



Universitat de Girona

**CAP A UN MODEL D'ESTUDI COMUNICATIU DEL  
PAISATGE**

*INTERPRETACIÓ DEL FACTOR APROPIATIU I VIVENCIAL DEL  
PAISATGE COM A PROCÉS DE COMUNICACIÓ INTRAPERSONAL*

**Jordi de SAN EUGENIO VELA**

## **TREBALL DE RECERCA DE DOCTORAT**

### **Cap a un model d'estudi comunicatiu del paisatge**

Interpretació del factor apropiatiu i vivencial del paisatge  
com a procés de comunicació intrapersonal

**Jordi de San Eugenio Vela**

Director: Joan Nogué i Font

Departament de Geografia, Història i Història de l'Art

Universitat de Girona

**DOCTORAT DE MEDI AMBIENT**

**Itinerari "Geografia en Ordenació del Territori  
i Gestió del Medi Ambient"**

**Universitat de Girona**

**2008**

*El paisaje se contempla. El placer que produce la contemplación genera la necesidad de prolongar el recuerdo por medio de la descripción gráfica, pictórica, literaria o fotográfica. El paisaje se dibuja y se describe, pero también se recrea por medio de la construcción de jardines. Más adelante, el paisaje también se piensa, llegando a reclamar la atención de los filósofos. Contemplar, dibujar, describir, recrear... son fases de apropiación que conducen a un pensar y reflexionar sobre el placer y sobre aquello que lo produce, sobre quien lo disfruta y sobre el lugar y el tiempo en que se disfruta.*

(Javier Maderuelo a *Pensar el paisaje*, pàg. 5 dins de “Paisaje y Pensamiento”, 2006.)

## ÍNDIX

### **Capítol 1. Introducció**

1.1. Plantejaments inicials: preguntes i punts de partida.....	5
1.2. La construcció de la temàtica d'estudi: complexitats i incerteses .....	9
1.3. Per què un treball de recerca exploratori i argumentatiu?.....	15
1.4. Algunes notes al voltant dels interessos acadèmics .....	18
1.5. Agraïments.....	19

### **Capítol 2. L'estat de la qüestió**

2.1. El tractament del paisatge en els estudis de comunicació .....	21
2.1.1. Tendències actuals en comunicació i paisatge .....	28
2.2. L'aportació de la geografia en el "tractament modern" del paisatge.....	33
2.3. L'estudi comunicatiu del paisatge: una aproximació necessàriament multidisciplinària.....	37

### **Capítol 3. Les bases filosòfiques de la comunicació intrapersonal**

3.1. La fenomenologia.....	39
3.1.1. Cap a una anàlisi de les implicacions fenomenològiques en la vivència de l'espai.....	41
3.2. L'existencialisme .....	57
3.3. L'idealisme.....	60

### **Capítol 4. Les bases psicològiques de la comunicació intrapersonal**

4.1. La psicologia cognitiva .....	65
4.2. La psicologia de la percepció. ....	72
4.2.1. La teoria de la dissonància cognoscitiva .....	78
4.3. La psicologia conductista i el conductisme .....	82
4.4. La psicologia de la <i>Gestalt</i> .....	86
4.5. La psicologia ambiental .....	91
4.5.1. La percepció ambiental.....	97
4.5.2. Cognició i significat ambiental.....	99
4.5.3. L'apropiació de l'espai .....	107
4.6. Síntesi de l'aportació psicològica a l'estudi comunicatiu del paisatge .....	111

### **Capítol 5. La construcció del model teòric**

5.1. Des de la teoria de la geografia i la teoria de la comunicació.....	118
5.1.1. El paisatge vist per la geografia .....	119
5.1.2. El tractament de l'espai des de la comunicació.....	121
5.1.3. Apunts previs en relació amb l'estat de la tradició comunicativa.....	122
5.1.4. En relació amb el terme comunicació .....	127
5.1.4.1. La comunicació no verbal i el llenguatge del paisatge.....	133
5.1.4.2. La comunicació intrapersonal .....	134
5.1.4.3. La teoria dels vasos comunicants en comunicació humana.....	147
5.1.5. L'aportació d'Abraham A. Moles a l'estudi de la dualitat espai – comunicació .....	149
5.1.6. Cap a un tractat comunicatiu del paisatge. Aportacions i evolució històrica del pensament en geografia i en comunicació.....	156

<b>Capítol 6. Conclusions: proposta de model teòric .....</b>	<b>178</b>
---	------------

<b>Capítol 7. Bibliografia .....</b>	<b>183</b>
--------------------------------------	------------

## Capítol 1. Introducció

### *1.1. Plantejaments inicials: preguntes i punts de partida*

El plantejament inicial d'aquest treball de recerca de doctorat parteix de la convicció que assenyala que qualsevol procés d'interacció de l'individu amb el paisatge té connotacions comunicatives que cal destriar i, en aquest sentit, es fa necessari establir uns paràmetres d'anàlisi que permetin interpretar els processos de vivència i d'apropiació del paisatge en clau de manifestació comunicativa i, més concretament, des de la perspectiva de la comunicació intrapersonal.

Així doncs, els processos de percepció, cognició i interpretació posterior del paisatge presenten nombroses implicacions des del punt de vista psicològic i d'estudi subjectiu de l'individu, de descoberta del món personal. L'estudi dels processos de construcció de sentit derivats de la interacció individual amb el paisatge es poden situar, en primer lloc, en l'àmbit genèric de la comunicació tal com assenyala Enric Saperas al *Manual Básico de Teoría de la Comunicación* (1998: 49): "La comunicació constitueix l'element creador de la sociabilitat humana. S'inicien la cultura i la humanització de la naturalesa quan apareix la capacitat de comunicar. En altres paraules, el món social es pot comprendre resultat de la qualitat de l'ésser humà de referir-se simbòlicament al món que ens envolta, de posar idees en comú i d'interactuar mitjançant els diversos dominis del llenguatge". Saperas defineix també les variables d'anàlisi en teoria de la comunicació i parla, explícitament, del nivell corresponent a la comunicació intrapersonal (1998: 113): "...només tenim en compte els processos comunicatius interns de cada individu (...). Les actituds, comportaments i predisposicions, el procés de formació de l'opinió individual, la interpretació i la memorització de continguts, la susceptibilitat persuasiva segons el tipus de personalitat del

receptor, el procés de dissonància cognitiva, els valors ideològics, els interessos i un llarg etcètera estructuren el nivell intrapersonal”.

Tot i que l'estudi del paisatge des de l'àmbit de la comunicació també permet fer introspeccions des del punt de vista de la comunicació de masses tal com assenyala Saperas (1998: 35): “Partim d’afirmar que actualment la capacitat de percepció del nostre entorn i el procés de formació de les opinions socials es produeix mitjançant un mecanisme de dependència del procés i de la lògica que generen els mitjans de comunicació”. En aquest sentit, es podrien desenvolupar estudis que vinculessin, per exemple, els usos de paisatge en la comunicació publicitària en el que representa el paradigma del paisatge induït i, en nombroses ocasions, estereotipat.

Rodrigo Alsina (2001:52) també es refereix a la necessitat d’estudi de la comunicació intrapersonal i afegeix noves aportacions al debat que la situa entre un àmbit d’estudi propi de les teories de la comunicació i una parcel·la d’anàlisi i estudi més pròpia de la psicologia. En aquest sentit, Rodrigo (2001) assenyala que la comunicació intrapersonal representa, *per se*, una tipologia de comunicació humana.<sup>1</sup>

També fa notar la presència d’algunes teories, com la de la dissonància cognitiva de Festinger (1982) o la del *gatekeeper* (selecció de notícies). Rodrigo (2001) apel·la a l’estudi de les emocions i de les actituds –en aquest punt esmenta Hovland, considerat un dels pares de la *Mass Communication Research*– com a pròpies de la comunicació intrapersonal. Rodrigo (2001: 52) conclou el seu discurs en relació amb la comunicació intrapersonal en els següents termes: “Així, podem dir que sembla evident que la comunicació intrapersonal és com la figura més petita d’una nina russa. En

---

<sup>1</sup> L’estudi genèric de la comunicació intrapersonal –i més concretament, l’estudi de la percepció– esdevé un dels exemples més clars de les possibilitats d’estudi compartit entre la psicologia i la comunicació. La tradició acadèmica en comunicació ha tendit a estudiar el desplegament efectiu del missatge comunicatiu i ha deixat, en molts casos, que la psicologia s’ocupés de l’anàlisi més “fisiològica” de la comunicació humana.

altres paraules, encara que és una veritat de “perogrullo”, qualsevol comunicació humana requereix un processament humà de la informació. Per tot plegat, les teories de la comunicació, sense pretendre convertir-se en una psicologia cognitiva, haurien de tenir més en compte aquesta comunicació intrapersonal quan els objectius de la investigació i el fenomen a analitzar així ho requereixin”.

En aquest context, tant els objectius de la investigació (donar sortida teòrica al fenomen d’apropiació-vivència del paisatge en clau de comunicació intrapersonal) com el fenomen que es pretén analitzar (la interacció individu-paisatge) assenyalen la necessitat d’aprofundir en una de les tipologies de comunicació humana menys explorades en l’àmbit acadèmic de la teoria de la comunicació: la comunicació intrapersonal.

En aquest sentit, el que aquí interessa és prioritzar el nivell d’anàlisi de comunicació intrapersonal que és resultat de la interacció individu-paisatge. És per això que es fa imprescindible l’elaboració d’un aparell teòric – necessàriament multidisciplinari- que permeti plantejar-se l’estudi del procés d’apropiació i de vivència del paisatge en clau de manifestació comunicativa que, globalment, esdevé. Aquest és l’objectiu principal d’aquest treball de recerca.

El punt de partida de la recerca l’establim a partir de la formulació de dues preguntes clau:

- a) Què pot aportar la comunicació a l’estudi i la interpretació del paisatge?
- b) Quines perspectives teòriques poden ajudar a estudiar la vivència i/o l’apropiació del paisatge en clau de comunicació intrapersonal?

No hi ha dubte que el fet de plantejar-se un procés d'investigació basat en la vinculació entre comunicació i paisatge té un seguit d'avantatges, però també té un bon nombre d'inconvenients. Avantatges pel seu caràcter innovador, potser no pioner, per bé que el fet de plantejar-se l'abast del paisatge en termes estrictes de comunicació intrapersonal sí que hi ha, per si mateix, un objecte d'estudi parcialment inexplorat. Tot i així, hi ha hagut incursions comunicacionals en l'estudi del paisatge més mediàtic, sobretot el vinculat a la publicitat, a la promoció turística, al cinema, etc.

Els inconvenients sorgeixen per la manca de producció acadèmica i/o bibliografia de referència, fins i tot la bàsica, que parli d'un estat de la qüestió a partir del qual es puguin edificar noves propostes d'investigació; ras i curt: de fer avançar la recerca. Es tracta d'un objecte d'estudi que reclama l'encaix de diverses disciplines que, interdisciplinàriament, haurien d'aportar una solució teòrica a la proposta de recerca plantejada.

En qualsevol cas, situar el paisatge en el punt de mira de la comunicació ha de servir, entre d'altres qüestions, per construir un model intel·ligible d'interpretació del paisatge, fent l'èmfasi en el seu alt poder de significació.

D'entrada, però, cal insistir en la necessitat de situar la comunicació com a nucli del nostre interès d'investigació, malgrat que l'aportació disciplinària de la geografia, la psicologia, la sociologia i la filosofia entre altres matèries, esdevindran cabdals per tal d'habilitar un model teòric d'anàlisi comunicativa del paisatge.



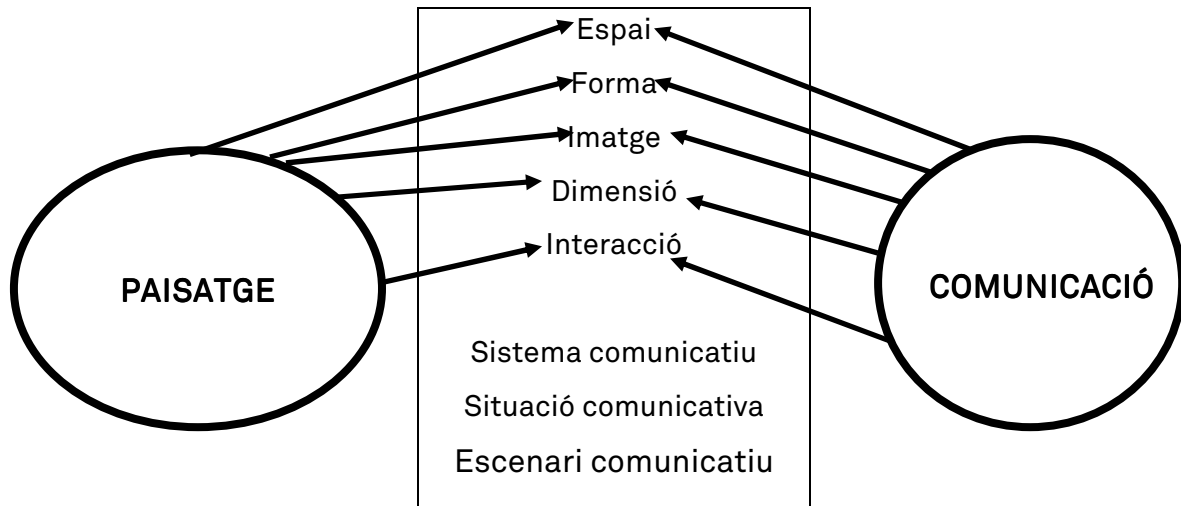


Fig. 1. Implicacions d'estudi del paisatge des del punt de vista de la comunicació. Font: Marta Rizo.

Així les coses, el que es proposa és mostrar les possibilitats d'estudi del paisatge en clau d'escenari comunicatiu. D'altra banda, en el context de determinats paisatges es desenvolupa un seguit de processos de comunicació (a nivell intrapersonal i interpersonal), condicionats per aquest mateix espai, que mediatitza, sens dubte, l'acció comunicativa. Així doncs, la interacció humana amb el paisatge desprèn connotacions comunicatives que també caldrà destriar.

Finalment, cal llançar una proposta per repensar el paisatge, per ampliar-ne el seu àmbit d'estudi i, alhora, per entendre'l a mode d'actiu i entorn de comunicació, amb l'intent de visualitzar-lo despulat de tòpics, d'estereotips o d'imatges preconcebudes. La interpretació del paisatge des de nous punts de vista hauria de portar, en darrera instància, l'augment del seu valor.

### *1.2. La construcció de la temàtica d'estudi: complexitats i incerteses*

Arribats en aquest punt, es fa necessària una primera reflexió al voltant de les connotacions complexes i incertes que es desprenen dels plantejaments inicials del present text.

D'entrada, el present treball de recerca de doctorat pretén fixar els fonaments teòrics a partir dels quals considerar el paisatge com a element actiu de comunicació. Més enllà, es pretendrà mostrar l'apropiació i/o la vivència del paisatge (interacció individu-paisatge) com a procés comunicatiu intrapersonal. Això implica, per una banda, indagar en les bases de pensament filosòfiques més elementals, les quals expressen l'individualitat *per se*. En aquest cas, s'ha considerat l'experiència com a fenomen inherent a la vivència del paisatge (fenomenologia), l'existència en el món i la relació *home-món* (existencialisme) i l'estudi de la realitat (subjectiva i mental) a conseqüència de l'activitat del subjecte (idealisme).

Posteriorment, s'atendrà un nou nivell d'aprofundiment –el psicològic- amb l'objectiu principal de destriar els processos cognoscitius a partir dels quals processem la vivència-apropiació del paisatge i la transformem en sensació-emoció, a partir de la variable estímulo-resposta, que, posteriorment, esdevindrà informació i, per extensió, comunicació amb el *self* (comunicació intrapersonal). L'anàlisi del procés psicològic que es produeix en l'individu en el trànsit interactiu entre el *self* i el paisatge generarà un significat que, posteriorment, serà interpretat. L'expressió mental del paisatge, allò que el paisatge evoca –comunicativament parlant– a l'individu, i la interpretació posterior que se'n deriva, es considera que es tracta, també, d'un procés de comunicació. Aquesta comunicació que en un primer moment és interior (intrapersonal) serà posteriorment transmesa a la resta de la comunitat social (interpersonal).

Es tracta, si es vol, d'un procés de descodificació interior del simbolisme inherent al paisatge i, per tant, el fet d'entendre aquest procés com a manifestació de comunicació aporta més llum a una tasca que Gómez Mendoza (2004: 3) entén com a prioritària. L'autora parla de la necessària evolució dels estudis que s'ocupen dels processos de significació del paisatge. En el mateix sentit es pronuncia Nicolás Ortega Cantero (2006: 108-109), quan assenyala que el tractament modern que la geografia

concedeix al paisatge és aquell que s'ocupa de l'estudi dels simbolismes inherents als paisatges, cosa que no implica defugir l'estudi "tradicional" més avesat a realitzar inventaris –a partir d'unitats d'anàlisi anomenades geosistemes– de tipus físic del paisatge.

En efecte, en aquest treball de recerca de doctorat, a mig camí entre un treball d'investigació i un assaig, es procedirà a fer un buidatge bibliogràfic de totes aquelles àrees de coneixement que, d'alguna manera, poden aportar el seu granet de sorra per entreveure el procés d'apropiació-vivència del paisatge en clau de comunicació intrapersonal, a banda de concedir més llum no només al procés d'intel·ligibilitat simbòlica del paisatge, sinó a aquells fonaments teòrics que, per exemple des de la filosofia, la psicologia, la teoria de la comunicació o el pensament geogràfic, ens poden ajudar a descobrir una nova visió comunicativa del paisatge.

Per tant, i d'alguna manera, es proposa un acostament holístic al paisatge, on la filosofia i la psicologia esdevindran dues disciplines d'entesa fonamental o de primer nivell d'aprofundiment, és a dir, concebudes més des d'un punt de vista "fisiològic" del procés de comunicació que s'esdevé entre l'individu i el paisatge. Amb posterioritat, s'utilitzarà la teoria contemporània de la geografia (segona meitat del segle XX) amb especial èmfasi en les anomenades geografies del subjecte (percepció, humanisme i posmodernisme). Finalment, s'afegirà l'aportació de la teoria de la comunicació, en aquest cas des de la perspectiva interpretativa (interaccionisme simbòlic, constructivisme, sociologies interpretatives, etc.), la qual presenta clares coincidències d'estudi amb el pensament geogràfic de l'època.

Així les coses, es vol advertir que en la pretensió de construcció d'un model teòric que permeti l'anàlisi de l'apropiació-vivència del paisatge entesa com a procés de comunicació intrapersonal no hi haurà treball empíric, atès que la necessària interdisciplinarietat que requereix la fixació d'unes bases

teòriques adequades implica una dedicació completa del present treball. Si es produís el cas d'un hipotètic desenvolupament del present treball de recerca en format de tesi doctoral, s'aplicarien les metodologies necessàries per portar a la *praxi* el que ara s'intenta consolidar des de l'àmbit teòric.

