

LA GEOGRAFÍA DE LA PERCEPCIÓN COMO INSTRUMENTO DE AYUDA AL PLANEAMIENTO URBANO. UN POSIBLE EJEMPLO EN LA CIUDAD DE OURENSE

JOSÉ SOMOZA MEDINA

Universidad de Santiago de Compostela.

Hoy en día gran parte de las ciudades de todo el mundo crecen, se rehabilitan, se industrializan o se desindustrializan de acuerdo con unos instrumentos de planificación urbana, que reciben diferentes nombres en cada parte de la Tierra, pero que tienen un fin común, *racionalizar* las ciudades para que sus habitantes podamos disfrutar de ellas y no sufrirlas.

Es posible que el término utilizado en la frase anterior, “racionalizar”, no sea el más adecuado para expresar el objetivo final de los urbanistas. Tal vez debería haber empleado la expresión “humanizar la ciudad”, para dejar constancia del deseo de los profesionales de la planificación urbana en situar al hombre en el centro de sus modelos. Pero también puede ocurrir que la diferencia entre utilizar “racionalizar” o “humanizar” dependa más de cada ejemplo concreto que de mi impericia, y que en la decisión de escoger una u otra opción tenga mucho que ver el tema que plantea el título de esta comunicación.

En nuestra sociedad la planificación urbana es cada vez más importante, desde los planes parciales que pueden afectar a un barrio, hasta los planes directores de ámbito nacional, todos ellos poseen una trascendencia vital, pues aceptar un plan equivale a desechar múltiples alternativas futuras¹.

¹ GOULD, P. “Las imágenes mentales del espacio geográfico”. En GÓMEZ MENDOZA, J., MUÑOZ JIMÉNEZ, J. y ORTEGA CANTERO, N. *El pensamiento geográfico*. Alianza Universidad, 1982, Madrid.

El proceso de elaboración de cualquiera de ellos es complicado ya que trata de fundamentar sus decisiones en la mayor cantidad de campos de conocimiento posibles, y por ello los equipos que se encargan de estas tareas son multidisciplinarios. Arquitectos, abogados, geógrafos, médicos, historiadores, políticos, geólogos, sociólogos, todos participan en asegurar científicamente el acierto del plan y, sin embargo, en algunas ocasiones, al ponerse en práctica lo decidido, comienzan a producirse resultados y dificultades no previstas, y aquello que se creía beneficioso para los habitantes de una ciudad se convierte en motivo de conflicto.

En un principio los planes de urbanización entendían el espacio humanizado siguiendo los métodos tradicionales del análisis económico; transparencia del medio y racionalidad de la elección. El homo economicus que preconizaban los enfoques positivistas y cuyo objetivo final era la maximización del beneficio, dejó de ser el modelo de análisis cuando se demostró que la posibilidad de elección sólo correspondía a las entidades con capacidad operativa (racionalidad de la elección), y que el medio se percibía de forma muy diferente a como en realidad era (transparencia del medio). Es en ese momento cuando el hombre deja de ser un agente económico racional y se convierte en un individuo mediatizado por las *imperfecciones del conocimiento*.

El ser humano no se comporta en el espacio urbano racionalmente (en términos de racionalidad económica), sino que lo hace en función de la distorsionada y fragmentaria imagen que posee de la ciudad². Cada uno de nosotros posee una imagen parcial del espacio urbano en función de la cual actúa y decide su comportamiento. Hay quien ha llegado a asegurar que para el ciudadano la ciudad objetiva no existe³, pues más allá de ella está la ciudad que la gente utiliza, controlada por las imágenes que la propia gente se forja, porque el comportamiento depende de la imagen (fig. 1). Reaccionamos frente al entorno que percibimos, y nuestra actitud resulta más condicionada por nuestra experiencia personal que por los verdaderos caracteres de ese espacio.

Entonces como nos dice Boira⁴, el espacio no puede ser interpretado como un campo neutro donde funciones y procesos se desarrollan, sino como un escenario vivido que se quiere, se odia, se respeta u olvida según la percepción del ciudadano.

Aquí reside la diferencia esencial entre las percepciones de los planificadores y las de los habitantes, pues no es el mismo barrio el que ven y ordenan los técnicos que el que viven y sienten los ciudadanos, y así es posible que aquello que los urbanistas consideran como esencial resulte para los habitantes innecesario.

