que mitjançant processos d'ensenyar, aprendre i observar, les persones entenen les complexitats del medi i aprenen a reconèixer i a usar (transformant) els aspectes importants del medi ambient per poder viure (i sobreviure).

## PART II

### El paisatge urbà: la pràctica del marc vital

El concepte de paisatge, com diu bé BAILLY (1979), correspon a la relació entre un subjecte (l'home) i un objecte (el paisatge). Entre les adjectivacions més abundants de la noció de paisatge en Geografia de la percepció i del comportament (al marge d'alguns estudis del medi rural i la seva significació per a qui el viuen, de maneres molt diferents segons les actituds, les expectatives i les experiències), es troba la de la ciutat. Segurament perquè, tal com assenyalava LEDRUT (1976), la ciutat expressa globalment per la materialitat de la vida (allò concret, allò quotidià,...) la globalitat de les condicions fonamentals del sistema social.

Des de la perspectiva fenomenològica la relació avantditada no és mecanicista; hi ha una variabilitat provinent de la diversitat de percepcions, aprenentatges i motivacions dels subjectes; ja no és l'espai "objectiu" dels tècnics. En oposició a les teories mecanicistes (com la de l'estímul-resposta, basada en la hipòtesi de la relació directa entre els estímuls del medi i el comportament i que rebutja el concepte d'imatge) la perspectiva fenomenològica entén que en el procés de la percepció intervenen variables com la intuïció, l'experiència col·lectiva i la fisiologia individual (BAILLY, 1979). Així, doncs, reconeix la naturalesa subjectiva del paisatge i la importància de la imatge en el procés cognitiu.

De l'articulació dialèctica entre les formacions naturals i les organitzacions humanes resulten els paisatges, i en la seva consideració no positivista es poden entendre com a una conseqüència de la percepció estructurada d'uns elements principals al mateix temps que d'una elaboració activa de la intel·ligència. És per això que la sola percepció proporciona només imatges parcials i no integrades i s'han de prendre en consideració també les dimensions culturals de la immersió de l'home en la realitat. I així s'ha de parlar dels elements simbòlics de la imatge espacial, que es troben en l'arrel de la legibilitat del paisatge. Per això es pot entendre que la percepció és un procés actiu i creatiu que és a l'origen d'una síntesi cognitiva, abstracció que l'individu fa a partir de les identificacions, les seleccions i les associacions de determinats elements del paisatge (BAILLY, 1979).

L'home, relacionat amb els altres mitjançant l'espai, troba en la ciutat, com assenyala LEDRUT (1976), una manera de formar una societat o un medi social, que es defineix essencialment per uns lligams en l'espai i en el temps. Per això, la percepció del paisatge urbà suposa no sols una visió d'elements singulars i/o constants, sinó també una integració de l'experiència individual. En el caràcter relacional de la percepció hi ha implícit un *marc vital*, una dialèctica entre l'home i el seu entorn, de tal forma que els lligams que s'estableixen suposen una relació de familiaritat.

Aquesta és la perspectiva des de la qual LEDRUT (1973) contempla els vincles establerts entre l'home i la ciutat; la percepció és simbòlica i les imatges revelen, en part, la dimensió subjectiva i afectiva de la ciutat (té una equivalència amb el concepte de *psicotopo* proposat per Richard Neutra per definir la qualitat de pertinença emocional d'un individu respecte del lloc que ocupa).

Així, es pot concebre, com indica BAILLY (1979), que l'espai sigui a la vegada un resultat de l'estructura del paisatge (punt de vista assumit pels qui segueixen la teoria de la forma, com Kevin Lynch, amb la seva obra pionera *The image of the city*, 1960) com a expressió de l'activitat i de l'experiència perceptiva de l'individu (teoria transaccionalista, que estudia les valoracions de les coses segons atribucions pròpies d'altres realitats, i en particular de les humanes, línia en la qual desenvolupà les seves investigacions Raymond Ledrut).