Malgrat que es tracta d'un treball eminentment dedicat a la construcció d'un model teòric d'anàlisi, incorpora algunes hipotesis i objectius de partida que permetran "ensenyar", en tot moment, els seus interessos fonamentals. Així doncs, els objectius de partida i les hipòtesis necessàriament plausibles es concreten de la manera següent:

Hipòtesis plausibles de partida:

- 1) La tipologia de comunicació intrapersonal sí que és una variable de comunicació humana.
- 2) L'atribució de significat resultat de processos interactius d'apropiació i vivència de l'individu amb el paisatge és, també, una manifestació de comunicació intrapersonal.
- 3) L'estudi del paisatge com a actiu de comunicació aporta més arguments a la delimitació dels valors intangibles del paisatge.
- 4) La interacció societat-paisatge, en els nivells individual, grupal i de masses, incorpora àmplies connotacions d'àmbit comunicatiu.

### Objectius bàsics de partida:

- 1) Elaborar un model teòric d'anàlisi del paisatge com a objecte d'estudi propi de les ciències de la comunicació.
- 2) Aportar més *inputs* a l'estudi de la dimensió subjectiva del paisatge<sup>2</sup>, fent un èmfasi especial en l'anàlisi de la seva significació.
- 3) Fomentar l'estudi concret de la comunicació intrapersonal, la "gran oblidada" dels estudis de teoria de la comunicació.

De tota manera, el fet d'intentar delimitar els valors simbòlics i/o intangibles associats a un paisatge és avui dia, tema de màxima actualitat. En motiu del desenvolupament de la Llei de Paisatge de Catalunya<sup>3</sup> -la qual implica el desplegament dels Catàlegs de Paisatge de Catalunya- s'estan executant, actualment, uns inventaris de paisatge, els quals no només inclouen les variables més físiques del paisatge vehiculades, en bona part, mitjançant els tradicionals geosistemes, sinó que també inclouen la delimitació simbòlica i identitària d'aquest mateixos paisatges. Tot plegat fa pensar que la necessitat creixent d'extreure el valor simbòlic i identitari del paisatge no és quelcom oníric o propi d'una metafísica allunyada de la realitat que ens envolta, sinó que, progressivament, esdevé una necessitat de la societat actual<sup>4</sup>, sobretot per preservar els nostres paisatges i el valor intangible que la societat hi diposita. És en aquesta direcció que cal situar aquestes línies, en el sentit de continuar indagant en les significacions personals i intangibles dels nostres paisatges.

---

<sup>2</sup> Els estudis de significació del paisatge vinculats a l'intent de delimitació dels seus valors simbòlics i identitaris disposen, a dia d'avui, de molta menys "producció" acadèmica en relació amb l'anàlisi més física del paisatge, vehiculada, tradicionalment, mitjançant l'establiment d'unitats d'anàlisi "objectives" com el geosistema.

<sup>3</sup> Llei 8/2005 de protecció, gestió i ordenació del paisatge, apareguda al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* núm. 4.407, de 16 de juny de 2005. Esdevé una llei pionera en matèria de paisatge a l'estat espanyol.

<sup>4</sup> Recentment (setembre de 2006) s'acaba de publicar l'obra *Las otras geografías* (Editorial Tirant Lo Blanch), coordinada pels catedràtics d'universitat Joan Nogué i Joan Romero. El llibre posa l'èmfasi en la lectura de les denominades geografies de la invisibilitat, amb la clara intenció de plantejar-se el que es podria anomenar una nova tendència en geografia, encaminada a comprendre i fer intel·ligible el missatge subtil que es desprèn del territori.

Es podria dir, sense por a equivocar-se, que la inquietud inicial de vincular comunicació i paisatge semblava, de bon principi, quelcom que fregava plantejaments metafísics. No obstant això, l'ambiciosa tasca iniciada per l'Observatori del Paisatge de Catalunya en la redacció dels anomenats Catàlegs del Paisatge ha proporcionat la possibilitat de constatar la validesa de plantejar-nos l'estudi del paisatge més enllà dels seus aspectes estrictament quantitius, enumerables i/o físics i, el que és més important, que el plantejament teòric que aquí es proposa pugui oferir, en el futur, una aplicabilitat en els estudis vinculats al paisatge.

L'inventari de paisatges que s'està duent a terme arreu de Catalunya inclou, entre els seus aspectes de catalogació, els anomenats valors d'existència<sup>5</sup> del paisatge. Això significa que el fet de concebre l'estudi dels valors simbòlics i/o identitaris dels paisatges és ja una realitat i és en aquesta realitat dels paisatges intangibles que volem incidir, valent-nos, precisament, de diverses aportacions disciplinàries per acabar proposant un model comunicatiu d'anàlisi i interpretació del paisatge des de l'àmbit intrapersonal.

No és cap novetat l'estudi del paisatge representat, del paisatge habitualment anomenat cultural, cosa que sí que representa un tomb en l'abordatge del paisatge simbòlic és el fet d'entendre'l com a actiu de comunicació, com a generador d'un seguit d'*outputs* capaços de transmetre un seguit d'informacions que posteriorment seran interpretades per la individualitat (intrapersonal) i també per la ciutadania (interpersonal). També resultarà interessant aprofundir en la incidència de l'anomenada territorialitat en els processos d'intercanvis comunicatius, on el paisatge és sempre present com a "convidat de pedra", com a teló de fons. L'estudi del

---

<sup>5</sup> Valors atribuïts al paisatge per part de la població només per la seva pròpia raó de saber que existeix, tot i no relacionar-s'hi per cap ús, ni present ni futur. Mostra una relació ètica amb el paisatge i sorgeix per la "defensa dels drets dels éssers vius", o per la simpatia a determinats elements que el conformen, com animals en perill d'extinció o ecosistemes fràgils, i no necessàriament per l'interès per mantenir intacte un recurs per a les generacions futures ("valor de llegat"). Prototipus de Catàleg de Paisatge (2006: 12), Observatori del Paisatge de Catalunya.

“missatge del paisatge” i la seva interpretació delimita, en aquest cas, la nostra principal línia d’investigació.

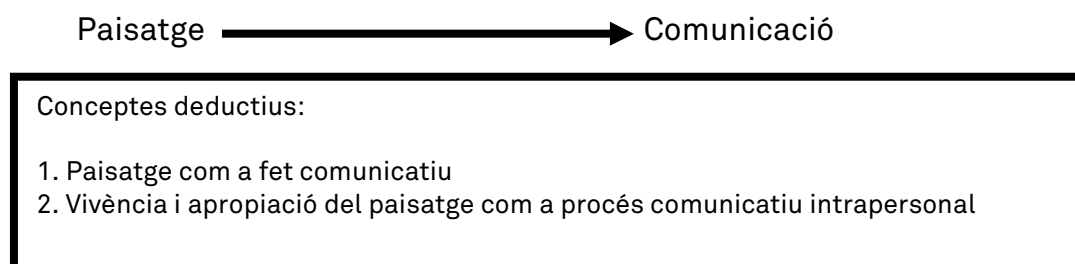
Però és científic i acadèmicament vàlid parlar de sensacions i/o emocions d’un paisatge? És classificable i enumerable tot plegat? Els problemes apareixen quan la proposta d’anàlisi parteix de criteris a priori “poc científics” i, més encara, on les variables de percepció sensorial i d’emoció passen a desenvolupar una tasca important per a entendre la realitat transversal dels paisatges.

### 1.3. Per què un treball de recerca exploratori i argumentatiu?

Fonamentalment, dins el treball de recerca es desenvoluparan conceptes de tipus sistèmic, caracteritzats pel rigor deductiu i sintètic. La seva construcció es basa en la lògica de les relacions entre els elements d’un sistema. El concepte sistèmic no és induït a partir de l’experiència; es construeix mitjançant un raonament abstracte, a partir de deduccions, analogies, oposicions, implicacions, etc., encara que s’inspiri necessàriament en el comportament dels objectes reals i en els coneixements previs sobre tals objectes (Quivy i Van Campenhoudt, 1997).

<b>Concepte</b>	<b>Hipòtesi</b>	<b>Model</b>
Sistèmic	Teòrica o deduïda	Teòric

Fig. 2. Plantejaments inicials del treball de recerca. Font: Quivy i Campenhoudt a *Manual de recerca en ciències socials* (1997).



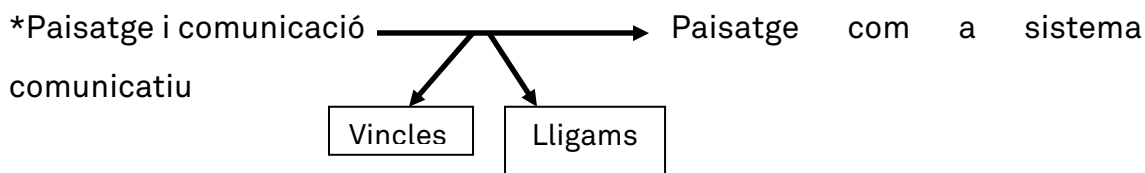


Fig. 3. Les implicacions d'estudi de la dualitat comunicació-paisatge. Font: adaptat de Quivy i Campenhoudt a *Manual de recerca en ciències socials* (1997).

L'enorme necessitat de fixar els fonaments epistemològics i conceptuals dels lligams que s'estableixen entre el paisatge i la comunicació i, més encara, fonamentar teòricament el procés de vivència i apropiació del paisatge en clau de comunicació intrapersonal, fan absolutament necessari el desplegament d'un bagatge teòric ampli, sobretot per la moderada desatenció acadèmica prestada per la comunitat científica a la comunicació intrapersonal i, per extensió, a l'estudi de les connotacions comunicatives inherents al paisatge. Aquí rau, doncs, la necessitat d'enforçar el present treball de recerca de doctorat des d'un punt de vista teòric i argumentatiu.

Val a dir que aquest treball es mourà, permanentment, en un context de subjectivitat, i per tant, en un marc d'anàlisi de comprensió i/o interpretació dels fenòmens que es proposen d'estudiar.

La proposta d'investigació plantejada en el present treball de recerca es pot resumir en el quadre següent:

<b>Paradigma/Principi</b>	<b>Ontològic</b>	<b>Epistemològic</b>	<b>Metodològic</b>	<b>Tècniques</b>
Interpretatiu	Relativisme Voluntarisme	Comprendre (micro)	Ideogràfic Qualitatiu	Entrevista en profunditat Etnografia Grups de discussió, etc.

Fig. 4. Context general de la recerca que es proposa. Font: *Mètodes i tècniques de recerca en comunicació social*, Carles Roca (2005).

Per tant, aquest treball de construcció d'un aparell teòric requerirà de la revisió de treballs i aportacions anteriors, amb la intenció principal de



delimitar un marc teòric que permeti establir els vincles entre comunicació i paisatge. La tècnica i/o metodologia d'anàlisi que es portarà a terme en aquest sentit ens vindrà donada, sobretot, pel buidatge bibliogràfic, amb l'objectiu fonamental d'incentivar una convergència de disciplines que permeti afrontar l'estudi del procés de vivència i apropiació del paisatge en clau de comunicació intrapersonal. Més endavant, i en la hipotètica fase corresponent a l'elaboració de la tesi doctoral, s'executarà una metodologia d'aplicació pràctica dels fonaments teòrics que aquí es pretenen fixar.

En definitiva, el que es pretén és aproximar-se al paisatge qualitativament, amb l'ajut de disciplines i de metodologies que recerquen un acostament psicològic, holístic, fenomenològic, existencial i fins i tot interaccional, en el marc d'un paisatge viscut en un sentit principal: com a element amb capacitat d'evocació comunicativa pròpia.

Quant a la disposició de continguts, el treball s'inicia amb un capítol introductori i justificador del que el lector o la lectora es trobarà a mesura que avanci en la seva exploració, a banda de justificar la "raó de ser" de la investigació que aquí es proposa desenvolupar. Posteriorment, es presenta l'estat de la qüestió, en un exercici bàsic de revisió del "què s'ha dit" i del "què s'ha fet" en relació amb l'objecte d'estudi. A continuació, i en el que representen els capítols tres i quatre d'aquesta recerca, es donen a conèixer les bases filosòfiques i psicològiques fonamentals a partir de les quals es concep la interacció individu-paisatge com a fenomen comunicatiu. A partir de les aportacions de la teoria de la comunicació i la teoria de la geografia, la construcció del model d'abast teòric ocupa el cinquè capítol del present text. Finalment, el model teòric resultant i les conclusions que se'n deriven constitueixen el capítol sisè de la recerca. La bibliografia completa la disposició de continguts d'aquest treball d'investigació de doctorat.

La redacció d'aquestes línies sorgeix en el context d'una autèntica exaltació del concepte *paisatge*, sobretot a les nostres contrades, i apareix també, en

mig de la creació d'un mapa dels "Recursos turístics intangibles de Catalunya", anunciat pel conseller Huguet, cosa que constata, una vegada més, la necessitat de fer "visibles" aquells valors no estrictament inventariables, els quals aporten un gran valor afegit al reconeixement del valor intrínsec de les nostres terres i, especialment, dels nostres paisatges.

#### *1.4. Algunes notes al voltant dels interessos acadèmics*

La curiositat ha estat la raó principal que ha impulsat la redacció d'aquest text. L'interès per vincular els estudis de comunicació o més concretament, la teoria de la comunicació i els estudis de paisatge en geografia han resultat decisius en el moment d'escollir la temàtica del treball de recerca.

El tema ha estat escollit amb el convenciment que la interdisciplinarietat en l'afrontament de l'estudi comunicatiu del paisatge que es proposa en aquestes línies intenta esdevenir una mena de modest "final de trajecte" de moltes aproximacions disciplinàries al seu estudi i més encara, dels seus intangibles, que, en essència, entenc que es fan visibles i/o intel·ligibles a partir de concebre i escoltar el discurs i/o l'expressió (termes amb clares connotacions comunicatives) del paisatge. Per bé que és cert que moltes disciplines han "indagat" vers l'univers no físic del paisatge, no s'ha arribat a parlar obertament del paisatge com a actiu de comunicació.

La trajectòria acadèmica i els interessos investigadors del director d'aquest treball, el Dr. Joan Nogué, molt en la línia del que aquí es proposa, a banda de la recerca anterior i diverses publicacions i aportacions a congressos per part meva, dels quals m'arriba un bon *feed-back*, m'impulsen a redactar un projecte d'investigació d'aquestes característiques el qual voreja –i ho assumeixo amb totes les conseqüències– la metafísica més transcendental.

### *1.5. Agraïments*

L'apartat que fa referència als agraïments és perillós, perquè sempre deixes d'esmentar a algú de qui no et voldries oblidar. De tota manera, faig memòria i voldria, de tot cor, no deixar-me a ningú, encara que això és impossible, perquè hi ha molta gent que m'ajuda i que em dona suport, pràcticament sense sentir-ho, sense adonar-me'n. Per a totes i tots vosaltres, el meu agraïment sincer.

El meu primer agraïment explícit ha de ser, necessàriament, per al director d'aquest treball de recerca, el Dr. Joan Nogué. Per compartir tantes idees, per donar-me suport quan més ho necessitava, per legitimar el que ell va començar i alguns de nosaltres intentem continuar, per tants moments de despatx compartits, per tants berenars i per tants projectes, i també per engrescar-me sempre, per buscar i trobar temps d'on no n'hi ha. Gràcies per la teva confiança.

Gràcies, també, a la Dra. Marta Rizo, per llegir el que escric de matinada, per voler compartir amb mi les seves inquietuds, per estar sempre disponible, per tenir una irreductible curiositat, per fer que la distància entre Mèxic i Girona no existeixi, per fer-ho tot tan fàcil. Gràcies pel teu temps.

Gràcies a la Dra. Mònika Jiménez. Per creure en mi i obrir-me la porta de la docència universitària, per incloure'm en els teus nombrosos projectes. Gràcies per la teva companyonia.

Gràcies al Dr. José Luis Terrón, per tants bons consells, per tenir-ho tot tan clar, per orientar-me en moments de desconcert, i, sobretot, per ser com és. Espero seguir compartint molts cafès amb tu. Gràcies per la teva amistat.

També gràcies a la Dra. Anna Ribas, per ser tan propera, pel seu rigor i tenacitat, gràcies per compartir el teu temps amb mi i fer-me veure les

coses tal com són, gràcies per dir-me, en cada moment, el que volia escoltar, i gràcies per advertir-me que això és una carrera de fons. Gràcies per ajudar-me a no defallir.

Gràcies al Dr. Daniel Casals. Només ha calgut un simple correu electrònic perquè et faltés temps per contactar-me, gràcies per treure hores, minuts i segons de la teva família per culpa meva. El resultat ortogràfic i gramatical d'aquest text te'l dec a tu. Gràcies pel teu compromís.

I gràcies, també, als meus pares. Al papa, per tantes hores d'impagable magisteri familiar, per tanta cultura, per tantes vivències, per tanta passió i entusiasme, per tanta exigència. I a la mama, no cal que li digui res més, ja sap que té totes les meves "gràcies". Gràcies per ser-hi sempre, mama.

A l'Assumpció gràcies per la seva voluntat, per creure en mi, per compartir inquietuds i il·lusions, per implicar-s'hi tant. Sé que puc comptar amb tu, i això no és pas poc. Gràcies per acompanyar-me sempre.

I, per acabar, gràcies a en Pumba, per tants passeigs d'evasió, per demostrar-me que la vida és més simple del que sembla, per compartir tantes estones de jocs. Gràcies per la teva fidelitat.

Bé, i ja n'hi ha prou, que això tot just comença...

## Capítol 2. L'estat de la qüestió

En parlar de l'estat de la qüestió<sup>6</sup> s'ha de fer referència al bagatge científic i acadèmic existent relacionat amb l'objecte d'estudi que ocupa aquest treball de recerca. En aquest sentit, la bibliografia disponible en relació amb l'abordatge conjunt de les variables "comunicació" i "paisatge" és poc significativa, ja que la temàtica no ha estat tractada de forma directa per la comunitat científica, però sí de forma indirecta i en la seva versió més genèrica, la qual, es podria situar en l'estudi de les implicacions comunicatives presents en l'espai. Val a dir, però, que existeixen diversos textos, en l'àmbit acadèmic, que vinculen comunicació i ciutat<sup>7</sup>, comunicació i ambient, i fins i tot interaccions socials enteses també a tall de manifestacions de comunicació. En aquest sentit, l'objectiu d'aquest capítol se situa en l'intent de determinar i avaluar les diferents línies d'investigació existents en el tractament conjunt de la comunicació i del paisatge, i aquest fet comportarà, tal vegada, la necessitat de situar-nos en un punt d'anàlisi més genèrica i, per tant, més allunyada: el de la comunicació i el territori.