Para resolver estas deficiencias es necesaria la participación del ciudadano en el planeamiento, superar la visión externa de los análisis objetivos planificando a medida del hombre, y para conseguirlo, el mejor método empleado hasta el momento ha sido el de las encuestas sobre percepción y comportamiento urbano.

² BOIRA MAIQUES, J.V. y REQUÉS VELASCO, P. "El otro espacio urbano". en *Terra*, nº 4, S.G.X., 1992, Santiago.

³ CARTER, H. *El estudio de la geografía urbana*. IEAL, 1983, Madrid.

⁴ BOIRA MAIQUES, J. V. "El estudio del espacio subjetivo". En *Estudios Geográficos*, nº 209, CSIC, 1992, Valencia.

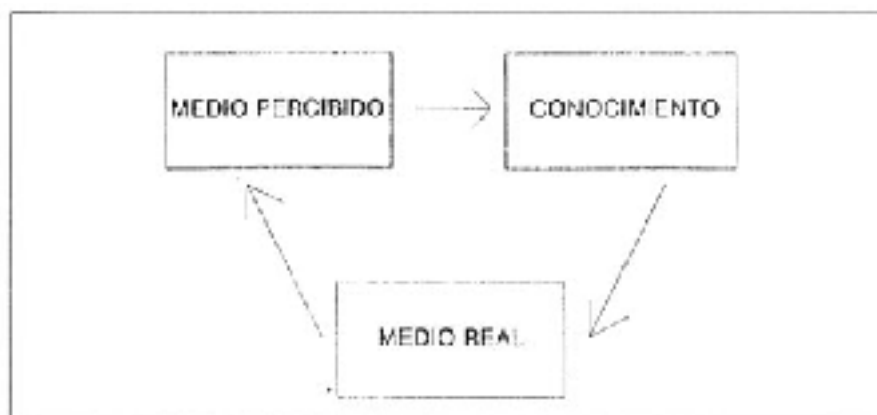


Figura 1.

Relación circular entre el medio real, imagen y comportamiento.

Fuente: CAPEL, H. "Percepción del medio y comportamiento geográfico", en *Revista de Geografía*, n.º 1-2, 1973, Barcelona.

Los geógrafos nos hemos volcado desde siempre en la explicación de la ciudad objetiva, sin tener en cuenta que ciertas características del comportamiento del ciudadano, ligadas a sus percepciones del entorno urbano, desempeñan un papel fundamental en la organización de la ciudad⁵. Por ello, un importante sector de la Geografía Urbana ha ido centrando su interés en el estudio de las imágenes de la ciudad y en el análisis de los distintos factores que influyen en el individuo a la hora de construir su espacio subjetivo. La Geografía de la Percepción, como se ha denominado esta teoría científica, tiene como objeto de estudio este otro espacio, al que llega mediante la elaboración y posterior análisis de encuestas y entrevistas con los protagonistas de la ciudad.

Las encuestas se pueden elaborar atendiendo a tres posibles enfoques: el estructural que nos permitirá conocer la forma en que se percibe la información que se posee sobre el lugar, el valorativo que nos indica como se valora el espacio en relación a las decisiones que se deberían de adoptar y el preferencial orientado al análisis de las preferencias que se tienen respecto a unos lugares determinados. Analizando los resultados podemos obtener las imágenes mentales que rigen el comportamiento de los habitantes de ese lugar.

El método científico en el análisis de la percepción parte del medio objetivo, identifica a continuación las imágenes mentales del mismo y compara ambas realidades para determinar así las *imperfecciones del conocimiento* sobre ese espacio.

Después de lo argumentado es evidente que los planes de urbanización deben incorporar en sus estudios previos este tipo de análisis, pues además de lograr la participación

⁵ GARCÍA BALLESTEROS, A. y BOSQUE SENDRA, J. *El espacio subjetivo de Segovia*. 1989, Madrid.

del ciudadano, consiguen que el modelo sobre el que se elabora el plan se acerque más a la realidad, al tratar el espacio íntegramente (espacio objetivo + espacio subjetivo).