L'experiència de la realitat espacial, sumida en el subjecte, i en ordre a la projecció de les necessitats i les aspiracions de l'home sobre el medi, implica ja no uns criteris de maximització dels recursos (físics i socials), sinó també cercar-hi satisfacció, amb tota la càrrega subjectiva que en l'horitzó existencial i fenomenològic permet parlar del paisatge humanitzat com a *marc vital*.

### Percepció i comportament: el concepte d'imatge mental

En la perspectiva fenomenològica assumida, tal com bé assenyala GOLLEDGE (1987), existeix el principi que el medi ambient extern és entès de moltes maneres diferents i que les seves qualitats expressives provenen de punts de vista distints. El reconeixement formal d'aquesta relació ha estat un dels aspectes essencials desenvolupats des de la geografia del comportament.

En aquesta Geografia hi ha un acord comú que l'adquisició d'informació medioambiental, i l'ús d'aquesta informació en alguna forma del procés de presa de decisions, són previs a un comportament "obert" (WALMSLEY & LEWIS, 1984). Però a vegades el processament i l'avaluació de la informació del medi no influeix directament un comportament explícit.

El subjecte interactua amb el medi per crear-ne una imatge mental. La informació medioambiental pot proporcionar un coneixement del món real, però les bases fisiològiques, psicològiques i les característiques culturals de l'individu determinen com el coneixement contribueix al desenvolupament de la imatge ambiental. Això és molt clar, tal com indiquen WALMSLEY & LEWIS (1984), en la consciència del medi proposada en la línia transaccionalista-constructivista de la Geografia de la percepció. Hem d'advertir, en aquest punt, que existeixen investigacions dirigides envers espais grans que no poden ser percebuts en l'estricta sentit d'estímul directes que incideixen en els receptors sensorials. Aleshores, s'han considerat les fonts d'informació indirectes (opinió pública, publicitat). Es pot comprendre així que la cognició està mediatitzada per l'experiència, les creences, els valors, les actituds i la personalitat, en la mateixa mesura que, en la interacció amb el seu medi, l'home hi veu just allò que l'interessa (procés de selecció conscient d'acord amb els seus interessos, ja expressat per BAILLY, 1979). És així com WALMSLEY & LEWIS (1984) parlen de la percepció i la cognició com a actes proposicionals (de propòsit), i que la ment no és un espai buit preparat per contenir els fets (*facts*).

Al resultat final de la cognició se li pot aplicar el nom de *mapa mental*, *imatge*, *representació cognitiva* (concepte preferit per GOLLEDGE, 1987), o *esquema*. Mentre que *imatge* té una connotació visual, i *mapa mental* metafòrica, la idea d'*esquema* com a sistemes de referència per codificar i estructurar la informació del medi és tal vegada (segons WALMSLEY & LEWIS, 1984) el concepte més útil per comprendre la via en la qual l'elaboració de la informació i la presa de decisions particulars influeix una conducta manifesta.

No tant per a la comprensió com per a l'operativitat de les investigacions, aquesta noció dinàmica ha de descansar en la més formal d'*imatge ambiental*, com a concepció mental apresada i estable que sintetitza el coneixement del medi ambient individual, les avaluacions i les preferències. En aquest sentit, la *imatge* és una representació parcial, simplificada, pròpia i distorsionada que no necessàriament és isomòrfica amb l'ambient "objectiu", encara que això suposi una filosofia mental neodualista (WALMSLEY & LEWIS, 1984).