### *2.1. El tractament del paisatge en els estudis de comunicació*

“L'espai i el temps (...) determinen els processos socials de la comunicació. Les relacions entre espai i comunicació afecten qualsevol tipus de comunicació. Sembla, doncs, banal indicar que la dimensió espacial és

---

<sup>6</sup> Per estat de la qüestió s'entén la recerca i l'anàlisi de la bibliografia existent sobre un tema a fi de determinar i avaluar les diferents línies d'investigació que existeixen a propòsit de l'objecte d'estudi. Font: Reboratti, Carlos i Hortènsia Castro (1999): *Estat de la qüestió i anàlisi crítica de texts: guia per a la seva elaboració*, Fitxa de Càtedra, FFyL, UBA, Buenos Aires.

<sup>7</sup> És el cas, per exemple, d'autors i autores com: **1) Silva, A.** (1988): *El territorio: una noción urbana*. Signo y Pensamiento. Pontificia Universidad Javeriana (Colombia). Edició 12, Volumn 7; **2) Augé, M.** (1993): *Los "no lugares", espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona. Editorial Gedisa; **3) Reguillo, R.** (1997): *Ciudad y Comunicación. Densidades, Ejes y Niveles*. Diálogos de la Comunicación. Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Edició 47; **5) Gómez Mompert, J.L.** (1999): "La ciudad es el medio, el territorio es el mensaje", *Revista Comunicar*, 13, pàg. 59-63; **6) Martín-Barbero, J.** (1994): *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de la comunicación*. Caracas, Fundarte/ Ateneo de Caracas; i finalmente, **7) Rizo, M.** (2005): "La ciudad como objeto de estudio de la comunicología. Hipótesis, preguntas y rutas para la construcción de un estado del arte sobre la línea de investigación "Ciudad y comunicación"", *Revista Andamios*, 2, pàg. 197-226

essencial per a la comprensió dels processos comunicatius (...). La comunicació no solament està condicionada pels espais, sinó que ella mateixa crea i configura espais” (Romano, 2000: 39). Així les coses, la que es podria denominar *Comunicació territorial*, inclou un espectre de concepcions variat i disciplines que reforcen, sens dubte, el valor transversal dels processos d'investigació en geografia i en comunicació. Com a resultat, s'entreveu l'emergència d'un nou objecte d'estudi d'interès professional i acadèmic que genera, per endavant, àmplies perspectives d'anàlisi.

La necessitat de descodificar els significats que s'atribueixen al paisatge, la interactuació societat-paisatge (comunicació intra i interpersonal) i, més recentment, els usos de paisatge a tall “d'aparador territorial mediàtic” en l'àmbit, per exemple, de la comunicació publicitària o del *citymarketing* (comunicació massiva), serveixen per plantejar l'estudi del que, d'alguna manera, representa la suggestió del paisatge, de clars tints emocionals i simbòlics i, per tant, també comunicacionals.

Històricament, dels estudis de paisatge se n'han ocupat els geògrafs, arquitectes, historiadors, sociòlegs, ambientòlegs, entre molts d'altres, però, en canvi, el paisatge s'han mantingut poc explorat des de la perspectiva de la comunicació. En aquest sentit, és notòria la proliferació d'anàlisis que posen l'accent en el paper que desenvolupa el territori com a mitjancer de processos de comunicació o en l'estudi de processos de retroalimentació entre la societat i els seus espais (cognició i/o percepció). Les tendències de "mercadeig" amb els espais amb finalitats identitàries o de fabricació de marques de ciutat o de país (icones territorials), han aconseguit, en els últims temps, un protagonisme important. D'aquesta manera és com adquireix sentit la inclusió dels comunicòlegs en l'estudi i la gestió de l'espai.

El paisatge és, per ell mateix, un aparador cultural, un escenari de llenguatges (identitari, estètic, religiós, mitològic, etc.). En aquest mateix sentit, és assumible la tesi que sosté que en l'espai es troba el missatge i, per tant, el territori amb càrrega simbòlica exerceix la funció d'espai transmissor d'aquest mateix missatge (sistema de comunicació). En aquest missatge s'inscriuen els espais simbòlics construïts i les expressions espacials i visuals del medi ambient. En efecte, s'imposa una via d'anàlisi del territori en relació amb la societat, prioritzant, en qualsevol cas, la interpretació i l'atribució de significats al paisatge, ja que es constata l'existència d'un missatge de mediació en els processos d'interacció, percepció i cognició dels quals es desprèn la comunicació d'uns significats compartits, amb els quals ens identifiquem socialment.

De fet, l'abast del paisatge des del punt de vista de la comunicació, pot assumir-se des de les diferents tipologies de comunicació humana que, a la vegada, definiran el seu objecte d'estudi. El següent quadre<sup>8</sup> mostra una possible proposta en relació amb les possibilitats que ofereix el "tractament comunicatiu del paisatge":

---

<sup>8</sup> Del quadre que es presenta a continuació s'ha obviat la comunicació organitzacional (corporativa), atès que s'incorpora a la tipologia de comunicació de masses.

## L'ABAST COMUNICATIU DEL PAISATGE

NIVELL D'ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ	OBJECTE D'ESTUDI	METODOLOGIA D'ANÀLISI
Intrapersonal	Generació de processos de comunicació interna (imaginari, simbologies, etc.) resultat de la interacció, la vivència i/o l'apropiació del paisatge per part de l'individu	Anàlisi cognitiva. Anàlisi dels efectes. Estudis de recepció resultat de l'exposició de l'individu a un determinat paisatge (percepció, significació, etc.)
Interpersonal-Grupal	En quina mesura un determinat paisatge (entorn) determina, mediatitza i/o influeix en els processos de comunicació cara a cara	a) Estudis de recepció, estudi de l'afectació i/o la influència que exerceix l'entorn i b) Anàlisi del discurs: Anàlisi de les interaccions conversacionals en funció de determinats contextos (paisatges)
Institucional	Anàlisi dels usos comunicatius de paisatge que una determinada administració pública utilitza amb la posada en marxa d'una campanya de conscienciació ambiental o de promoció turística	Anàlisi del discurs comunicatiu del paisatge. Usos i abusos implícits en el discurs del paisatge
De masses (macrosocial)	Anàlisi de la incidència-rellevància del paisatge en campanyes i espots publicitaris (comunicació publicitària)	Anàlisi del discurs publicitari. Estudis de recepció i anàlisi de recepció (generació d'imaginari, estereotips de paisatge, etc.)
Cultural	Paisatge cultural com a manifestació comunicativa del resultat patent de les empremtes deixades per la societat al llarg dels temps	Anàlisi del paisatge com a símbol d'identitat i cultura. Simbologies, imaginari, mitologies, etc. Tractat semiòtic del paisatge

Fig.5: Possibilitats d'estudi del paisatge com a actiu de comunicació. Font: elaboració pròpia.

La proposta que s'acaba de presentar quant a les possibilitats d'anàlisi del paisatge des del punt de vista de la comunicació es vehicula a partir de la determinació de la raó de ser de les teories de la comunicació, això és, la determinació del seu objecte d'estudi, ocupat, principalment, en l'anàlisi de les diferents tipologies de comunicació humana<sup>9</sup>. Així les coses, la construcció d'un model d'anàlisi comunicativa del paisatge sorgeix de l'objecte d'estudi propi de les teories de la comunicació, per, posteriorment, sotmetre'l a un àmbit d'estudi més detallat, el qual posi en relació la comunicació i el paisatge així com les seves possibilitats de tractament.

<sup>9</sup> La comunitat científica ocupada en l'estudi de la teoria de la comunicació accepta, de forma habitual, l'estudi de set variables de comunicació humana: intrapersonal, interpersonal, grupal, organitzacional, de masses, institucional i cultural.



En primer lloc, s'aborda l'àmbit de la comunicació intrapersonal<sup>10</sup>, que, per les seves particulars característiques, ofereix àmplies d'anàlisi des del punt de vista de la vivència individu-paisatge entesa com a manifestació de comunicació interna. En aquest cas, l'èmfasi s'ha de situar en la dimensió cognitiva, en la interacció de l'individu amb el paisatge, així com en els processos posteriors de percepció, d'apropiació i de significació (generació de simbolismes i imaginaris). S'entén que els estudis de recepció<sup>11</sup>, en el nivell individual, possibiliten la delimitació dels efectes que el paisatge produeix en els processos d'apropiació i atribució posterior de significats per part de l'individu (processos de comunicació interna). En certa manera, el que en primera instància esdevé comunicació intrapersonal, posteriorment es posa en comú a nivell de comunitat i esdevé una pràctica de comunicació interpersonal<sup>12</sup>. En aquesta tipologia concreta de comunicació, la proposta consisteix a determinar de quina forma un determinat paisatge –considerat a mode d'envoltori territorial– condiciona els processos de comunicació interpersonal i grupal<sup>13</sup>, en el que suposa la plena entrada en l'estudi de la variable comunicativa “espai” com a mediatra dels processos de comunicació humana. En relació amb la metodologia es proposa, en aquest cas, de nou, l'estudi de recepció (estudi dels efectes que en la comunicació genera l'entorn), així com el tradicional anàlisi del discurs,<sup>14</sup> en relació amb les variabilitats de contingut conversacional que es produeixen en funció d'un determinat paisatge (llegeixi's context i/o entorn). En la comunicació institucional –és a dir, la comunicació que porta a terme per les institucions i/o administracions–

---

<sup>10</sup> Fa referència al processament de la informació per part de l'individu. També s'ocupa de l'estudi de l'actitud i dels processos individuals de canalització d'emocions que es succeixen en el cos de la persona en funció d'una determinada situació (Estrada i Rodrigo 2008: 24).

<sup>11</sup> De forma general, aquesta corrent estudia els processos mitjançant els quals l'audiència –en el cas que ens ocupa interessa el nivell d'anàlisi individual, no massiva– construeix significat a partir de l'exposició als mitjans –en aquest cas, resultat de l'exposició de l'individu al paisatge– (Corominas 2001: 1).

<sup>12</sup> Comunicació entre persones, incidència del líder d'opinió als seus seguidors, etc. (Estrada i Rodrigo 2008: 24).

<sup>13</sup> “Les definicions de grup (...) es refereixen generalment a un conjunt de persones que es troben físicament reunides en un mateix temps i en un mateix lloc, i, per tant, tenen la possibilitat de comunicar-se directament (cara a cara). En la comunicació grupal és més important el fet d'estar junts que el missatge verbal per sí mateix (Estrada i Rodrigo 2008: 24).

<sup>14</sup> L'anàlisi del discurs (o estudis del discurs) és una transdisciplina de les ciències humanes i socials que estudia sistemàticament el discurs escrit i parlat com a una forma d'ús de la llengua, com a esdeveniment de comunicació i com a interacció, en els seus contextos cognitius, socials, polítics, històrics i culturals. Font: <http://www.edukativos.com/apuntes/archives/198> [Data de consulta: 23 de març de 2008].

existeixen exemples paradigmàtics en els usos de paisatge a mode d'icona de promoció turística (en els seus diferents suports: fulletons, *displays*, pàgina web, entre molts d'altres). Passa el mateix, per exemple, en les campanyes d'educació i/o de conscienciació ambiental. En aquesta tipologia concreta de comunicació s'escau, novament, el mètode d'anàlisi del discurs considerat com el més indicat per portar a terme l'anàlisi dels usos –i per què no dir-ho, abusos– comunicatius del paisatge.

Arribats al nivell d'anàlisi mediàtica o de comunicació de masses<sup>15</sup>, consolidada com la tipologia de comunicació més tradicional i productiva quant a investigació acadèmica, s'imposa, entre d'altres possibles, l'estudi de les campanyes publicitàries i el seu discurs implícit, cada vegada més partidari d'incorporar el paisatge per satisfer les seves necessitats comercials. L'anàlisi del discurs i els estudis de recepció ens semblen les metodologies d'anàlisi qualitativa més adequades en aquest punt.

Finalment, en la variable de comunicació cultural,<sup>16</sup> és preceptiu l'estudi de la simbologia inherent al paisatge com a manifestació de comunicació *per se*. Això significa que el paisatge es posiciona a mode de “gran dipòsit” o signe de cultures i l'estudi i interpretació de la seva simbologia esdevé un exercici d'intel·ligibilitat cultural o de desxiframent del missatge identitari inscrit en el paisatge, mitjançant les empremtes que la humanitat ha anat deixant al llarg dels temps. L'abast de la seva anàlisi comunicativa es comprova mitjançant una lectura semiòtica del paisatge.

En definitiva, aquest és un possible model d'anàlisi del paisatge, el qual, d'alguna manera, busca una lectura i interpretació en clau comunicativa d'aquest objecte d'estudi.

---

<sup>15</sup> És aquella forma de comunicació en la qual els missatges són transmesos públicament, utilitzant mitjans tècnics, indirectament i unilateralment. Font: <http://www.eumed.net/tesis/2006/flsp/2z.htm> [Data de consulta: 23 de març de 2008].

<sup>16</sup> Implica l'estudi de la cultura de masses com a producte genuí dels mitjans de comunicació. Hi ha alguns autors que defensen el terme “cultures” en plural, en atenció al pluralisme de tota cultura, construïda també a partir d'*inputs* de comunicació (Estrada i Rodrigo 2008: 24).

Globalment, doncs, es proposa incorporar l'experiència vivencial (individual i col·lectiva) de l'espai -producte de la interacció de la societat amb el seu entorn- com a praxi vàlida i científicament reconeguda, si el que es pretén és dur a terme una introspecció meditada i rigorosa que ens permeti desxifrar el discurs del paisatge en un context postmodern i tecnològic. Si bé és cert que l'estudi de l'espai representat, habitualment denominat *cultural*, no aporta cap novetat significativa, el que sí que suposa un gir en l'abordatge del paisatge és el fet d'entendre'l com a element actiu de comunicació, com a generador d'un conjunt *d'inputs i outputs* capaços de transmetre un gruix d'informacions que posteriorment seran interpretades per la ciutadania.

El tractament del paisatge requereix, *per se*, la implicació de nombroses disciplines i de nombrosos punts de vista. En aquest sentit, es considera pertinent situar el paisatge en el punt de mira de les ciències de la comunicació, amb la intenció inicial d'obrir nous horitzons de coneixement així com de plantejar metodologies de treball en relació amb el tractament que les estratègies de comunicació humana i de masses atorguen al paisatge (usos mediàtics). Són molts els processos que mantenen relació directa amb el que es podria denominar com “explotació dels usos comunicatius del paisatge” en el sentit d'enfortir els valors simbòlics -en diversos casos vehiculats des del paisatge- a partir dels quals posicionar al mercat a un determinat territori que es troba sotmès, cada vegada més, a una forta competència.

En efecte, l'estudi del paisatge des de l'òptica de la comunicació implicarà, també, la recerca de punts d'unió en la tradició teòrica d'ambdues disciplines -teoria de la geografia i teoria de la comunicació-, així com la seva anàlisi posterior i el tractament metodològic. Però tot plegat s'abordarà de forma més detallada en propers capítols d'aquest treball. En conjunt, el que es busca, doncs, és establir les bases d'un possible tractat comunicatiu de paisatge, amb la intenció última d'augmentar la llegibilitat i, per tant, la

capacitat d'interpretació d'aquests mateixos paisatges, amb la finalitat d'augmentar el grau de comprensió de la societat cap als seus propis paisatges.

### *2.1.1. Tendències actuals en comunicació i paisatge*

Tal com s'ha fet notar anteriorment, els estudis més prolífics en relació amb la posada en comú de les variables “comunicació” i “paisatge” provenen de la comunicació humana en el seu nivell d'estudi macrosocial (de masses). En aquest sentit, els processos de promoció turística dels territoris, implementats, en molt bona mesura, a partir de la comercialització d'una imatge de la destinació -normalment turística- capitalitzada per l'exposició al “gran públic” d'un paisatge de referència que esdevé icona –imatge universal- són l'exemple més clar “d'ús comunicatiu” del paisatge amb finalitats mercantilistes. En efecte, existeixen nombrosos estudis que s'ocupen, entre d'altres, dels processos de construcció d'imatge turística tangible i intangible, on el paisatge, una i altra vegada, té un paper molt destacat. En aquest sentit –esmentaré, només, els textos més recents- existeixen treballs com: “Destination image towards a conceptual framework” (2002), publicat a *Annals of Tourism Research*, a càrrec de Gallarza, Saura i García de la Universitat de València; “La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos” (2003), publicat a *Cuadernos de Turismo* per compte de Beatriz Martín de la Rosa de la Universitat de La Laguna; “Factores psicosociales y formación de imágenes en el turismo urbano: un estudio de caso sobre Madrid” (2006), aparegut a *Pasos*, realitzat per Castaño, Moreno i Crego de la Universitat Rey Juan Carlos i finalment, fer referència a l'estudi “La estrategia creativa en la publicidad turística. El caso de Castilla y León” (2008) a *Revista Latina de Comunicación Social*, obra de Carmen María Alonso González de la Universitat Pontificia de Salamanca.

En conjunt, representen, tan sols, alguns dels exemples més recents del creixent interès dispensat als processos de comunicació vehiculats des del territori. Per tant, els processos de creació d'identitats territorials, l'intent de fixació d'aquestes mateixes identitats en l'imaginari col·lectiu, a mode de carta de presentació dels territoris, representa l'exemple més clar de la posada en relació de les variables paisatge i comunicació. Això pel que fa a les estratègies de comunicació externa i/o exògena, habitualment a càrrec de les administracions públiques i del sector privat en matèria de promoció turística.

Altra qüestió és la cada vegada més freqüent necessitat d'entendre el territori –i més encara, el paisatge– com a qualsevol altre bé o servei. Aquest mateix bé o servei que a partir d'ara considerarem un objecte propi de mercadeig, s'inscriu, plenament, en els processos de creació d'imatge de marca, a imatge i semblança de qualsevol altre producte de consum habitual. Tal vegada l'activitat que aglutina els processos de construcció d'imatge de marca per els territoris és l'anomenat *citymarketing*, dedicat a la construcció identitària de ciutats. En aquest punt, els creatius publicitaris i de màrqueting desenvolupen diverses estratègies de comunicació amb la finalitat última de fer “desitjables” les ciutats, amb el treball a nivell de valors intangibles i mitjançant l'ús d'un llenguatge persuassiu. Tal vegada, representa l'exemple més actual que posa en relació comunicació i paisatge.