Al colocar, de este modo, al hombre en el eje de la planificación urbana, el objetivo principal no es ya racionalizar la ciudad para conseguir el máximo beneficio, sino sugerir medios para lograr despertar en el hombre el sentido del lugar. Se trata de reforzar los lazos que unen al hombre al lugar, pues se considera que cuando éstos son sólidos y afectivos confieren una cierta estabilidad al individuo y al grupo⁶. Debemos crear un entorno en el que se pueda establecer una relación personal de apropiación, relacionada con el instinto de territorialidad, dejando atrás la ordenación que configura un paisaje uniforme, despersonalizado y sin carácter.

La capacidad de una ciudad para crear un sentido de identidad entre sus habitantes tiene mucho que ver con las cualidades que Lynch⁷, señalaba como básicas para la formación de una imagen coherente; legibilidad, estructura, identidad y significado. El “plan visual” elaborado con estos preceptos tiene como objetivo mejorar la calidad de la imagen pública de la ciudad. A menudo los urbanistas olvidan que uno de los papeles del paisaje urbano es el de algo que ha de verse, recordarse y causar deleite, la “voluptas”, como denominaban esta cualidad los teóricos renacentistas, el placer estético, se relaciona directamente con la eficacia de una ciudad en producir imágenes legibles, y éstas, con el análisis del espacio subjetivo⁸.

A continuación trataré de demostrar con un ejemplo concreto la importancia de incorporar al planeamiento urbano los análisis del espacio subjetivo realizados por la Geografía de la Percepción.

Una reciente investigación llevada a cabo sobre un barrio de la ciudad de Ourense, me dio la oportunidad de demostrar estos conceptos. Dividí el estudio de este sector urbano en dos grandes apartados, por un lado el espacio objetivo y por otro el análisis de la imagen subjetiva que los habitantes tenían de su lugar de residencia.

El barrio de Las Lagunas está situado al Este de la ciudad de Ourense, en contacto con la orilla derecha del río Miño (fig. 2). Su origen data de los años sesenta cuando, como consecuencia del desvío de una carretera nacional, se planteó la necesidad de modificar la ordenación del espacio que atravesaba esta vía de alto tráfico, que en el Plan vigente era de manzana cerrada, para buscar una solución más acertada. El Ministerio de la Vivienda intervino sumando este espacio a su política de creación de suelo urbano, en el que se edificaría uno de los polígonos residenciales de ordenación abierta que caracterizaron al urbanismo español de estos años. Este espacio sirvió además para paliar el déficit de equipamientos educativos que presentaba una ciudad que crecía de forma especulativa, sin ajustarse a la planificación urbana ni a la legislación vigente. En los años setenta las cooperativas de viviendas, creadas exclusivamente para conseguir una parcela

⁶ ESTÉBANEZ ÁLVAREZ, J. “La geografía humanística”. En *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, nº 2, 1982, Madrid.

⁷ LYNCH, K. *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili, 1984, México.

⁸ CARTER, H. *El estudio...* Obra citada.



Figura 2
Espacio objetivo de Las Lagunas. Ourense.

en Las Lagunas, levantaron sus edificios al lado de escuelas e institutos y de parcelas sin edificar, donde en los años ochenta se plasmaría la oferta de viviendas sociales, del MOPU primero y de la COTOP⁹ después, que completarían el espacio edificado (medio real).

Para analizar el espacio subjetivo confeccioné una encuesta que participaba de los tres enfoques señalados anteriormente y en la que en la última cuestión se pedía al entrevistado que dibujara en una hoja lo que para él sería el plano de Las Lagunas.

Aunque el número de encuestas realizadas no fue muy amplio (44, una por edificio), el análisis de las imágenes del barrio si nos permiten ofrecer una serie de conclusiones. Las figuras 3, 4 y 5 recogen tres “mapas mentales”. En ellos podemos apreciar las características más comunes de las diferentes imágenes que obtuve del barrio, como la extremada parcialidad, la inexistencia de nodos, la sencillez de las formas, o la ausencia del Río Miño en el espacio subjetivo del barrio. Fijándonos en el espacio objetivo vemos

⁹ Consellería de Ordenación do Territorio e Obras Públicas.