Si la imatge s'edifica sobre informació derivada del medi físic i social, pot ser concebuda com una part de la cultura en la qual s'ha format. Així, la imatge tendria una doble dimensió com a fenomen individual i cultural. Aquesta idea de K. E. Boulding (1956) és simple enfront de la concebuda per Powell (1978) sobre els trets que posseeix una *imatge* (segons interpreten WALMSLEY & LEWIS, 1984): un component espacial segons la ubicació del individu en el món; un altre personal relatiu a persones i a organitzacions; un component temporal referit a la fluència del temps; un component de representació de l'univers com un sistema de regularitats; elements conscients, subconscients i inconscients; una mescla de certeses i incerteses; una mescla de realitat i irrealitat; un component públic i privat amb el grau present en la imatge; un component valoratiu, que ordena parts de la imatge segons siguin bones o dolentes, i un component afectiu pel qual la imatge està imbuïda de sentiment. És clar que per als geògrafs el *component espacial* és el que més interessa, no sols perquè tal vegada sigui el més important, sinó també perquè sembla ser accessible en un sentit en què els altres no ho són (idea expressada per Boulding, 1973, i recollida per WALMSLEY & LEWIS, 1984).

En l'àmbit urbà els estudis geogràfics sobre la imatge espacial s'han inspirat en gran mesura en el treball pioner de Kevin Lynch sobre la imatge de la ciutat (vegeu LYNCH, 1984). Segons les seves investigacions, els subjectes simplifiquen l'estructura espacial per omissió de detalls menors i per conversió de figures complicades en models més manejables de línies i angles rectes. El procés de simplificació, expressat en mapes esquemàtics, permeté a Lynch argumentar que la imatge de la ciutat s'organitza segons cinc elements: caminals, voreres, barris, nodes i fites (LYNCH, 1984); aquests elements serveixen com a base per interpretar informació, com a guia per a l'acció, com a marc de referència per a organitzar activitats, com a suport per al creixement de l'individu i com a font del sentit de seguretat emocional (segons una idea de Downs i Stea interpretada per WALMSLEY & LEWIS, 1984).

En particular, Lynch argumentà que un coneixement individual de la ciutat depèn de la

*imaginabilitat* de la ciutat, és a dir, la qualitat d'un objecte físic que li dona una gran probabilitat de suscitar una imatge vigorosa en qualsevol observador. La *imaginabilitat* està, per altra banda, molt lligada a la *legibilitat*, és a dir, la facilitat amb què es poden reconèixer i organitzar les seves parts en una pauta coherent (LYNCH, 1984). Així, una ciutat legible seria aquella on els caminals, les voreres, els barris, els nodes i les fites són a la vegada bones d'identificar i de situar respecte dels altres.

Però la *imaginabilitat* no depèn solament de qualitats formals, perquè els llocs i els espais només es converteixen en significatius quan se'ls dona un sentit mitjançant una combinació d'ús, una inclinació emocional i un simbolisme (coincident amb les concepcions de LEDRUT, 1973). O bé: una imatge es forma en l'home per influència del que veu (i, per extensió, pel que percep mitjançant tots els sentits), en la mesura que la imatge participa d'uns components, que l'investigador pot analitzar: identitat (trets distintius), estructura (patrons) i significat (avaluació). La integració d'aquests components com a forma d'experiència espacial constitueix el que hom ha convengut a anomenar *sentit del lloc* (BAILLY, 1979).

### **El sentit del lloc en la ciutat i la territorialitat: la seva conformació segons els individus i els grups**

Si la hipòtesi de familiarietat continua essent a la base de la percepció (BAILLY, 1979) cal trobar com s'articula la relació entre l'home i el paisatge, entès aquest en termes de percepció subjectiva. Si les qualitats formals dels nous conjunts urbans i suburbans estan mancats d'identitat i de capacitat d'impressió enfront de les zones més antigues, caldrà cercar les autèntiques dimensions i processos de la vinculació de l'individu al seu entorn.

Aquesta vinculació es pot comprendre mitjançant el que suposa el sentit del lloc (*sense of place*) o dimensió oculta de les activitats humanes (Hall). Aquesta dimensió, que s'afegeix a l'atribució de valors, suposa, en la geografia de la percepció, la identificació d'uns espais protectors.