En relació amb la vinculació publicitat-paisatge, les possibilitats que ofereix el tractament publicitari del paisatge resulten enormes. El llenguatge publicitari es mou sota les directrius de la persuasió, i, en aquest sentit, els usos mediàtics de paisatge passen a desenvolupar un rol avançat en la transmissió del missatge publicitari. Això significa que els creatius de publicitat utilitzen el "suport" paisatge no únicament com a context físic d'un comercial publicitari, sinó que aprofiten la capacitat d'evocació comunicativa implícita al propi paisatge per desenvolupar els arguments

emocionals a partir dels quals s'intenta influir als potencials receptors del missatge publicitari que es pretén transmetre.

L'aparició de paisatges en anuncis publicitaris és cada vegada més notòria, en especial en els comercials que promocionen la compra d'automòbils (amb rellevància especial en els de tipus tot terreny) i també als anuncis de promoció turística de destinacions, encara que, de forma recurrent, el paisatge adquireix protagonisme en la promoció publicitària de qualsevol tipus de bé o servei.

En el cas concret de la publicitat exterior, hi ha alguns autors com Pacheco (2007: 121) que entenen els suports de publicitat presents a la ciutat com a "subsistemes integrants del paisatge urbà i, per tant, no són aliens al procés evolutiu que experimenten les ciutats". En el mateix sentit es manifesta Vizcaino-Laorga (2007: 132-133) quan es refereix al procés de creació de símbols arquitectònics o culturals vinculats a l'habilitació d'identitats per a les ciutats. El mateix autor assenyala: "les entitats promotores de turisme tenen clar que ja no es ven un producte, sinó la seva imatge a cada país; cada visitant vol quelcom diferent i cal donar-li-ho" (2007: 138).

Per tant, la creació d'aquesta imatge que situa a les ciutats al mercat de comercialització territorial, sorgeix, en bona mesura, a partir de la que es podria denominar com a "suggestió del paisatge", en un intent de projectar simbòlicament, culturalment i identitàriament el territori a través de la mirada del paisatge. Aquesta projecció audiovisual acaba cristal·litzant, en la majoria de les ocasions, en la representació mediàtica d'un paisatge litoral, urbà, rural, de muntanya, etc.

La representació d'un paisatge és capaç d'absorbir i, alhora, evocar tota la càrrega simbòlica i identitària que es pugui derivar d'una campanya de comunicació destinada a promocionar un territori. Representa, en aquest cas, un exercici de concreció audiovisual, a més d'optimitzar el rendiment de

les possibilitats comunicatives que ofereix el paisatge en un marc de venda de l'espai.

El paisatge, situat en l'univers de la indústria publicitària, la qual es mou sota els *inputs* de les emocions i les intangibilitats, representa una "matèria primera" amb la qual treballar els aspectes simbòlics i identitaris presents en el territori.

R. Pena, en el seu treball *Aprendiendo a percibir la ciudad. Metodología y estrategias didácticas* (2001: 41-48), assenyala que el paisatge urbà no pot ser concebut únicament com un sistema real que requereix un "coneixement objectiu" ja que, com a entorn percebut, és també un conjunt de signes que es llegeixen i interpreten segons el significat que li atorga cada individu. Per tant, se situa també en la dimensió doctrinal de la geografia de la percepció que, tal com assenyala Maderuelo (2005: 9), ha posat de manifest com la imatge subjectiva de l'entorn té una gran importància en el comportament espacial de la gent i com, a més, aquesta imatge pot diferir de manera notable entre unes i altres persones, segons la procedència, el nivell cultural i l'experiència viatgera, i canviar, també, al llarg del temps. En la mateixa direcció encaminen les seves tesis Briceño i Gil (2005: 15) quan afirmen: "la percepció és el punt de partida de la síntesi cognitiva que elabora el subjecte, a partir dels estímuls provinents de l'entorn que l'envolta; és un procés actiu, selectiu i alhora creatiu. Permet conèixer l'ambient i actuar en ell".

El paisatge, per tant, es converteix, cada vegada més, en un producte de consum, exaltant l'experiència amb el territori (fenomenologia), així com la recerca de noves sensacions. Efectivament, l'ús "mediàtic" del paisatge s'insereix de ple en una estratègia global de màrqueting de ciutats per mitjà de l'ús comunicatiu d'elements intangibles i emocionals.

Norberto Muñiz (2007: 151) es pronuncia en els següents termes: "la

caracterització urbana ha de fer-se en funció de les seves respectives identitats. La identitat de les ciutats s'articula en relació amb atributs - singulars o múltiples- que els confereixen notorietat en els intercanvis socioeconòmics.

L'aspecte capital en el procés de construcció simbòlica d'un territori -ja sigui país, ciutat, vila o llogarret- és la intervenció pràcticament segura d'una infraestructura, un monument i/o un edifici emblemàtic integrat en un paisatge que actua a tall d'icona urbana que desenvolupa les funcions d'imaginari visual i comercializable en el procés de "compra" d'una ciutat entesa com a bé de consum.

Els reptes futurs de les ciutats occidentals versaran entorn del seu posicionament al mercat a partir de l'exaltació de valors intangibles (qualitat de vida, sostenibilitat, interculturalidad, tolerància, talent innovació, etc.) vehiculats, majoritàriament, a través de la creació d'una imatge de marca que emana, en molts casos, de la posta en valor, en aquest cas, del paisatge urbà.

En relació amb la construcció simbòlica de la ciutat, Carmen Gaona (2007: 172) afirma que "fer ciutat és habitar en ella, passejar i intercanviar símbols pels seus carrers; les associacions, els moviments socials i culturals que d'ella es desprenen contribueixen a construir la ciutat; els llaços afectius i socials que establim entre les ciutadanes i ciutadans contribueixen, també, entre altres múltiples elements i processos més, a construir la ciutat entre tots. En definitiva, concebo l'urbà com a formes de convivència comunicativa, de construcció cultural i de referent identitari individual i col·lectiu". Així les coses, la producció social del significat de "l'urbà" sorgeix de la interacció dels actors urbans entre ells amb l'espai que els envolta (Gaona 2007: 174).



Tal com afirma Nogué, és sorprenent l'interès per fixar imaginaris i construir identitats territorials, en clara dissonància amb l'actual homogeneïtzació d'espais i llocs. Es demanda, especialment, la "denominació d'origen" dels territoris mitjançant la reivindicació d'arrels històriques, culturals, religioses, ètniques, etc. Es constata, globalment, l'enfortiment de la variable identitat en la denominada societat de la informació, la revalorització dels llocs i la necessitat creixent de singularitzar-se, d'exhibir i de destacar tots aquells elements significatius que distingeixen un lloc respecte dels altres. I el paisatge és un d'aquests elements (Nogué, 2007).

## *2.2. L'aportació de la geografia en el "tractament modern" del paisatge*

Tradicionalment, la geografia ha estat una de les disciplines que més s'ha ocupat i més aportacions ha fet en la constitució d'una ciència i cultura del paisatge. D'alguna manera, la geografia ha considerat i considera el paisatge de forma territorialitzada: els paisatges com a territoris concrets, delimitats, amb valors determinats. En la seva vessant més tradicional, la geografia ha aportat al paisatge la caracterització i delimitació d'unitats de paisatge per al coneixement del territori previ a la seva ordenació (Gómez Mendoza, 2004).

En relació amb l'evolució històrica dels mètodes d'estudi que ha utilitzat la geografia per tractar els aspectes principals del paisatge, Gómez Mendoza (2004) destaca, sobretot, la prioritització del treball de camp i l'observació directa. Així, s'expressa la voluntat d'entendre el paisatge de forma integral (és per això que es planteja l'abordatge comunicatiu del paisatge a partir de les aportacions de la geografia i de la comunicació). Aquest aspecte es troba vinculat a l'interès per la dimensió cultural del paisatge, així com de les seves representacions culturals, les quals diuen molt d'aquests mateixos paisatges.

L'any 1984 Joan Nogué<sup>17</sup> defensava la seva tesi doctoral titulada *Geografia humanista i paisatge. Una lectura humanista del paisatge de la Garrotxa a través de la literatura i de cinc grups d'experiència ambiental* a la Universitat Autònoma de Barcelona. Aquesta recerca, dirigida per Maria Dolors Garcia Ramon, va esdevenir pionera en el tractament de la percepció del paisatge a les universitats espanyoles. Nogué, amb el seu treball, posava la primera pedra i legitimava, en gran mesura, els estudis simbòlics de paisatge.

Aquest és, precisament, l'enfocament que es considera més actual en el tractament del paisatge per part de la geografia (almenys a l'Estat espanyol). Són molts els autors que manifesten la necessitat de progrés acadèmic i, per extensió, científic, en el camp d'estudi específic dels simbolismes inherents al paisatge que Nogué ja reivindicava ara fa justament vint-i-quatre anys.

Nicolás Ortega Cantero<sup>18</sup> s'ha pronunciat en els següents termes en relació amb el tractament actual que la geografia dispensa al paisatge: “La visió del paisatge vertebrada per la geografia moderna agrupa la perspectiva científica, explicativa i la perspectiva cultural, comprensiva, que s'endinsa en el món de les qualitats, dels valors i dels significats (2006: 108-109) a “Entre la explicación y la comprensión: El concepto de paisaje en la geografía moderna” dins de *Paisaje y Pensamiento* (Javier Maderuelo, director).

En la mateixa posició se situa Josefina Gómez Mendoza<sup>19</sup> (2004), quan assenyala la necessitat d'augmentar el coneixement vinculat al simbolisme que es desprèn del paisatge. En aquest sentit parla del repte que suposa fer intel·ligibles i valorables els paisatges de la quotidianitat: els paisatges metropolitans, urbans, periurbans, rurals, oberts, etc.

---

<sup>17</sup> Catedràtic de Geografia Humana de la Universitat de Girona i director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya.

<sup>18</sup> Catedràtic de Geografia Humana de la Universitat Autònoma de Madrid i membre fundador de l'Institut del Paisatge de la Fundació Duques de Soria.

<sup>19</sup> Catedràtica d'Anàlisi Geogràfica Regional de la Universitat Autònoma de Madrid i membre de la Real Academia de la Historia.

Gómez destaca, especialment, la necessitat de recuperar la “capacitat narrativa” dels paisatges, i per extensió, la seva capacitat de transmetre significats. El paisatges són, en aquest context, una clara manifestació de la naturalesa i la cultura. L'autora destaca la necessitat d'entendre els paisatges en la seva vessant totalitzadora, com un tot. Així, la consciència del “tot” és el que acaba creant el paisatge en una referència clara a l'obra de Georg Simmel *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura* (1986: 175): “La nostra consciència ha de disposar d'un nou “tot”, unitari, per sobre dels elements, no lligat al seu significat aïllat i no compost mecànicament a partir d'allò: això és el paisatge”.

De nou, Nogué, l'any 2005, mitjançant l'organització d'un seminari internacional sobre paisatge que es va portar a terme a Olot (Garrotxa) sota el títol *Paisatges incògnits, territoris ocults: les geografies de la invisibilitat*, continuava defensant l'estudi simbòlic del paisatge, en aquest cas molt ben acompanyat per destacats acadèmics provinents de disciplines molt diferents.

De fet, el paisatge estètic, el paisatge dels artistes, s'ha visionat des de sempre, a partir de les possibilitats intangibles o d'evocació del paisatge traslladables, per exemple, a una obra pictòrica. Però el tomb definitiu cap a la ferma consideració d'estudi del “paisatge significant” s'ha produït en els darrers cinc anys amb un augment considerable de la producció acadèmica relacionada amb l'àmbit d'estudi propi de l'maginari de paisatge i els simbolismes i valors que se l'hi associen. En concret, a Catalunya, la posada en marxa de la Llei de Paisatge ha previst, també, un àmbit d'estudi i/o una delimitació dels valors simbòlics que la ciutadania atorga als seus paisatges.

De fet, el gruix de l'aportació de la geografia en relació amb l'estudi de la dimensió subjectiva del paisatge se situa d'ençà l'explosió de les

denominades “geografies del subjecte” (anys seixanta del segle XX), període considerat com l’eclosió del subjectivisme en geografia en oposició a tendències anteriors de clar signe positivista. La geografia de la percepció i del comportament ambiental, la geografia humanística i l’etapa postmoderna en geografia, aglutinen la part del pensament geogràfic més reeixida en l’abordatge de la dimensió intangible del paisatge.

En efecte, en capítols posteriors del present treball de recerca de doctorat es posarà en relació la teoria de la geografia i la teoria de la comunicació, amb àmplies afinitats per part d’ambdues tradicions, sobretot pel que fa a l’estudi dels processos de construcció de significats per part de la societat.

D’alguna manera, es constata, doncs, que en els darrers anys la tendència predominant en l’abast geogràfic del paisatge ha estat l’enfocament que no es troba vinculat estrictament al seu estudi més taxonòmic, sinó que posa l’accent en la importància de treballar, també, amb les variables simbòliques del paisatge i, més encara, en la necessitat de delimitar metodologies d’anàlisi que permetin fer-ne una lectura significant.

En efecte, en l’estudi de les relacions que vinculen les persones amb els espais –en aquest cas el paisatge- es troba l’enfocament geogràfic-comunicatiu que es pretén vehicular per entreveure les possibilitats d’anàlisi del paisatge des de l’àmbit de les ciències de la comunicació. En aquest sentit, les possibilitats que ens ofereix la geografia mitjançant el denominat “tractament modern del paisatge” així com l’aportació de les geografies subjectives, de gran pes en la tradició geogràfica, unides a les corrents de pensament en comunicació, especialment en relació amb la visió més comprensiva, estructuralista i de perspectiva interpretativa de la teoria de la comunicació, contribuiran, de forma decisiva, a la interpretació dels significats i vincles amb l’entorn en clau de manifestació comunicativa.

Així doncs, l'anàlisi del factor d'apropiació-vivència del paisatge incorpora, com a resultat final, la construcció i/o atribució de significats a l'espai, mitjançant el quals aquest mateix espai se singularitza i esdevé lloc. El marc geogràfic on es produeix aquest procés d'apropiació de l'espai, afegit a l'atribució de significats a nivell individual (comunicació intrapersonal) i a nivell grupal (comunicació interpersonal), mostra les possibilitats d'estudi del factor d'apropiació-vivència de l'espai com a manifestació de comunicació, en primer lloc intrapersonal i, posteriorment, interpersonal, grupal i fins i tot mediàtica. En aquest sentit es pronuncia Tomeu Vidal a la seva tesi doctoral (2002: 134): "(...) L'espai participa per tant de la construcció del *self* (això obre la porta a la dimensió de la identitat i la identificació en que el lloc apropiat comunica als altres i a mi aquesta identitat). Aquesta exteriorització (comunicació als altres) i interiorització (assimilació) dels significats s'omple de molts continguts (...)".

### *2.3. L'estudi comunicatiu del paisatge: una aproximació necessàriament multidisciplinària*

En tot cas, i com s'acaba de constatar en l'apartat anterior, existeixen d'altres disciplines que s'han ocupat especialment d'estudiar els vincles que s'estableixen entre les persones i els llocs en clau de manifestació comunicativa, encara que de forma indirecta. És el cas de la psicologia social i més encara, de la psicologia ambiental, que es manté ocupada en l'estudi dels processos de cognició derivats de la interacció de la societat amb el seu entorn ambiental. En aquest mateix sentit, l'estudi dels imaginaris individuals i col·lectius associats a vivències de l'espai geogràfic (enfocament fenomenològic), ha esdevingut una útil estratègia descodificadora dels valors simbòlics i identitaris vinculats a un determinat paisatge. En aquesta línia s'ha d'ubicar el concepte de territorialitat, entès, bàsicament, des de dos punts de vista fonamentals: en primer lloc, obeeix al grau d'ancoratge o de familiaritat que la societat manté amb els seus espais

geogràfics o de "consum habitual", dels quals es desprèn la construcció d'identitats territorials, i, en segon lloc, es pot entendre el terme a tall de preservació de l'espai íntim i personal. Edgard T. Hall<sup>20</sup> va encunyar, l'any 1989, el terme *proxémica*, mitjançant el qual pretenia estudiar l'espai geogràfic personal dels individus com una estratègia de comunicació interpersonal.

Efectivament, els processos de cognició, associats a mecanismes d'apropiació humana i d'atribució de significat a l'espai geogràfic determinen simbolismes i identitats que, al seu torn, ens evoquen una tendència i implicació cap a l'entorn, la qual es comunica als altres (comunicació interpersonal) i a un mateix (comunicació intrapersonal). Segons l'opinió de Sergi Valera<sup>21</sup> i Tomeu Vidal<sup>22</sup>, aquest exercici d'evocació comunicativa resultat de la interacció de la societat amb el seu entorn disposa d'una doble dimensió: la interna (usos, activitats i conductes en l'espai) i l'externa (significats i sentits, més o menys compartits, atribuïts a l'espai).

Per tant, les representacions que la societat fa del medi ambient, o, en qualsevol cas, la interpretació que es deriva de la càrrega simbòlica i identitària implícita als territoris representa, *per se*, un exercici d'intel·ligibilitat comunicativa (l'espai geogràfic disposa d'un missatge que hem de desxifrar mitjançant la descodificació dels seus valors tangibles i intangibles).

---

<sup>20</sup> Vegi's Hall, Edgard T. (1989): *El lenguaje silencioso*. Alianza Editorial. Madrid.

<sup>21</sup> Vegi's Valera, S. (1997): "Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social", *Revista de Psicología Social*, 12, pàg.17-30.

<sup>22</sup> Vegi's Vidal, T. et al. (2004): "Un modelo de apropiación del espacio mediante ecuaciones estructurales", *Medio Ambiente y Comportamiento humano*, 5 (1 i 2), pàg. 27-52

## Capítol 3. Les bases filosòfiques de la comunicació intrapersonal

Aquest capítol pretén mostrar les bases de pensament filosòfic inherents al procés de vivència del paisatge, en el que representa un primer nivell d'aprofundiment relacionat amb la construcció d'un model teòric que permeti un anàlisi comunicativa del paisatge. Les bases conceptuais proporcionades per la fenomenologia, en especial el concepte de *Lebenswelt* (món de la vida), és a dir, l'experiència del món viscut, les aportacions, en aquest sentit, d'Edmund Husserl, de Martin Heidegger o d'Alfred Schütz, entre d'altres, a banda de la contribució conceptual de l'existencialisme i l'idealisme, esdevenen uns primers plantejaments ontològics i holístics en relació amb la interpretació comunicativa del procés de vivència-apropiació del paisatge.

### 3.1. La fenomenologia

“La lectura de Husserl és decisiva en la comprensió de bona part del pensament contemporani que pot ésser força rellevant per a l'orientació actual del pensament filosòfic” (Esquirol 1992: 9).

Les paraules de Josep Maria Esquirol reflecteixen la important aportació del filòsof Edmund Husserl –considerat el pare fundador de la corrent fenomenològica– al pensament filosòfic contemporani i en especial, de la seva particular concepció del món de la vida (*Lebenswelt*). En aquest sentit, el món esdevé temàtica central en Husserl.