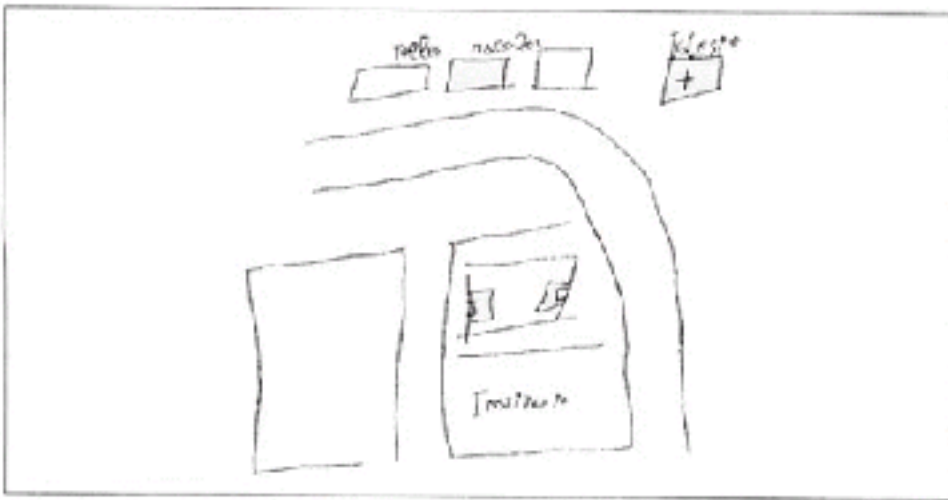


Figura 3
Espacio subjetivo de Las Lagunas. Ourense.

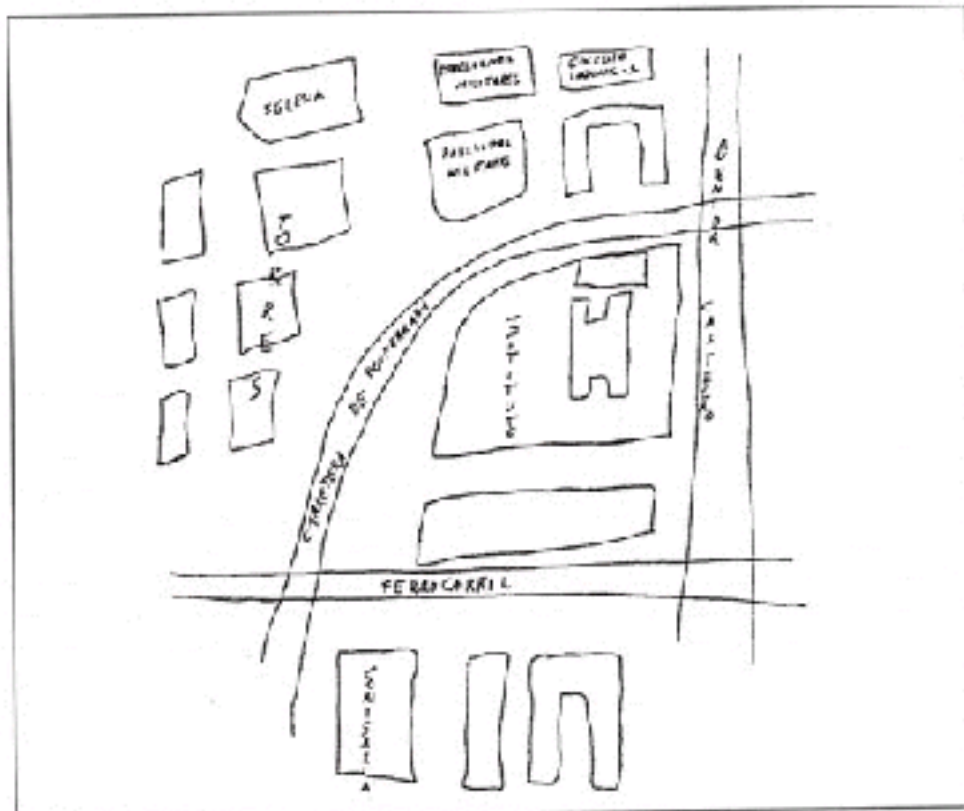


Figura. 4
Espacio subjetivo de Las Lagunas. Ourense.