Per explicar el sentiment de propietat i l'avaluació de l'espai personal, el geògraf disposa del concurs de les investigacions aportades per psicòlegs, antropòlegs i urbanistes. Es pot concebre que es produeixen successius recobriments espacials, de tal manera que en el centre de tots s'hi densifica al màxim el sentit del lloc. Existeixen una sèrie d'unitats espacials davant de les quals l'home té un sentit d'apropiació territorial, des de les més properes a si mateix (i en les quals experimenta la privacitat de la seva vida: habitació, casa) passant per les mitjanes (barri, ciutat) fins a les més àmplies i menys conegudes (regió, continent,...).

L'escala en què el geògraf conductista intervé comença, en el medi urbà, a nivell del barri, on l'individu se sent *territorialment bé* (BAILLY, 1979). A partir d'aquí pot estendre successivament la seva investigació utilitzant el concepte de distància i les formes en què és percebuda pels subjectes segons l'objecte al qual es refereixin (centre, perifèria).

Segons una idea de Kaufman (recollida per BAILLY, 1979), l'experiència de l'espai es refereix no sols a les categories d'espai propi i d'entorn espacial, sinó també a altres que tenen a veure amb l'experiència, el moviment, la capacitat de desplaçament i el comportament en curs.

D'aquesta manera, la idea de territorialitat (urbana) suposa la identificació de l'individu amb l'espai, un espai que està entreteixit d'experiències comunes amb altres individus, sobre el qual centren les seves expectatives, diferenciant-les i protegint-les de les que provenen d'àrees veïnes. Així, l'individu confereix i viu una qualitat o qualitats específiques del territori que experimenta i en la mesura en què ho fa.

La vinculació de l'home al territori, segons la noció de territorialitat, suposa l'experiència física, la comunicació humana i l'apropiació simbòlica, al mateix temps que la mobilitat. A les qualitats fisiològiques, socials i psíquiques (vivències) conferides a un lloc per un individu se les pot anomenar *sentit del lloc*. És per això que deïem que la imatge d'un espai es compon d'una identitat, una estructura i una significació. Els components estructurals i semàntics han estat estudiats, com ja indicàvem, per la via transaccionalista en Geografia de la percepció (tal com es desenvolupa a LEDRUT, 1973). Hi ha, doncs, una dimensió psicològica del sentit del lloc que es genera en un marc socio-econòmic i cultural en el qual les relacions socials són més fluïdes i constants, es valora la pertinença i es faciliten els moviments. Tot això promou la divisió de l'espai en àrees de diferent accessibilitat psicològica (BAILLY, 1979). Naturalment, en el si d'aquestes àrees s'estableixen, a més d'aquesta proximitat, unes relacions d'intercanvi vinculades a la compartició d'una percepció i una experiència comunes a l'espai entre els individus que les integren, que suposa una simetria a les interaccions, i que poden reforçar amb el temps el sentiment de pertinença i satisfacció (conjugació de variables diverses, segons els diferents autors).

Però el sentit del lloc pot ser modificat (tal com recorda BAILLY, 1979) per variables com l'estatus socio-econòmic i la pertinença a un grup. En conseqüència, poden influir en la percepció, en la representació (imatge) i en l'actitud, de la qual es deriven els comportaments que creen l'estructura espacial. Tanmateix, el biaix geogràfic degut a la pertinença a un grup no és l'única variable que pot

modificar el sentit del lloc, perquè d'acord amb l'activitat i al lloc específic on es desenvolupa i a la intensitat d'ús del territori segons les condicions individuals (edat, sexe), es pot reforçar o no aquella identitat espacial.

La incardinació social (que crea relacions verticals) a l'espai urbà (relacions horitzontals) suposa una estructuració d'àrees d'acord amb formes, funcions i símbols que resulten de la dinàmica experiencial dels diferents grups, als quals se'ls pot associar un determinat gènere de vida. Mitjançant aquest, la noció de territorialitat com a forma geogràfica de les percepcions adquireix uns components distints dels de la realitat pròpiament individual.