A aquestes alçades la resposta a la pregunta: “Què és la fenomenologia?” no té una resposta clara i concisa. Les contradiccions en l'obra del seu màxim exponent –Edmund Husserl– així ho indica. En tot cas, M. Merleau-Ponty en el pròleg de la seva obra *Fenomenologia de la Percepció* s'atreveix a definir-

la en els següents termes (1997: 7): “La fenomenologia és l’estudi de les essències i, –segons el filòsof francès– tots els problemes es resolen en la definició de les essències: l’essència de la percepció, l’essència de la consciència, per exemple (...). És una filosofia per la qual el món sempre hi és present ja abans de la reflexió. (...). És l’ambició d’una filosofia ser una “ciència exacta” però també una recensió de l’espai, el temps i dels móns “viscuts”.

Merleau-Ponty (1997: 19) assenyala que la fita més important aconseguida per la fenomenologia ha estat la unió del subjectivisme i de l’objectivisme extrem en la seva noció del món o de la racionalitat. El món fenomenològic implica manca de puresa i prioritjació de la subjectivitat i la intersubjectivitat de l’experiència. L’autor sentència el pròleg de la seva obra afirmant: “La fenomenologia quant a revelació del món es recolza en si mateixa, o es funda a si mateixa. Tots els coneixements es recolzen en un “sòl” de postulats i, finalment, en la nostra comunicació amb el món com a primer establiment de la racionalitat (1997: 20).

Nicolás Abbagnano (1994: 690) defineix la fenomenologia en el següent sentit: “la fenomenologia –en el sentit específic donat a aquesta paraula per designar una corrent de la filosofia contemporània– concep i exercita la filosofia com anàlisi de la consciència en la seva intencionalitat. Com que la consciència és intencionalitat perquè sempre és consciència d’alguna cosa, la seva anàlisi representa l’anàlisi de totes les formes possibles en què alguna cosa pot esdevenir *dada* per la consciència (com quelcom percebut, pensat, recordat, simbolitzat, estimat, volgut, etc) i, per tant, de tot tipus de *sentit* o *validesa* que pot ser reconegut en els objectes de consciència”.

En l’obra de Husserl la filosofia com a investigació fenomenològica presenta les següents característiques (Abbagnano, 1994: 690):



- a) És ciència *teorètica* (contemplativa) i *rigorosa* (proveïda de fonaments absoluts).
- b) És ciència *intuitiva* perquè tracta de captar *essències*.
- c) És ciència *no objectiva*.
- d) És ciència dels *orígens* i dels *primers principis* perquè la consciència conté el *sentit* de totes les formes possibles de constitució de les coses.
- e) És ciència de la subjectivitat.
- f) És ciència impersonal “perquè els seus col·laboradors no tenen necessitat de saviesa sinó de dots teorètiques”.

### 3.1.1. Cap a una anàlisi de les implicacions fenomenològiques en la vivència de l'espai

Pel que fa al tractament concret de la vessant de la fenomenologia que aquí interessa –és a dir, la que ens ajuda a interpretar els processos d'apropiació i vivència del paisatge en clau de manifestació comunicativa intrapersonal- es podria parlar de dues variables cabdals:

A) L'experiència vivencial de l'espai (l'espai viscut): és condició de l'espacialitat la fixació del subjecte a un medi contextual que implica una anherència al món, en altres termes, cal reconèixer que la percepció espacial és un fenomen d'estructura i res més s'entén a l'interior d'un camp perceptiu que contribueix proposant a un subjecte concret un anclatge possible (Merleau-Ponty 1997: 296).

Un aspecte clau en el tractament de la fenomenologia de l'espai és el de l'aprehensió que Pilar Fernández a la seva obra *Fenomenología del ser espacial* defineix en els següents termes (1999: 56): “La aprehensió és la responsable de la delimitació dels actes com a una classe peculiar –la de les vivències intencionals- dins d'un grup més ampli que no pas el de les simples vivències. L'aprehensió fa que els continguts sensibles esdevinguin

representants (...) L'aprehensió és la peculiaritat de l'acte que permet l'aparició de l'objecte com quelcom *toto caelo* diferent de la vivència”.

Tal com afirma Fernández (1999: 72), el Husserl de les *Investigacions lògiques* classifica els actes intencionals en dos grans grups: els actes *intuïtius* i els *buits* (o no intuïtius). Els intuïtius inclouen, al seu torn, dos tipus d'actes: els *perceptius* i els *imaginatius*, mentre que els buits són tots ells *signitius*. Així doncs, existeixen un total de tres caràcters intencionals – que corresponen a tres tipus d'actes ben diferents: caràcter perceptiu, imaginatiu i signitiu. Arribats en aquest punt, l'autora posa exemples de cada cas:

a) Acte intencional perceptiu: veure un arbre, escoltar una melodia, tocar una taula, reflexionar al voltant de les vivències que inunden la meua subjectivitat

b) Acte intencional imaginatiu: el visionat d'una fotografia d'una persona coneguda. Això no significa percebre un tros de paper, sinó referir-se al que aquella fotografia representa. Veure un quadre, una estàtua o unes imatges de televisió com a representació dels corresponents originals també són exemples d'actes imaginatius

c) Acte intencional signitiu: el fet de veure una bandera no es percep, únicament, com a un objecte físic, sinó que al damunt d'aquesta percepció es troba una intenció signitiva, on l'objecte ja no és la bandera com quelcom físic, sinó com a signe del país corresponent.

Fernández (1999: 73) assenyala que el fet d'agrupar la percepció i la imaginació sota el nom d'actes intuïtius resulta un obstacle molt seriós en l'intent de distingir la percepció de la imaginació.

Un altre dels conceptes clau que Husserl introdueix en relació amb la temàtica fenomenològica de l'espai és el que fa referència a la *forma d'aprehensió*, la qual té en compte la relació entre els components dels actes. La *forma d'aprehensió (Auffassungsform)* o la *forma de representació (Form der Repräsentation)* és la forma d'unió de dos dels components de l'acte intencional: la matèria i el representant. (...) En definitiva, la *forma d'aprehensió* és una relació entre certs components de l'acte, perquè, segons s'ha pogut comprovar, aquesta és l'única opció teòrica que li quedava al primer Husserl per explicar la diferència de caràcter entre els actes (Fernández 1999: 84).

El concepte de Proto-Espai adopta, en el conjunt del tractament de la fenomenologia de l'espai, un paper important que cal destacar. D'entrada, s'han de fer dues distincions ben clares en relació amb el terme (Fernández1999: 257 a 259):

- 1) Protosensació: no existeix intencionalitat; per tant, no hi ha espacialitat viscuda com a tal, ja que no existeix un "jo" idèntic que aporti unitat a la multiplicitat i visqui, així, les seves relacions de contigüïtat, contrast o fusió. Cal matisar que la protosensació *per se* és espacial encara que no siguin viscudes com a tals
- 2) Protosentit: és en aquell nivell on es produeixen les vivències de les relacions d'espacialitat. Representa l'espacialitat viscuda com a tal. Existeix el "jo" idèntic: el "jo" ha d'aportar la seva identitat

B) El concepte de cosmologia i *Lebenswelt* (món de la vida): a la seva obra *Krisis*, Husserl aborda el concepte de *Lebenswelt* (món de la vida) amb plena dedicació, tot i que el tema no representa una absoluta novetat, ja que l'autor ja havia realitzat aproximacions al terme des d'altres perspectives: *natürliche Welt* (món natural), *Erfahrungswelt* (món de l'experiència). També esdevé un tema clau d'*Ideen II*, on la *Lebenswelt* seria sinònim del

*personalen Welt* (...). Ara bé, compartim el judici de Walter Biemel segons el qual caldria afirmar que, malgrat que a partir de 1907 trobem al·lusions a la necessitat d'una anàlisi i d'una teoria del món de l'experiència, no fins a *Formale und transzendentale Logik* que apareixen els elements que conduiran de ple a la problemàtica de la *Lebenswelt*. Així doncs, l'anàlisi husserliana s'encamina cap a identificar el sentit de les ciències com a activitats humanes, anàlisi del flux originari de la consciència, de la relació immediata del subjecte i del món (Esquirol 1992: 73).

Husserl posa en relació el món de la ciència (objectiu i absolut) amb el món de la vida (subjectiu i relatiu), on el primer món resulta ser vertader i el segon una simple il·lusió. La intervenció cabdal de la fenomenologia en aquest àmbit implica fer un lloc a la ciència objectiva dins del món de la vida (món subjectiu). En aquest sentit, la fenomenologia es posiciona a mode de postura crítica cap a la presumpta objectivitat del mètode científic.

El món de la vida o, altrament dit, el fet de centrar-se en el món de l'experiència "és allò que en aquesta vida es dona primerament, amb immediatesa" (Esquirol 1992: 97). En paraules del propi Husserl a la seva obra *Krisis* (pàg. 127), "...allò realment primer és la intuïció, merament subjectivo-relativa de la vida pre-científica del món".

Arribats en aquest punt cal establir una diferenciació clara entre la visió objectiva del món que es pot reduir a la interpretació de models matemàtics i la ciència de la *Lebenswelt* que indagarà el món, com a món de la subjectivitat, font d'evidència (*Evidenzquelle*) i nivell fonamental de la vida humana, en el qual i gràcies al qual tenen lloc totes les activitats i configuracions de sentit (...). La *Lebenswelt* és un regne d'evidències originàries; d'allò donat en "ell mateix" (*es selbst*), en "persona" (...). La ciència de la *Lebenswelt* atindrà, així, a la intuïció com a evidència originària del subjecte en la seva relació essencial amb el món. La ciència de la *Lebenswelt* no és un estudi de quelcom extern, quelcom que estigui enfront de mi. És més aviat una reflexió sobre mi mateix, sobre el meu ésser en el

món en tant que corporeïtat vivent i en tant que ésser històric (Esquirol 1992: 99-100).

Javier San Martín a la seva obra *La fenomenología de Husserl como utopía de la razón* (1987) ja planteja les dificultats de situar correctament el significat i les implicacions del concepte fenomenologia, sobretot pel que representa de ruptura amb una etapa de pensament filosòfic anterior. En aquest sentit, fa algunes precisions d'inici: "la fenomenologia consisteix a entendre i parlar de la realitat des de l'experiència de la realitat, a diferència del que succeeix amb l'experiència ordinària, en la qual parlem o creiem parlar de la realitat des de la realitat mateixa" (1987: 9).

L'autor destaca, sobretot, la importància del terme *perspectiva* –una mena d'escala d'anàlisi– a partir de la qual s'observa la realitat. Així, doncs, la perspectiva constitueix la realitat. El concepte *constitució* esdevé un dels més importants i decisius de la fenomenologia (San Martín 1987: 45).

En opinió de San Martín el punt de partida de Husserl es troba en el retorn al subjecte i a les seves operacions, en comprendre la realitat per la *intencionalitat*. El fet de portar la realitat a aquesta intencionalitat implica reduir la realitat al seu origen. La *reducció* és un altre dels conceptes clau de la fenomenologia (San Martín 1987: 45).

A partir d'aquí l'autor es dedica a desgranar els conceptes fonamentals a partir dels quals Husserl edifica el seu concepte de fenomenologia (1987: 48):

- a) *Intencionalitat*: els actes humans tenen o projecten una meta, una finalitat, un *telos*, són teleològics. Existeix un moviment latent que dóna sentit als diversos actes intencionals. La intencionalitat husserliana és implicativa, perquè el temps mateix de la consciència, el temps present vivent, és una unitat d'implicació

- b) *Epojé* i reducció fenomenològica: l'*epojé* representa l'exclusió del temps objectiu del món, que sembla necessari per a poder fixar-se i descriure el temps subjectiu. També representa la neutralització del caràcter tètic de l'experiència, que sembla arrossegar-la més enllà d'ella mateixa, fins als objectes reals, fins allò transcendental en el tercer sentit. La reducció fenomenològica o fenomènica implica la reducció i/o concreció d'estudi dels fenòmens reals o possibles (San Martín 1987: 63).
- c) *Constitució* i *Apriori de correlació*: Husserl incorpora dos conceptes fonamentals quan es refereix a *Constitució*. El primer es refereix a la constitució de la unitat de les diverses experiències actuals d'un objecte i l'altre es refereix a la constitució de la regla o esquema d'implicació segons el qual es produeix aquella unitat (...). El concepte fonamental de constitució de Husserl fa referència a la constitució d'aquests esquemes d'implicació o familiarietat, tal com els anomena Husserl, els quals dirigeixen l'experiència (San Martín 1987: 69). En relació amb el terme *Apriori de correlació*, San Martín assenyala (1987: 70): (...) "Es compleix el sentit d'aquell *Apriori de correlació*, perquè el món, la realitat, és correlat de la subjectivitat, de la consciència".
- d) *L'anàlisi intencional*: representa el mètode a partir del qual es porta a terme l'estudi de les diverses objectivitats de les ontologies regionals. (...) El seu objectiu és descobrir les intencionalitats que constitueixen un objecte d'un àmbit determinat. Hi ha dos tipus d'anàlisi intencional: l'estàtic, que es correspon amb el primer concepte de constitució i el genètic, que es correspon amb el segon concepte de constitució.

En relació amb el terme “Cosmologia” en sentit estricte, significa estudi de l'univers- Husserl l'esmenta explícitament a la seva obra *Teleología y cosmología: Dios, muerte, immortalidad* on l'autor intenta entreveure el sentit del món, no només en la seva vessant espaciotemporal, sinó tot allò que té existència des de la seva totalitat (Ales 1995: 18).

A banda d'Edmund Husserl, Martin Heidegger és un dels representants més importants de la fenomenologia, sobretot per les seves aportacions específiques en el camp de la fenomenologia interpretativa o hermenèutica, una variable que, d'altra banda, i en el marc del present treball de recerca, presenta un notable interès.

La fenomenologia interpretativa o hermenèutica va sorgir a partir dels principis de Martin Heidegger, qui, l'any 1927, va instaurar una metodologia filosòfica que permetia descobrir el significat de l'ésser o existència dels éssers humans de forma diferent a la visió que oferien ens enfocaments positivistes. En aquest sentit, Heidegger va destinar tots els seus esforços en intentar esbrinar el que significa ser una persona i com el món és intel·ligible per als éssers humans. Un fenomen per a Heidegger és el que es mostra per si mateix, o dit d'altra manera, el que el fa manifest i visible per ell mateix.

La fenomenologia interpretativa o hermenèutica es fonamenta en cinc grans supòsits filosòfics en relació amb la persona o l'ésser humà:

- 1) Els éssers humans tenen món: seguint a Heidegger, “ser en el món” és existir, és trobar-s'hi involucrat, compromès. Habitar o viure en el món representa la forma bàsica de “ser en el món” de l'ésser humà. El món és constituït i és constitutiu de l'ésser. Els éssers humans tenen un món que és diferent de l'ambient, la naturalesa o l'univers on ells viuen. Habilitats, significats i pràctiques tenen sentit gràcies al món

compartit proporcionat per la cultura i articulat pel llenguatge. Aquest coneixement o familiaritat és el que Heidegger anomena “món”.

- 2) La persona com a ésser per qui les coses tenen significat: la forma essencial de viure les persones en el món és mitjançant l'activitat pràctica. Heidegger descriu dues formes en què els éssers humans es troben involucrats en el món. El primer és aquell en el qual les persones es troben completament involucrades o submergides en l'activitat diària sense notar la seva existència. En contrast, el segon tipus de vinculació en el món és aquell en el qual les persones són conscients de la seva existència.
- 3) Les persones són éssers autointerpretatius: ho són perquè les coses tenen importància per ells. Conèixer i comprendre el que envolta a l'ésser humà és una forma fonamental de “ser en el món”. Les persones entenen i capten significats del que els envolta mitjançant el llenguatge. Els éssers humans són i estan constituïts pel coneixement i comprensió del món. Per tant, el llenguatge serveix per a representar-se a si mateix i al món, però també constitueix la vida. El llenguatge representa, articula i fa que les coses es manifestin i, al fer-ho, ressegueix les nostres vides.
- 4) La persona com a corporalitat: per la fenomenologia, més que no pas pas disposar d'un cos, la persona és corporal. Les pràctiques comuns es basen en capacitats perceptuals corporals compartides.
- 5) La persona com a ésser temporal: Heidegger va concebre a la persona com a “ser en el temps”. Heidegger anomena al temps *temporalitat* i, segons ell, el temps és constitutiu de l'ésser o de l'existència

Per tot plegat, la fenomenologia de Heidegger entén que no és possible tenir un coneixement *objectiu* sobre l'ésser humà, atès que tot el coneixement és



generat per persones que són en el món. En aquest cas, la lògica no és suficient per a l'entesa. Les coses es fan visibles mitjançant els significats, l'entesa i la interpretació. L'entesa es fa explícita mitjançant la interpretació.

Així doncs, l'objectiu de la fenomenologia interpretativa és comprendre les habilitats, pràctiques i experiències quotidianes i articular les similituds i les diferències en els significats, compromisos, pràctiques, habilitats i experiències. La fenomenologia interpretativa intenta, doncs, desenvolupar una entesa i interpretació de l'ésser humà basada en els seus compromisos, significats i pràctiques. Comprendre els éssers humans implica escoltar les seves veus, històries i experiències.

Així les coses, la fenomenologia es constitueix com a mètode qualitatiu amb capacitat per donar sortida a l'estudi, l'entesa i la descripció d'aquells fenòmens humans que es coneixen poc o bé que tenen un difícil accés per a mètodes d'anàlisi més de tipus quantitatiu.

En aquest sentit, la fenomenologia interpretativa o hermenèutica, com a mètode d'investigació, es basa en la filosofia de Martin Heidegger (1889-1976), atès que el seu objectiu és comprendre les habilitats, pràctiques i experiències quotidianes i articular les similituds i les diferències en els significats, compromisos, pràctiques, habilitats i experiències dels éssers humans (Castillo, 2000).

Un dels retrets més importants que s'ha dirigit a les metodologies d'estudi de tipus qualitatiu és que no existeix cap mena de barem que determini el seu rigor científic i aquesta, és encara, una demanda no satisfeta.

Malgrat tot, la fenomenologia interpretativa o hermenèutica resulta molt adequada en l'estudi del "què" i del "com" d'alguns aspectes de la condició

humana, per exemple preocupacions, significats, experiències, hàbits i pràctiques de la vida diària.

Així doncs, en el marc de la corrent filosòfica fenomenològica, es constata l'enorme incidència que ha tingut els treballs d'Edmund Husserl i Martin Heidegger. Fernando Montero (1990) compara el tractament específic que de la fenomenologia del món han ofert Husserl i Heidegger al llarg de les seves respectives trajectòries intel·lectuals. Tot seguit, s'exposaran alguns dels resultats apareguts. Inicialment, Montero sosté, que, malgrat que els models de Husserl i Heidegger en relació amb la fenomenologia del món són oposats, entén que, d'alguna forma, acaben resultant complementaris.