Figura 5
Espacio subjetivo de Las Lagunas. Ourense.

como algunos edificios de viviendas sociales se sitúan en las parcelas más próximas al río, y esta circunstancia se refleja en el espacio subjetivo provocando dos tipos de imágenes. Por un lado la de los habitantes de las viviendas sociales (fig. 5) que perciben este espacio a orillas del Miño y los residentes en los edificios de las cooperativas que no “sienten” este espacio (figs. 3 y 4). En el caso concreto de la figura 4 se refleja claramente como los prejuicios sociales influyen en la imagen subjetiva de un espacio concreto. En esta imagen se llega a colocar al lado de un edificio de las cooperativas el colegio Lagunas 1, sin tener en cuenta los dos grupos de viviendas sociales (Lonia de 122 y Miño de 50) que efectivamente se sitúan en ese lugar. Ese espacio objetivo ha sido borrado de la imagen subjetiva.

La parcialidad de la imagen del barrio también se debe a que coexistan intercalados dos grupos sociales tan diferenciados, hecho que provoca que ante el recelo de unos y otros se formen cinco o seis islotes de viviendas, perfectamente separados en el espacio subjetivo.

Sin embargo, al analizar las respuestas a las cuestiones planteadas desde el punto de vista valorativo y preferencial, las diferencias sociales, que podían ser motivo de protesta, no influían de manera decisiva en la excelente valoración que los entrevistados otorgaban a Las Lagunas. Las preferencias con respecto al resto de los barrios de la ciudad era abrumadora, exceptuando la valoración siempre exagerada del centro urbano.

Esta circunstancia nos confirma su capacidad para crear un sentido de identidad, es decir, la propiedad que posee este entorno para que sus habitantes establezcan una relación personal de apropiación. Muchas otras razones influyen en esta valoración tan positiva, pero no cabe duda de que es la diferenciación real en el plano con el resto de la ciudad, la que refuerza aquí los lazos de unión entre el individuo y el lugar.

No obstante en el cuadro de la página siguiente podemos observar como muchos de los entrevistados, en la valoración que hacían de su barrio, consideraban como demanda principal una mayor superficie de zonas verdes, algo no muy acorde con la excelente localización ambiental del barrio. También se quejaban de la carencia de espacios comerciales, deportivos y culturales, lo que nos confirma la escasa oferta de lugares donde poder establecer vínculos de amistad que rompan con la descohesión social existente.

CARENCIAS	Nº DE RESPUESTAS	%
COMERCIO	38	20,2
ESPACIOS VERDES	37	19,6
POLIDEPORTIVO	31	16,4
CENTRO CULTURAL	24	12,7
NADA	18	9,5
OCIO	17	9,0
URBANIZACIÓN	13	6,0
OTRAS	10	5,3

Podemos concluir que el sentido del lugar del habitante de Las Lagunas se define por: una diferenciación externa positiva que le confiere un lazo de unión con el lugar sólido y afectivo, y una diferenciación interna negativa que le impide disfrutar plenamente del barrio.

A la vista de este diagnóstico y teniendo en cuenta todo el análisis subjetivo realizado, la actuación urbanística que se debería llevar a cabo en este sector sería la creación de un parque público en la orilla del río Miño, que estuviera conectado con todos los “islotos de viviendas”, para que pudiera ser utilizado por sus habitantes como lugar de reunión social y descanso. Una vista amplia produce un estado emotivo de deleite, lo que se podría lograr con este parque, que además ejercería la función de nodo, que no posee ningún espacio del barrio.

La aportación al planeamiento urbano de la Geografía de la Percepción parece, cuando menos, aconsejable en este ejemplo. Creo que podríamos investigar cualquier otro espacio, más grande o más pequeño, de otra ciudad o de otro país, que siempre encontraríamos, en el estudio de su espacio subjetivo, las claves para entender el sentido del lugar de sus habitantes. Y si el objetivo de la planificación urbana es crear una identificación positiva y afectiva entre el individuo y el lugar, debemos conocer primero como éste percibe ese espacio. La idea no es fundamentar los planes de urbanización en estos análisis, sino que sirvan como ayuda a su elaboración, para conseguir que en el futuro vivamos en unas ciudades más humanas.