Es pot observar, doncs, que a l'horitzó espacial-temporal el contingut del qual es defineix culturalment i que s'expressa per les experiències individuals compartides, hi ha una suma de concepcions personals que el subjecte elabora sobre el seu espai de desenvolupament habitual i que constitueixen el seu món vital (*Lebenswelt*). Sols a partir d'aquest es pot parlar de sentit del lloc.

### **Les escales d'intervenció: complementaritat dels enfocaments microgeogràfics i macrogeogràfics; procediments i aplicacions bàsiques.**

En Geografia de la percepció i del comportament es poden plantejar (com ens recorda BAILLY, 1979) dos nivells d'intervenció: una anàlisi de tipus conductista, en el qual s'estudia l'individu (sobretot mitjançant enquestes) per captar les seves percepcions i actituds, i d'aquesta manera poder explicar el seu comportament; o bé mètodes analítics espacials, que parteixen de dades generals sobre les distribucions humanes (en particular dades censals), per interpretar el comportament col·lectiu.

A l'enfocament microgeogràfic, l'investigador s'ocupa de l'anàlisi detallada de microunitats (individus o grups reduïts; al camp espacial seria l'estudi de barris o d'unitats veïnals) per captar les diferents percepcions. Així, es poden aplicar mètodes d'enquesta, i segons els objectius, per recollir informació individual sobre les actituds a un marc vital conegut (la percepció i la imatge considerades des d'un punt de vista formalista, com els mapes mentals utilitzats per GOLLEDGE, 1987, basats en la teoria de l'ancoratge i l'aprenentatge a partir d'aquest i derivats dels esquemes de LYNCH, 1984, semblen ser insuficients per captar tota la dinàmica d'experiència social i simbòlica de l'espai).

Entre els tipus d'anàlisi més significatius per aplicació de l'enfocament conductista es troben els de tipus econòmic (BAILLY, 1979): percepció i localització urbana (que estudia la maximització de les atraccions percebudes en relació amb les

possibilitats financeres, aplicat a les teories de localització residencial); percepció i comportament econòmic, característic de les ciències regionals, que relaciona el consum de l'hàbitat amb diverses variables, com la capacitat financera i el cicle vital, però considerant a més de la percepció la utilitat marginal; percepció i desplaçament, que entén que el paisatge és canviant segons la mobilitat de l'individu i que el comportament no sempre respon a una maximització. En aquest sentit, és interessant l'estudi de la cognició de la distància i la diferenciació entre distància objectiva i distància subjectiva proposat per GOLLEDGE (1987). El punt en comú d'aquests tres enfocaments és que, malgrat que la producció i el consum són essencials per a l'acte de decisió, s'entén que l'individu és lliure per a la decisió i el comportament (BAILLY, 1979).

Però el camp d'aplicació de les investigacions micro-escalars és ample i variat, a la vegada que heterogeni. Alguns criteris diferencials es refereixen (tal com proposen WALMSLEY & LEWIS, 1984) a l'obligatorietat o discrecionalitat del comportament (consum i oci respectivament), a la seva freqüència (consum i oci tenen una alta periodicitat davant fenòmens com les migracions i la localització industrial). Totes aquestes formes de comportament, que impliquen moviment, es distingeixen, per aquest factor, dels sentiments i el significat enfront de la ciutat, la percepció dels riscos ambientals, l'adaptació a l'estrès, els propòsits de vot, que representen un comportament ocult. Això no obstant, aquestes dicotomies, com bé adverteixen aquests autors, poden ser fictícies ja que depenen de circumstàncies concretes.

En suma, caldria dir que els principals processos de l'enfocament microgeogràfic consisteixen, malgrat la diversitat d'aplicacions, a delimitar els marcs vitals dels individus i a estudiar la forma com són percebuts, a elaborar un model de comportament del marc vital dels subjectes i a dissenyar un mètode que permeti observar com la percepció individual és influïda pels canvis de l'entorn (esquema proposat per Horton i Reynolds i recollit per BAILLY, 1979).