La diferència més notable en la concepció fenomenològica del món d'ambdós autors es troba en el fet que mentre Husserl prioritza la individualitat dels objectes o del subjecte de què té consciència, Heidegger destaca la xarxa de connexions significatives que forma la "mundanitat" pròpiament dita. En aquest sentit, Montero (1990) sembla posicionar-se més cap a la concepció fenomenològica del món de Heidegger, ja que la qualifica (1990: 114) "d'innegable vàlua per haver aconseguit millor que ningú dilucidar el que és la "mundanitat" com una xarxa de significacions les quals ofereixen cobertura a la major part de les situacions que apareixen en la conducta".

L'autor, a banda d'aquest primer apunt, també assenyala alguna de les mancances de l'obra de Heidegger: "el seu anàlisi del món eludeix qualsevol aclariment de la individualitat de les coses, en especial, aquella singularitat que es manifesta empíricament, també rebutja de forma explícita una anàlisi de la subjectivitat centrada en el "jo" (1990: 114).

El problema del "món de la vida" (die Lebenswelt) apareix, més intensament, en les darreres obres de Husserl, sobretot a *La crisi de les ciències europees* i també a *L'Experiència i judici*. En relació, doncs, amb el tractament del món

que ofereix la fenomenologia de Husserl, Montero (1990) estableix tres nivells d'anàlisi:

- 1) Món de la vida concret: es correspon amb un primer contacte amb els fenòmens que omplen el món. Es un "món" que apareix en les dues primeres seccions de *Idees per a una fenomenologia pura* i al llarg de tota l'obra anomenada *La crisi de les ciències europees*.
- 2) Món de la vida originari: es troba ja dins de la reducció que condueix a la pura subjectivitat. Se centra en l'exploració de l'experiència que fonamenta genèticament, tot tipus de judici. S'aborda extensament dins de l'obra pòstuma de Husserl *Experiència i judici*, sobretot en la primera part. També apareix a la *Lògica formal i transcendental* i aquest món també és al·ludit a *Investigacions lògiques*
- 3) Món de la vida primordial: és el món viscut per cada subjecte considerat com un *ego* (o com un *alter ego*). Es tracta, doncs, d'un món diferenciat segons les individualíssimes experiències que del món té cada subjecte, les quals s'experimenten com un "jo". A l'obra de Husserl el seu estudi concret apareix a la cinquena de les seves *Meditacions cartesianes*.

D'altra banda, l'estudi del món per part de Heidegger cal ubicar-lo en el primer nivell dels móns de Husserl (món de la vida concret), o sigui, en el nivell que, segons ell, només esdevé un "punt de partida" o un "fil conductor" per a les anàlisis fenomenològiques transcendents.

El concepte de "món circumdant" és nuclear en el tractament de la variable "món" per part de Husserl. L'autor utilitza aquesta expressió per designar la totalitat d'objectes en què es projecta intencionalment qualsevol pensament fora de consciència. És un "horitzó circumdant" per quan l'espai i el temps constitueixen les seves formes bàsiques, indefinides en la

llunyania del seu progressiu distanciament. I en aquest “món circumdant” la corporeïtat empírica de les coses forma el seu estrat fonamental. És a dir, és un horitzó d’espai i de temps que es troba integrat, en definitiva, per una pluralitat d’individus (Montero 1990: 116). Així les coses, Husserl concep l’espai i el temps com les coordenades que permeten identificar un objecte o un fet individual determinat.

Així doncs, la teoria del món de Husserl en qualsevol dels tres nivells esmentats anteriorment, *el món de la vida* representa la totalitat dels objectes i estats de coses *individuals* que omplen l’horitzó indefinit de l’espai i del temps. Per tant, i en opinió de Montero (1990: 122), el món de Husserl esdevé “una totalitat espacio-temporal d’individualitats objectives que apareixen desconnectades o vinculades mútuament per enllaços de molt escassa consistència”.

Davant de l’individualisme de Husserl apareix l’aportació de Heidegger, especialment significativa en els paràgrafs 14 al 18 de la seva obra *Ser i temps* i, en concret, la secció titulada “La mundanitat del món”. Representa, en essència, l’aportació més important de Heidegger en relació amb la fenomenologia del món i de la significació en general. En aquest sentit, l’autor assenyala que les coses *per se* són significatives per quan la seva presència remet a les situacions mundanes en que es troben. La comprensió, per tant, s’alimenta d’aquesta vessant significativa de què es constitueixen les coses que integren el món que esdevé una totalitat, una trama general que depara la significació de tot allò que l’omple.

L’anàlisi de l’existència humana de Heidegger –i és per aquest motiu que apareix com a un dels referents intel·lectuals de l’existencialisme– nodreix a l’anàlisi del “món” d’una densitat estructural que no apareixia en el món husserlià (Montero, 1990). En el món de Heidegger cada cosa ocupa un lloc en l’espai i en el temps que està determinat per la trama significativa que es

pròpia de cada cosa i de les seves situacions mundanes. Per tant, Heidegger obvia la individualitat o, almenys, l'arracona a un segon nivell d'interès.

De tota manera, i tal com s'ha esmentat anteriorment, la teoria de la significació de Heidegger acaba resultant complementària de la teoria de la individualitat plantejada per Husserl. Així les coses, la fenomenologia del món que aquí ens interessa estudiar, tant per part de Husserl com per part de Heidegger, sembla oscil·lar entre un món reduït al simple horitzó d'espai i de temps dels *objectes* o *estats de coses individuals* que intencionalment es despleguen davant de *subjectes també individuals* o, en el cas de Heidegger, a totes les *trames significatives* que cobreixen la presència del món. En el cas de Husserl, es prioritza la individualitat de les coses i dels subjectes, mentre que en el treball de Heidegger l'exaltació de l'estudi de la trama significativa del món va en detriment de l'anàlisi de la individualitat dels seus components, ja siguin coses o subjectes humans (Montero, 1990).

En l'àmbit concret de la comunicació que aquí ens interessa estudiar, Mucchielli (1998: 67) assenyala: "en el paradigma fenomenològic i praxeològic, l'objectiu de la comunicació és explicar els significats expressats pels subjectes. Aquests significats tradueixen diferents visions del món que, en els intercanvis entre "persones normals" s'elaboren mitjançant una construcció col·lectiva, a partir d'una base comú compartida. Aquest enfocament sembla conciliar les concepcions intrapsíquiques del psicoanàlisi i les concepcions interaccionistes dels models transaccional i sistèmic".

Finalment, en l'àmbit específic de la sociologia fenomenològica, cal destacar la figura d'Alfred Schütz<sup>23</sup> qui també ha realitzat importants aportacions relacionades amb el "món de la vida". En aquest punt, Rizo (2006: 44) assenyala el següent: "per a la sociologia fenomenològica,

---

<sup>23</sup> Filòsof i sociòleg austríac (1899-1959). Manté clares vinculacions amb l'escola fenomenològica de Chicago. Juntament amb Berger i Luckmann –que, d'alguna manera, són els seus deixebles– va sintetitzar diverses teories, d'entre les quals destaquen les "Estructures del món de la vida" o "Estudis sobre la realitat social".

l'individu és un actor social que reproduïx el seu context social a partir de les seves interaccions quotidianes. La reflexió se centra en les relacions intersubjectives, sota l'angle de la interacció, i s'atorga un rol rellevant als elements de negociació i de comunicació en la construcció social dels referents de sentit que possibiliten el diàleg, negociació i/o conflicte en qualsevol trobada o situació d'interacció humana”.

Schütz al llarg de tota la seva obra va posar l'accent en l'estudi dels significats que es generen resultat de l'acció social. La sociabilitat esdevé, així, una forma d'intersubjectivitat<sup>24</sup>. L'element central passa a ser, doncs, el fenomen-subjecte. Interessa, especialment, per la temàtica del treball de recerca, l'interès que la sociologia fenomenològica diposita en la interpretació dels significats del món (*Lebenswelt*) així com en les accions i interaccions dels subjectes socials. Per tot plegat, del món conegut i de les experiències intersubjectives compartides pels subjectes, s'obtenen les senyals i les indicacions per interpretar la diversitat de símbols (Rizo, 2008).

També en opinió de Rizo (2006) són set els judicis bàsics que la sociologia fenomenològica planteja al voltant dels conceptes d'interacció i de comunicació:

- 1) La comunicació és un fenomen exclusiu del món de la vida quotidiana.
- 2) La naturalesa de la intersubjectivitat és el vincle o comunicació entre semblants.
- 3) La possibilitat de comprendre els altres està fonamentada en les relacions de mútua entesa, per la qual cosa és necessari que existeixi un ambient comú comunicatiu.
- 4) Per comprendre les accions dels altres no només és necessari conèixer la materialitat dels missatges que s'estan comunicant, sinó també comprendre a qui els està emetent.

---

<sup>24</sup> Caràcter de la consciència de l'home, com a ésser essencialment social. Font: Enciclopèdia Catalana [versió en línia].

- 5) La comunicació és el mitjà segons el qual els subjectes superen la seva experiència de la transcendència dels altres, especialment les seves experiències del món. Per mitjà dels signes, el procés comunicatiu permet als subjectes ser conscients dels pensaments dels altres.
- 6) Per tal que la comunicació sigui possible no només és necessari que els subjectes comparteixin un món, sinó que han de ser capaços de comprendre aquest món d'una forma similar a com l'altre el comprèn
- 7) Només són comunicatives les accions que intenten transmetre un determinat significat.

Per a Schütz (1964) la comunicació no és tan sols un sistema semàntic, sinó que es tracta d'un procés on es comparteix el flux de les experiències de l'altre en el temps interior. Assegura que la comunicació només pot donar-se en el marc del món de la vida quotidiana, amb l'afegit que aquesta mateixa comunicació no només comunica missatges, sinó que esdevé significativa per ella mateixa. A Schütz li interessa descobrir el significat que l'ésser humà que mira el món des d'una actitud natural atorga als fenòmens.

Berger i Luckman<sup>25</sup> (1993: 40-41), considerats com a deixebles de Schütz, asseguren que “no es pot existir en la vida quotidiana sense interactuar i comunicar-se contínuament amb els altres”. D'alguna manera, els significats del *self* són compartits amb els significats de la resta de la societat.

En definitiva, per a la sociologia fenomenològica, la subjectivitat es troba inevitablement present en qualsevol acte de comunicació, atès que aquest forma part de les perspectives divergents dels participants en l'acte. Sense interacció no existeixen els subjectes socials, perquè la construcció de

---

<sup>25</sup> Sociòlegs, d'origen austríac i alemany, respectivament. En la seva opinió, la sociologia del coneixement ha d'ocupar-se en l'estudi de la forma com aquest mateix coneixement interpreta i construeix la realitat, centrat en els processos de la vida quotidiana.

sentits compartits sobre la realitat social requereix, inevitablement, de la interacció (Rizo 2006: 45).

Així les coses, i a mode de síntesi final, en relació amb les aportacions de la fenomenologia a l'estudi del paisatge des del punt de vista de la comunicació, es pot concloure que l'element central és el de la vivència i, més encara, la vivència i/o l'experiència del món (*Lebenswelt*) –en el cas concret que ens ocupa, es podria traslladar a la vivència del paisatge–, ja que aquest corrent de pensament filosòfic fixa els seus preceptes principals en l'estudi de les manifestacions de les experiències internes dels subjectes amb l'objectiu principal de comprendre l'ésser humà.

Per tant, en el camí de plantejar un aparell teòric d'abast comunicatiu del paisatge, la fenomenologia aporta la visió pròpia de l'experiència, la intuïció i la vivència, al mateix temps que aplanava el camí cap a la comprensió i l'anàlisi del coneixement del món que tenen els individus. Però, sobretot, la fenomenologia explica de l'espai, del temps i dels móns viscuts, mitjançant descripcions directes de l'experiència dels subjectes en aquest mateix món. La fenomenologia, doncs, ofereix descripcions de les estructures de l'experiència, tal com apareixen en la consciència, a banda d'ocupar-se de l'essència de les coses i de les emocions (Rizo, 2006). En efecte, tal com assenyala Vidal (2002: 137) a la seva tesi doctoral, “és l'experiència el concepte que permet lligar acció i significació emocional, a més de la identificació”, de la qual cosa es desprèn l'aportació de la fenomenologia en el procés descodificador –comunicativament parlant– de la vivència i experiència de l'espai geogràfic (interacció simbòlica) en termes de comunicació del paisatge amb el *self*.



### 3.2. L'existencialisme

Nicolas Abbagnano a la seva obra *Historia de la Filosofía* (1994: 725) defineix l'existencialisme en els següents termes: "...tota filosofia que es concebi i s'exerciti com a *anàlisi de l'existència*, sempre que per "existència" s'entengui el *mode de ser de l'home en el món*. Per tant, l'existencialisme es caracteritza, en primer lloc, perquè qüestiona el mode de ser de l'home en el món, també es caracteritza, en segon lloc, perquè posa en discussió el "món" sense pressuposar si el seu "ser" ve donat o constituït. És per això que l'anàlisi de l'existència no implica només l'esclariment o la interpretació del mode en què l'home es refereix al món i en les seves possibilitats cognoscitives, emotives i pràctiques, sinó també i al mateix temps, en l'esclariment i la interpretació de les formes de manifestació del món en l'home així com la determinació i condicionament de les seves possibilitats. La relació *home-món* és, doncs, l'únic tema de tota filosofia existencialista. (...) Una altra característica fonamental de l'existencialisme es l'ús de la noció de *possibilitat* en l'anàlisi de l'existència. (...) Els antecedents històrics més propers del existencialisme són la fenomenologia de Husserl i la filosofia de Kierkegaard".

Altres autors com Paul Foulquié defineixen també la filosofia existencialista (1973: 53): "(...) L'existencialisme es caracteritza, abans de res, per la seva tendència en insistir en l'existència. (...) El seu interès s'orienta cap allò que existeix, o sobretot, cap a l'existència del que existeix. Consisteix, en principi, en una tornada a la realitat vertadera".

En síntesi, l'existencialisme és un moviment filosòfic que situa en l'epicentre de la seva doctrina el fet que són els mateixos éssers humans els que, de forma individualitzada, creen el significat i l'essència de les seves pròpies vides ("coneixe't a tu mateix"). També fa l'èmfasi en la llibertat i la temporalitat de l'home, a banda de prioritzar la seva *existència* en el món per damunt de la seva presumpta *essència*. Com a moviment de pensament,

sorgeix en el segle XX, en el marc de la tradició filosòfica i literària. Un dels màxims exponents d'aquesta corrent filosòfica contemporània juntament amb Jean Paul Sarte és Martin Heidegger (1994: 731), tot i que és, tal vegada, l'autor que més s'allunya de les postures existencialistes en el seu sentit més estricte, atès que, des del seu punt de vista, el problema fonamental que presenta la filosofia és l'ontològic, o sigui, el problema del "ser" i, per tant, el problema de l'home queda subordinat a aquest problema.

Existeixen altres representants del moviment filosòfic existencialista com ara Friederich Nietzsche, Karl Jaspers o Gabriel Marcel.

A la part introductòria de l'obra *El existencialisme es un humanisme* de Sartre, apareix el següent text (1980: 9): "el motiu quasi obsessiu de la meditació existencialista es troba en la realització de la plenitud de l'individu humà mitjançant l'actualització de la seva llibertat".

La filosofia existencialista sovint ha estat acusada de manca de rigor científic, si tenim en compte la seva absència d'objectivitat pel fet que qui l'elabora són els homes i les dones i, per tant, es troben implicats en l'objecte de la ciència. En aquest sentit, el filòsof existencialista no adverteix cap perill en el fet que les vivències personals entrin a formar part de la reflexió filosòfica. Els filòsofs existencialistes comparteixen inquietuds d'estudi en relació amb l'home i la realitat humana, la llibertat, la realitat individual, l'existència diària, etc. Així doncs, el tema genèric i les referències a l'home adquireixen una importància de primer ordre en la filosofia existencialista (Sarte 1980: 12).

La diferència o el desdoblament quant a enfocament de l'home com a objecte d'estudi radica en el fet que la majoria de disciplines (biologia, fisiologia, sociologia, etc) se n'ocupen des del punt de vista d'un ésser sotmès a lleis, mentre que els postulats existencialistes defensen que l'home no és, en cap cas, un mer objecte. En aquest sentit, apareix un

passatge especialment eloqüent en l'obra *El existencialisme es un humanisme*, de Jean Paul Sartre (1980: 14): “L'home és específicament home quan se'l considera com a subjecte, com per-sí, com a persona, per utilitzar termes molt estimats pels existencialistes (...) El subjecte existencialista és, abans de res, un subjecte-en-el-món i obert al món. Es tracta d'un subjecte actiu que es realitza en la història, i en la seva realització transcendeix i es projecta. Dit en termes sartrians, l'home es crea a sí mateix”. L'existencialisme, doncs, en un panorama convuls –en l'Europa deprimida de l'època– esdevé una icona de les llibertats individuals. L'obra de Sartre s'inicia vers el tractament de la interioritat de l'home: el jo, la consciència i els modes de la consciència. L'existencialisme pretén descobrir els fonaments ontològics de la realitat.

Així doncs, l'existencialisme incorpora amb tota naturalitat la vivència personal en la reflexió filosòfica, se submergeix en allò que contempla i, en alguns casos, la pràctica d'aquesta visió de la filosofia repercuteix en un exercici autobiogràfic, tal i com succeeix en l'obra de Soren Kierkegaard, màxim representant del moviment existencialista juntament amb Jean Paul Sartre.

Quant a les aportacions que el corrent filosòfica existencialista manté amb la intenció de plantejar un model teòric d'anàlisi comunicativa del paisatge, en termes d'apropiació i vivència, cal destacar la contribució de l'existencialisme a fer “visibles” els processos segons els quals l'individu s'adreça al món, així com l'estudi de les seves dimensions cognitives, emotives i pràctiques, però sobretot, l'*input* més important arriba per la intenció d'interpretació de les formes en què el món es manifesta i és interioritzat per l'home. Així doncs, l'existencialisme aporta llum pròpia específica en la relació home-món, que esdevé, al seu torn, un tema nuclear en la filosofia existencialista.

### 3.3. L'idealisme

En termes generals, l'idealisme considera que la realitat no és independent del subjecte cognoscent o pensant, sinó una conseqüència de la seva activitat. En certa manera, el filòsof idealista considera que la realitat és conseqüència de l'activitat del subjecte o, dit d'una altra manera, proposa que la realitat és subjectiva i mental, perquè la nostra percepció del món passa per la ment, les percepcions i la cognició. En efecte, l'idealisme sosté que, en l'acte de coneixement, el subjecte que coneix influeix en la realitat coneguda, que la ment està sotmesa a uns processos o mecanismes que determinen i construeixen la realitat de l'objecte conegut. En aquest sentit, Kant es consolida com un dels màxims exponents de les tesis idealistes si tenim en compte que considera que la ment imposa a la realitat coneguda, característiques que són conseqüència de la pròpia naturalesa de la ment (el temps i l'espai, per exemple).

Nicolas Abbagnano (1994: 406) defineix aquest corrent filosòfic com “aquella doctrina que redueix la realitat a “idea”, això és, sensació, representació, dada, pensament o element de consciència. D'aquesta forma, l'idealisme passa a ser una tendència afí de diverses tendències i, caracteritza, per exemple, la doctrina de Berkeley, Hume, Schelling o Hegel”. En aquest punt, Abbagnano sentència: “(...) la paraula “idealisme” no es presta a assenyalar cap corrent històricament individualitzada, sinó només una doctrina gnoseològica que, tot i mantenir afinitats amb tendències molt desiguals, no caracteritza a cap d'elles”.

Abbagnano, doncs, entén el terme *idealisme* en un sentit estrictament històric, és a dir, un corrent que s'inicia amb l'anomenada “filosofia clàssica alemanya” la qual pretén demostrar la unitat o la identitat d'infinit i finit, d'esperit i naturalesa, de raó i de realitat, de Déu i món. Així doncs, inclou, sota el terme idealisme, les tesis fonamentades en l'idealisme clàssic alemany, o sigui l'idealisme anglosaxó i l'italià.

Les característiques que defineixen l'idealisme són les següents:

- a) La realitat coneguda té existència només en la mesura en què nosaltres la coneixem.
- b) La realitat coneguda està afectada o influïda pel fet de ser coneguda per nosaltres, és com és perquè nosaltres la coneixem.
- c) La realitat coneguda, per tant, no és independent del subjecte cognoscent.

Així les coses, molts autors defensen la postura que assenyala que l'idealisme no és res més que una forma sofisticada de subjectivisme.

Un altre dels aspectes importants a destacar és el xoc frontal que representa el pensament idealista en relació amb el realisme, el qual s'associa, sovint, al sentit comú o a la forma més natural i lògica d'actuar. De tota manera, l'argument que contraresta aquesta afirmació és el que assenyala, des de la convicció cartesiana, que l'objecte immediat del nostre coneixement no és la realitat en sí mateixa sinó la representació que la nostra ment fa d'aquesta realitat (les idees).

En relació amb l'idealisme anglès cal destacar la figura de Francisco Herbert Bradley (1846-1926), el qual mai va usar el terme específic *idealisme* per a definir el seu pensament filosòfic. Hi ha dues tendències principals que el defineixen (Bréhier 2002: 331):

- a) La insuficiència de totes les relacions, categories o conceptes, com els de substància, causa, etc. per definir la realitat absoluta
- b) La necessitat, per arribar a l'absolut, del contacte directe amb les coses en la sensació, experiència indivisible i diversa, única i d'una

riquesa concreta infinita per bé que no es pugui dir que és diversa en el sentit de composta de parts.

Per Bradley no hi ha més que relacions internes, és a dir, creu que totes les relacions entre dos termes tenen la seva raó i el seu fonament d'existència en els termes mateixos.

Una altra referència inexcusable inscrita en el pensament idealista és la del filòsof alemany Immanuel Kant. L'aspecte cabdal que identifica la filosofia de Kant cal situar-lo en el postulat que defensa que el coneixement humà disposa de les seves pròpies condicions *a priori*, les quals determinen el que compta com a objecte i el que és objectiu per la ment humana. Aquest és el factor que fa "crítica" o transcendental la filosofia kantiana (Allison 1992: 497-498).

Allison exposa l'existència de dues visions antagòniques relacionades amb l'idealisme transcendental de Kant: una visió convencional –inadequada segons l'autor– per, posteriorment, presentar els conceptes que expliquen la "condició epistèmica" (Allison 1992: 30 i 39). Segons la visió convencional l'idealisme transcendental de Kant és una teoria metafísica que afirma la incognoscibilitat d'allò "real" (coses en sí) i relega el coneixement al regne merament subjectiu de les representacions (apariències). Així doncs, combina una descripció fenomènica del que realment és experimentat per la ment i, per tant, cognoscible, amb el supòsit d'un conjunt addicional d'entitats que, en termes d'aquesta mateixa teoria, són incognoscibles (Allison 1992: 30).

Pel que fa a la "condició epistèmica" –un terme introduït pel mateix Allison amb l'intent de definir l'idealisme transcedental de Kant de forma clara i precisa– s'hi refereix com "aquella condició necessària per a la representació d'un objecte o d'un estat objectiu de coses. (...) També es podria denominar *condició objectivant*, ja que, en virtut d'aquestes

condicions, les nostres representacions es refereixen a objectes, o, dit en termes kantians, les nostres representacions tenen “realitat objectiva” (Allison 1992: 40).

Un altre dels màxims exponents del corrent filosòfic idealista es troba en la figura del filòsof irlandès George Berkeley. El “bisbe Berkeley”, tal com era conegut a la seva època, va ser un dels màxims exponents del conegut com a idealisme subjectiu, segons el qual els éssers humans només poden conèixer directament sensacions i idees d'objectes però no abstraccions com la matèria extensa i l'ésser.

Finalment, cal fer referència al conegut amb la denominació *idealisme italià*, el qual es desenvolupa a partir de la influència que Hegel exerceix sobre Itàlia. El napolità Spaventa (1817-1883) va ser un dels més grans difusors de la doctrina hegeliana, qui manté el seu esperit gràcies a la contribució d'autors com B. Croce i Gentile. En el cas de Croce, aquest autor practica una filosofia de l'esperit: l'esperit és primerament intuïció o representació de l'individual, que és objecte de l'estètica, després es consciència de l'universal i de la seva unitat amb l'individual. Per la seva banda G. Gentile veu l'absolut en un acte creador de l'esperit, immanent a tota realitat (Bréhier 2002: 337).

L'aportació de l'idealisme a l'objecte d'estudi del present treball de recerca ve donada per les implicacions subjectives que implica estudiar la realitat, ja que aquesta, segons l'idealisme, no és independent del subjecte cognoscent. Això significa que cada individu disposa de la seva pròpia realitat, la qual és perceptiva, subjectiva i mental. La generació de diversos “móns” personals, implica la indissolubilitat de la realitat existent en relació amb el subjecte que l'observa.

## CONTRIBUCIONS DE LA FILOSOFIA A LA CONSTRUCCIÓ D'UN MODEL D'ANÀLISI COMUNICATIVA DEL PAISATGE

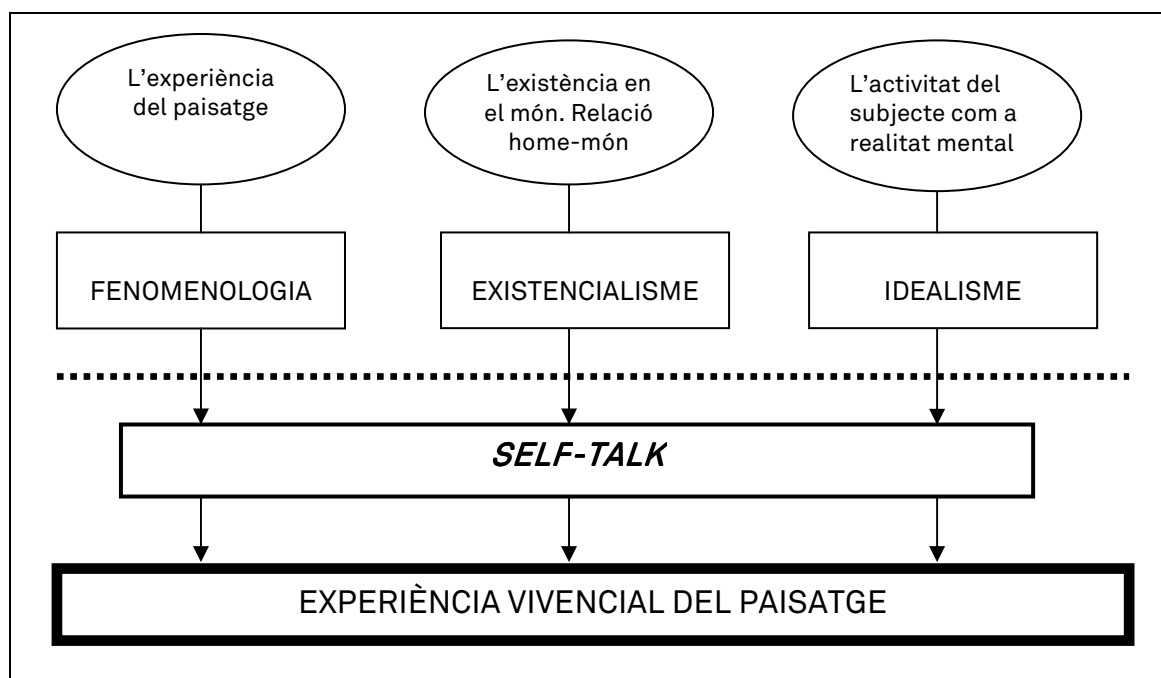


Fig. 6. Aportacions de la filosofia a l'estudi comunicatiu del paisatge. Font: elaboració pròpia.



## Capítol 4. Les bases psicològiques de la comunicació intrapersonal

### 4.1. La psicologia cognitiva

En termes molt generals i de forma molt planera, la psicologia cognitiva s'ocupa de l'estudi de l'ús concret que es fa de la cognició (pensament) per tal d'entendre que succeeix al nostre voltant.

Per de Vega (1984: 23), la psicologia cognitiva utilitza un llenguatge nou –el del processament d'informació– que ha proporcionat perspectives i solucions noves a vells problemes. Opina també que el psicòleg cognitiu ha de basar-se en dades escassament fiables de l'observació introspectiva o, el que és més freqüent, en dades conductuals de les quals extreu inferències sobre els processos mentals. El sistema cognitiu és interactiu.

El mateix de Vega estableix una clara diferència entre la psicologia cognitiva i la psicofisiologia. La primera s'ocupa del funcionament del cervell o, com a mínim, de les funcions de processament d'informació del cervell, i se situa, així, en una posició clarament funcional, sense arribar a interessar-se del substrat orgànic de les operacions mentals. Per tant, s'interessa pel *software* del nostre pensament. La psicofisiologia s'ocupa de l'àmbit bioquímic, neurològic més vinculat a l'organisme (*hardware*), més que no pas relacionats amb els processos de pensament per ells mateixos (de Vega 1984: 34-35).

Per Carretero (1997: 76) existeixen dos sentits relacionats amb el terme cognició. D'una banda, implica l'estudi específic dels anomenats processos intel·lectuals de més gran o més petita complexitat (percepció, atenció, memòria, llenguatge i raonament), és el que en termes estrictes es coneix com a *psicologia cognitiva*. I, de l'altra, hi ha l'anomenada *ciència cognitiva*

que representa *per se*, un punt de trobada de diverses contribucions i s'ocupa, bàsicament, de l'estudi de sistemes intel·ligents, ja siguin naturals o artificials.

En aquest sentit i seguint Banyard *et al.* a l'obra *Introducción a los procesos cognitivos* (1995), els processos cognitius són bàsicament cinc:

1) Percepció: significa mirar el que esta succeint. Aquest fet implica, *per se*, un procés cognitiu de percepció. El fet de captar el que passa al nostre voltant, el fet d'identificar figures, formes, éssers humans i característiques de l'entorn és percebre. Per tant, podem concloure que per percepció s'entendrà el procés d'interpretació i comprensió de la informació que rebem mitjançant els sentits. Tradicionalment, els estudis de percepció humana han abocat molt esforços vers l'estudi de la percepció visual.

2) Atenció: quan un esdeveniment s'altera de forma inusual –no encaixa amb el que nosaltres qualifiquem de “normal” – comencem a estar més alerta. És comença a captar activament el que està succeint (a prestar-hi molta més atenció, en comptes d'observar sense massa interès). Aquest procés cognitiu s'anomena *atenció*.

3) Pensament: després de l'atenció arriba un procés de “processament de dades”, de recapitulació del que hem observat amb alts nivells d'atenció. La reconstrucció del que acabem de veure implicant-hi els nostres coneixements previs i la nostra comprensió general de la situació. En definitiva, representa el tractament de l'esdeveniment a mode de problema social que ha de resoldre's.

4) Memòria: el que passa és que no ens limitem a pensar en el que ha passat. Ho recordem i per tant ho reconstruïm de nou, ho tornem a viure, mitjançant el record que ens aporta la memòria. Així entra en joc el procés cognitiu de la memòria, perquè emmagatzemem el coneixement que tenim

sobre el que ha succeït i les interpretacions que en fem. Més tard, quan estem amb els amics, rescatem la informació que es troba a la nostra memòria. Els psicòlegs estableixen dues tipologies diferents de memòria. D'una banda, hi ha la memòria episòdica, que és la memòria per a esdeveniments particulars: com, quan i on van succeir les coses, mentre que la memòria semàntica té molt més a veure amb les habilitats i amb com fer les coses. Existeix la memòria a curt termini i la memòria a llarg termini. La memòria de curt termini presenta una persistència i capacitat limitada. Per contra, la memòria de llarg termini presenta característiques d'emmagatzemament permanent. Aquesta divisió categorial de la memòria és pròpia dels psicòlegs cognitius. En relació amb la variable "memòria" cal considerar els estudis realitzats per Sir Frederic Charles Barlett (1886-1969), psicòleg britànic, considerat un dels principals impulsors del constructivisme en psicologia. Aquest autor, a partir del seu treball al voltant de la memòria, va concebre el fet de recordar a mode de construcció i/o reconstrucció imaginativa, resultat de la relació de la nostra actitud amb l'experiència anterior, descartant, així, una visió de la memòria entesa com a procés fragmentari i mecànic. Tot plegat el va portar a treballar sobre la base dels anomenats "esquemes" –a qui el mateix Barlett va definir com "organitzacions actives de reaccions i experiències passades" –, utilitzats com a model explicatiu del funcionament de la memòria. De fet, aquest autor és considerat un antecessor de la moderna psicologia cognitiva, tot i que les seves teories, desplegades en els anys vint i trenta del segle XX, van topar amb els posicionaments conductistes dominants de l'època.

- 4) Llenguatge: explicat un fet que ens ha succeït als nostres amics implica l'ús del llenguatge. Busquem les paraules que expressen el nostre pensament i escollim les que creiem que evocaran millor la situació tal com nosaltres la varem viure. Així, utilitzem paraules no només per a definir què va passar, sinó també simplement per descriure-ho. Així el llenguatge que utilitzem i el que nosaltres

pensem en relació amb un incident en concret acaben molt estretament connectats.

## INTERVENCIIONS EN EL PROCÉS DE COGNICIÓ

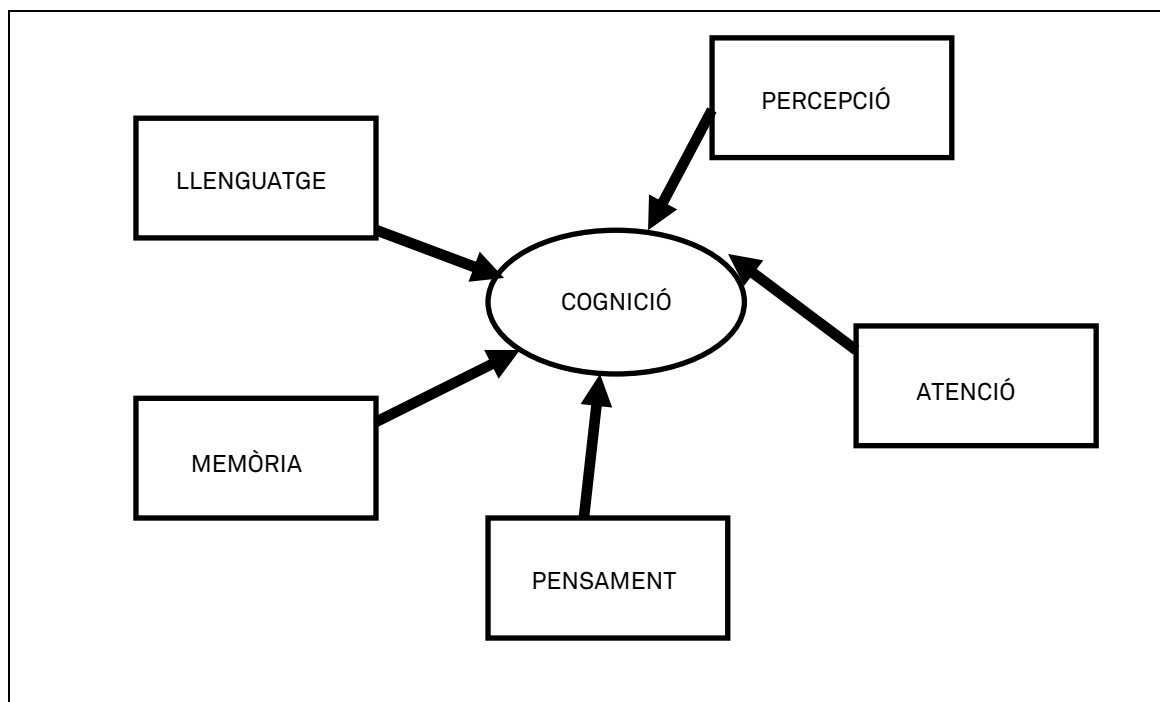


Fig. 7. Implicacions del procés cognitiu. Font: Banyard, P. *et al.*(1995) [1991] *Introducción a los procesos cognitivos* (1995: 15).

La suma d'aquest cinc elements constitueixen la base a partir de la qual entenem el món (Banyard et al. 1995: 55).

Quant a la incidència de determinats factors en relació amb els processos de cognició, bàsicament cal tenir-ne en compte tres:

a) Factors fisiològics en la cognició: les cèl·lules, el codi genètic el metabolisme, són disposicions fisiològiques que, entre molts d'altres, condicionen la cognició.

b) Factors individuals en la cognició: recordem millor una determinada informació si tenim un interès personal actiu en el que s'està dient. Els nostres propis valors, antecedents, coneixement i idees poden influir en el

que percebem i les nostres actituds poden significar una gran diferència en la manera com usem el llenguatge.

c) Factors socials en la cognició: en funció de determinades cultures funcionem d'una manera o altra. Les creences, la tradició, l'educació o l'entorn social on ens movem condiciona el nostre pensament.