Si recuperem la raó de fons del desenvolupament de la Geografia de la percepció i del comportament, podem comprendre que a camps d'estudi com l'elecció i la preferència (compres, migracions, residència) GOLLEDGE (1987) hagi criticat els models d'interacció espacials agregats (fonamentats en paràmetres gravitatoris i de maximització de l'entropia), que descriuen els patrons observables de les interaccions, però a penes són capaços d'explicar aquests processos ni de considerar la importància de les preses de decisió individuals.

L'enfocament macrogeogràfic se centra en grans unitats espacials per realitzar generalitzacions i previsions a gran escala, partint d'hipòtesis simplificadores en el comportament col·lectiu. Tal com assenyala BAILLY (1979), l'individu és considerat com a part d'organitzacions de gran format, i d'una manera particular, com a habitants de la ciutat. El mòbil del canvi urbà parteix d'unes percepcions i preferències espacials col·lectives. La tècnica més utilitzada en aquest enfocament (l'anàlisi factorial) extreu, a partir de dades censals, els principals components de la decisió i, tot seguit, l'anàlisi discriminant divideix l'espai en àrees amb una homogeneïtat interna de comportaments semblants. El marc vital o espai d'acció estudiat no és l'individual, ni la suma dels espais-acció individuals, sinó un de característic que és conseqüència de l'associació de persones en el medi urbà.

A l'intent de relació dels enfocaments micro i macrogeogràfics es planteja el problema de la inferència. El raonament consisteix que analitzant petites unitats es poden extreure els factors generals de les decisions col·lectives. Però el que cal conciliar és el caràcter més determinista de les grans escales amb el més probabilista de les àrees més reduïdes. El pas d'un sistema determinista a un altre probabilista és, com indica BAILLY (1979), essencial per a la comprensió d'ambdós enfocaments. Aquí podríem trobar un dels punts més interessants dels estudis geogràfics: l'articulació dels models geogràfics (economicistes) mitjançant elements probabilistes, amb la qual cosa es podrien relacionar les restriccions dels models amb el comportament individual.

Així doncs, els models d'interacció deterministes criticats per GOLLEDGE (1987), podrien trobar una reformulació amb la incorporació de factors conductistes en termes de probabilitat.

Tal vegada la comparació d'ambdós enfocaments pugui ajudar a l'anàlisi de les percepcions a l'espai urbà observant quin és el grau d'explicació assolit en realitzar estudis de petita escala. Però encara n'hi ha més: atès que les anàlisis conductistes (microgeogràfiques) situen al nivell de les actituds i les macrogeogràfiques revelen comportaments, podrien investigar-se els factors de dissociació per a comprendre el perquè dels processos de distribució humana a l'espai, perquè, com afirma BAILLY (1979), si l'enfocament microgeogràfic selecciona qualitats pertanyents a llocs concrets, el macrogeogràfic facilita la seva captació en la seva situació espacial relativa.

**Bibliografia**

- BAILLY, A. S. (1979), *La percepción del espacio urbano*. Madrid. Instituto de Estudios de Administración Local.
- GOLLEDGE, R. G. (1987), *Behavioural approaches to urban problems*. Informe presentado en el Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad de Madrid.
- JOHNSTON, R. J. (ed., 1990), *The dictionary of Human Geography*. Oxford. Blackwell.
- LEDRUT, R. (1973), *Les images de la ville*. Paris. Anthropos.
- LEDRUT, R. (1976), *L'espace en question ou le nouveau monde urbain*. Paris. Anthropos.
- LYNCH, K. (1984), *La imagen de la ciudad*. México. Gustavo Gili.
- WALMSLEY, D. J. & LEWIS, G. J. (1984), *Human Geography. Behavioural approaches*. Essex. Longman.