Un altre dels aspectes que no es pot deixar de banda de la psicologia cognitiva és el de la representació. La representació és, pròpiament, la escenificació mental de la informació de la qual disposem. És clar, doncs, que usem alguna forma de constitució mental que ens ajuda, no només a emmagatzemar la informació objectiva, sinó també a dirigir i guiar les nostres accions sobre la base del nostre coneixement del món i de la nostra experiència prèvia. Una de les formes que usem per emmagatzemar el coneixement dels fets és la classificació per conceptes, cosa que ens permet manejar moltes més dades de les que possiblement podríem guardar si tractéssim cada porció d'informació com si fos única.

Existeixen, en opinió de Banyard *et al.* (1995: 224-225), tres tipus de representacions:

- 1) Representació enactiva: és una mena de “memòria muscular”, s'utilitza una representació interna de la “sensació” de les coses per codificar la informació. Es dona sobretot en l'època de la lactància
- 2) Representació icònica: s'emmagatzema la informació en forma d'imatges visuals. Bruner la va denominar *representació icònica*.
- 3) Representació simbòlica: es refereix a simbolismes associats a conceptes com “llibertat” o “bellesa”. Aparició d'imatges i conceptes simbòlics vinculats a una determinada imatge o expressió.

Interessa, en aquest mateix context, el tractament de les imatges mentals. Paivio (1971) –citada per Colom i de Juan 1990: 90– apunta que en els processos de pensament operen dos sistemes representatius: el sistema verbal i el sistema d'imatges mentals, el qual presenta –aquest darrer– les següents propietats estructurals i funcionals:

- a) Actua en paral·lel.
- b) Està especialitzat en el processament d'informació concreta.
- c) Preserva de forma analògica les propietats espacials i mètriques de l'*input* sensorial: la imatge és una rèplica esquemàtica i funcional dels continguts perceptuals.
- d) Les imatges mentals tenen un caràcter relativament dinàmic, de forma que poden modificar-se o transformar-se ràpidament (en contrast amb el sistema verbal que és més rígid).

Així doncs, Paivio manté que existeixen estretes connexions funcionals entre les imatges mentals i els processos verbals.

Aplicats a l'interès específic que mou el present treball de recerca de doctorat, cal fer menció explícita com a extensió pròpia de les imatges mentals, als mapes cognitius i més específicament aplicats al coneixement ambiental. Amb l'inici dels estudis sobre coneixement ambiental (Stokols, 1978 i Evans, 1980) s'inicia una introspecció que intenta entreveure el coneixement que tenim les persones del nostre entorn físic o geogràfic. Per tant, les imatges mentals del territori esdevenen mapes cognitius (un terme que va instaurar Tolman, 1948).

Kevin Lynch (1960 i 1972) aplica aquesta metodologia que intenta fer intel·ligible les imatges mentals territorials –en aquest cas de ciutats com Boston i Los Angeles– on apareixen descripcions de barris, nodes (punts d'importància estratègica a la ciutat), districtes, etc.

Els psicòlegs proposicionalistes mantenen que és plausible parlar d'un llenguatge del pensament a partir del qual les representacions mentals serien el resultat d'una combinació entre sintaxi (estructura formal) i semàntica (estructura significativa). Els principis segons els quals es transformen els estats mentals quedarien definits a partir de les propietats estructurals (sintàctiques) de les representacions mentals (Colom i de Juan 1990: 118).

Per tant, un procés cognitiu giraria sobre una representació mental ajustada a una determinada descripció estructural (sintàctica) i la transformaria en una altra representació ajustada a una altra descripció estructural. Seguint de nou a Colom i de Juan (1990), podem veure com el tractament cognitiu del pensament humà es fonamenta a partir de dues idees fonamentals:

- 1) És possible construir llenguatges en els que algunes característiques de les estructures sintàctiques de les fórmules internes del pensament es corresponguin sistemàticament amb algunes de les seves estructures semàntiques
  
- 2) És possible idear màquines la funció de les quals consisteixi a transformar els símbols. Les seva operativa ha de ser sensible a l'estructura sintàctica dels símbols sobre els que opera

Així les coses, per a la psicologia cognitiva del processament de la informació, els sistemes simbòlics esdevenen imprescindibles per tal de poder oferir una explicació de l'activitat cognoscitiva humana (Colom i de Juan 1990: 119).

#### 4.2. La psicologia de la percepció

Joel S. Warm a la seva obra *Psicología de la percepción* (1990) formula una interessant pregunta que, *per se*, defineix l'objecte d'estudi de la psicologia de la percepció: "Com ens posem en contacte amb el nostre entorn?" I més encara, "Com obtenim les impressions dels aspectes qualitius i quantitius dels objectes externs, de la seva posició espacial i els seus moviments, que orienten la nostra relació amb el món en què vivim?" Aquest problema constitueix la preocupació principal del camp d'investigació psicològica denominat percepció" (1990: 15).

Seguint també Warm i en relació amb el significat del terme "percepció", inclou, de nou un important matís. Diferencia el terme "percebre" entès com a activitat o procés, mentre que "percepció" connota més que no pas res més una cosa o estat. El que aquí interessa treballar, doncs, és el procés de percebre, no entès com quelcom inamovible.

En efecte, el concepte d'entrada i sortida, en termes psicològics es refereix a l'estimulació que rep l'organisme (entrada) i la conseqüent conducta de l'organisme en funció d'un determinat estímul rebut (sortida). En relació amb aquests dos termes apareix el de *sistema perceptiu* entès com aquell procés que relaciona l'energia d'entrada amb la de sortida, un sistema que rep diferents tipus d'energia sensorial, els processa i produeix una resposta concreta.

La variable percepció sembla inseparable de la denominada "sensació", atès que molts psicòlegs de diverses procedències teòriques coincideixen a assenyalar que la percepció de l'ésser humà és un procés mitjançant el qual s'elabora i interpreta la informació dels estímuls amb la finalitat d'organitzar-la i donar-li sentit. La dualitat percepció *versus* sensació ha generat, al llarg dels temps, amplis debats en el si de la comunitat acadèmica pròpia dels psicòlegs. La primera generació de psicòlegs que



s'ocupà de l'estudi de la percepció defensava que les sensacions eren elements irreductibles que formaven les percepcions, com experiències més senzilles i menys significatives que les percepcions, en les quals no influïa l'aprenentatge o altres processos psicològics com la motivació o l'emoció. Per contra, hi havia una comunitat de psicòlegs que mantenia que no es poden establir diferències importants entre els sistemes perceptiu i sensorial.

En opinió de Warn (1990), és dubtosa la possibilitat d'experimentar una sensació "pura" o sense sentit. El coneixement que tenim del medi es sol organitzar en termes d'objectes amb significat, és per això que veiem arbres, rostres, taules, llibres i gossos i no veiem punts, línies, colors i altres elements d'estimulació que el componen. L'autor conclou que, en realitat, no establim distincions fonamentals entre sensació i percepció, atès que considerem que ambdós termes fan referència a un procés complex, però continu, mitjançant el qual l'organisme busca i extreu informació del seu entorn que faciliti les seves respostes adaptatives.

El mateix autor assenyala que, històricament, l'estudi de la percepció ha estat també propi de la filosofia, en concret de l'anomenada epistemologia, la qual es pregunta si existeix un món físic i real independent de l'experiència i, si existeix, com arribem a conèixer les seves propietats i com es pot determinar la veritat o precisió d'aquest coneixement.

Arribats en aquest punt, parlar de percepció implica, necessàriament, parlar del binomi estímulo-resposta. Quant a l'estímul, Warm en distingeix dos grans tipus:

- 1) Estímul distal: fa referència a l'aspecte físic del medi exterior o a l'energia física que emana d'una font d'estimulació externa.

2) Estímul proximal: és la projecció d'aquesta mateixa energia física i, sobretot, en relació amb els efectes que causa a un receptor sensorial.

La percepció *per se* es podria situar, doncs, en un estat teòric que hauria de tenir en compte els següents aspectes:

a) La percepció com a constructe psicològic: resulta impossible accedir a un coneixement directe en relació amb les percepcions, atès que aquestes es constitueixen com a experiències privades de les persones. Per tant, els perceptes són inferències, no són fets visibles, sinó que es troben encoberts i, per tant, no són susceptibles de ser observats directament pel psicòleg. Així doncs, l'accés a l'estudi de la percepció es portarà a terme mitjançant el desenvolupament de tècniques que permetin accedir de forma indirecta al procés hipotètic de la percepció, mitjançant inferències realitzades a partir de dades objectives. Warm (1990) anomena *Operacions convergents* el procediment de decisió i el d'atribució del resultat d'un experiment a la percepció i no un altre procés diferent.

b) Marcs explicatius: hi hauria, bàsicament, tres aspectes que s'han de tenir en compte. En primer lloc, els enfocaments moleculars i els enfocaments molars. Es refereix a l'aspecte reduccionista que implica el nivell d'explicació de la percepció, moltes vegades reduït a causalitats fisiològiques, les quals, per molts, constitueixen el nivell adient d'explicació. Aplicat en el camp de la comunicació i més concretament del llenguatge, l'anàlisi molecular implicaria una descomposició per a realitzar la seva anàlisi (per exemple en unitats fonètiques), mentre que l'anàlisi molar del llenguatge implicaria l'estudi d'unitats de comportament amb sentit comunicatiu (Aranguren 1975: 15). En aquest punt, Warm (1990) es pronuncia clarament en afirmar que, si el que volem és comprendre com funciona el sistema perceptiu, el que haurem de fer és adreçar-nos a fonts d'explicació no fisiològiques. Per tant, es pot explicar realment la conducta en el pla molar reduint-la a un de molecular? Un enfocament alternatiu per

tal d'entendre la percepció consisteix, per tant, a buscar explicacions teòriques de nivell purament psicològic. Warm és partidari, clarament, d'arribar a la comprensió dels fenòmens perceptius en termes de tipus d'operacions psicològiques que li són inherents.

En segon lloc, cal parlar d'estructuralisme, psicologia de la *Gestalt* i conductisme. I cal esmentar-los perquè l'estructuralisme es va fundar com a ciència experimental a finals del segle XIX i, va adoptar, d'entrada, els preceptes estructuralistes de les ciències físiques que eren dominants en aquell moment. A inicis del segle XX la psicologia de la *Gestalt* i el conductisme van desafiar –uso paraules del mateix Warm– l'enfocament estructuralista per diversos motius.

Pel que fa a la psicologia de la *Gestalt*, els seus representants van estudiar la percepció en funció de la seva organització inherent i de les seves propietats de configuració, i, per a fer-ho, van reunir una gran quantitat de proves per demostrar que els fets psicològics en general, i els perceptius en particular, s'havien d'entendre en termes de naturalesa holística, perquè descompondre'ls en elements destruïa el seu significat essencial: “el tot és més gran que la suma de les parts”. Com els estructuralistes, els psicòlegs de la *Gestalt* utilitzaven l'experiència subjectiva a mode d'observació fenomenològica, que centra el seu interès en la manera com es veuen les coses, no en què les compon.

John Watson, fundador, del conductisme va rebutjar els enfocaments estructuralistes i els de la *Gestalt*. Watson mantenia que la introspecció i l'observació fenomenològica eren mentals i, per tant, no científiques. Les dades de la psicologia havien de ser objectives per tal de sotmetre-les a examen i verificació. Per tant, l'èmfasi metodològic s'havia de dirigir a totes les branques de la psicologia, en els estímuls i en les respostes observables. Aquesta postura va resultar dominant en la psicologia americana.

En tercer lloc, cal parlar del procés de processament de la informació, el qual té el seu origen en la necessitat de comprendre les complexes habilitats perceptives que intervenen a l'operar amb complicats sistemes home-màquina i en el desenvolupament de l'enginyeria de la comunicació i dels ordinadors.

L'enfocament del processament de la informació aplicat a la percepció manté l'existència d'un sistema de capacitat limitada que processa la informació en termes d'una seqüència d'operacions que es desenvolupa en diverses fases. Fa l'èmfasi en la manera com es codifiquen, emmagatzemen i utilitzen els estímuls, i tracta d'analitzar la interacció entre els subsistemes del procés perceptiu i entre la percepció i altres processos com l'aprenentatge i la memòria (Warm 1990: 32).

Ara és moment, però, de canalitzar l'aprofundiment específic de la percepció de l'espai, i més concretament del paisatge, objecte i interès d'aquest treball de recerca. En aquest sentit, Sánchez (1986) assenyala que, en matèria de percepció de l'espai, cal esmentar l'aportació de tres científics alemanys en el segle XIX, els quals, d'alguna manera, van fixar les bases sistemàtiques sobre percepció de l'espai:

1) Rudolf Lotze (1817-1881): va crear la teoria dels signes locals, segons la qual percebem l'espai en virtut d'una capacitat original específica, però no de forma directa, sinó a partir de senyals o d'indicadors sensorials (tàctils, visuals, auditius) que per ells mateixos no són espacials.

2) Edwald Hering (1834-1918): va acollir la teoria de les senyals de Lotze, però ho va afegir una interpretació innatista o nativista. Va atribuir a la retina una capacitat original de respondre de forma específica amb senyals locals monoculars d'alçada, amplada i profunditat, relacionades amb les propietats reals dels estímuls, els senyals binoculars i els senyals

cinestèsics dels músculs de l'ull; tot i que li concedia un paper important a l'aprenentatge quant a diferenciació de les intensitats dels estímuls.

3) Herman L. F. Von Helmholtz (1821-1894): va modificar la teoria de Lotze en el sentit de considerar la percepció del espai no com una "característica inherent a la ment", sinó com un procés "d'inferència inconscient" dependent de l'experiència de les senyals locals.

Així doncs, els fenòmens de l'espacialitat no només es troben condicionats pel sentit de la vista, sinó que l'oïda i també la dels receptors tàctils i cinestèsics així com el sentit vestibular o sensibilitat estàtica o sentit gravitacional condicionen la nostra percepció d'un espai determinat.

Si seguim a Forgas i Melamed a la seva obra *Percepción, estudio del desarrollo cognoscitivo* (1989), en el capítol que es refereix, específicament, a la percepció espacial, assenyalen que la percepció de l'espai pot dividir-se en dues grans àrees:

- a) L'espai bidimensional: localització de variables a l'esquerra o a la dreta a dalt o a baix.
- b) L'espai tridimensional: també podem percebre si l'objecte es troba lluny o proper al llarg de la línia de visió. Aquest aspecte representa la tercera dimensió de la percepció.

La fenomenologia de la percepció de Merleau-Ponty manté nombroses afinitats amb la fenomenologia de Husserl, en el sentit de prioritzar una perspectiva que enforteixi la intuïció i la vivència per damunt de l'anàlisi i l'explicació. Així les coses, la fenomenologia de la percepció, segons Merleau-Ponty (1997), ha d'explicar de l'espai, del temps i del món viscut mitjançant un exercici de descripció directa de la nostra experiència, tal com aquesta es produeix, sense cap consideració i/o interpretació possible,

d'acord amb un dels preceptes principals de la fenomenologia, que assenyala la necessitat de realitzar una anàlisi intuïtiva dels objectes, tal com es produeixen en la consciència cognoscent, prioritant l'experiència i allò experimentat.

#### *4.2.1. La teoria de la dissonància cognoscitiva*

Tal com assenyala Rodrigo Alsina (2001: 52), la figura de Leon Festinger i la seva teoria de la dissonància cognoscitiva (1957), representa, per a la comunicació intrapersonal, una de les aportacions més fructíferes quant a l'estudi i la consolidació de la tipologia de comunicació intrapersonal com a variable autònoma de comunicació humana. En aquest sentit, es considera pertinent fer una introspecció cap a l'esmentada teoria d'aquest psicòleg social nord-americà.

En opinió de Mauro Wolf (1987: 173), la teoria de la dissonància cognoscitiva afirma que la copresència de coneixements contradictoris entre ells i dissonants produeix discordança cognoscitiva, cosa que fa sorgir en el subjecte la motivació de resoldre la mateixa dissonança, tractant d'establir un estat d'equilibri. Entre les dues components contradictòries es tendeix a eliminar o a transformar el menys central, menys important per l'individu, o menys general.

El propi Festinger (1975: 13) inicia la seva obra *Teoría de la disonancia cognoscitiva* en el capítol primer amb les següents paraules: "(...) El que és una veritat innegable és que les opinions i les actituds d'una persona són consonants les unes amb les altres. (...) Una vegada més, el que atrau el nostre interès són les excepcions i no la conducta normal.

La dissonància entre opinions i actituds, Festinger les anomena "inconsistències", el qual cosa acaba substituïnt per "dissonància", mentre que les "consistències" passa a anomenar-les com a "consonàncies".

Festinger parteix de dues hipòtesis bàsiques (1975: 15):

- 1) L'existència de la dissonància, entenent que és psicològicament incòmode, fa que la persona tracti de reduir-la per aconseguir així la consonància.
- 2) Quan la dissonància és present, a banda d'intentar reduir-la, la persona evita activament les situacions i informacions que podrien augmentar-la.

En aquest sentit, Festinger pretén demostrar que la dissonància, o el que és el mateix, l'existència de relacions entre cognicions que no concorden, és un factor de la motivació, i ho és per dret propi. Per "cognició", entén qualsevol coneixement, opinió o creença sobre el medi, sobre un mateix o sobre la seva conducta. Per tant, la dissonància cognoscitiva es planteja com a objectiu prioritari la reducció, en la mesura del possible, de la dissonància, de la mateixa manera que la fam ens porta a un seguit d'actes que s'orienten a solucionar aquesta situació de fam (en paraules del propi Festinger).

Per tant, la dissonància intenta explicar perquè es produeix aquest efecte contradictori i/o paradoxal de pensar o creure en determinats arguments i, en canvi, actuar de forma completament diferent al que el pensament o les nostres creences ens dicten. Festinger, en aquest punt, diu (1975: 18): "Hi ha poques coses que siguin completament blanques o negres; poques situacions tenen perfils suficientment clars com perquè les opinions i les conductes no siguin, fins a cert punt, una barreja de contradiccions".

Festinger utilitza un exemple paradigmàtic en relació amb la "inconsistència" entre allò que pensem i com actuem: sabem que fumar perjudica seriosament la salut, però part de la societat continua fumant.

Com s'explica aquesta dissonància cognoscitiva? Quines possibilitats d'acció té el subjecte davant d'aquest escenari que es planteja?

Festinger assenyala que en aquest cas es poden produir dues possibles reaccions:

- 1) El canvi cognitiu portarà al subjecte a deixar de fumar i, en cas de que ja no fumi, la cognició del que fa anirà de la mà amb el coneixement de que fumar és perjudicial.
  
- 2) Introduirà variables de coneixement sobre els efectes de fumar. La persona es pot arribar a autoconvèncer que fumar no és nociu per l'organisme o bé pot adquirir tanta informació sobre els efectes beneficiosos del tabac, que els seus efectes perniciosos quedin minimitzats. Per tant, si l'individu se les pot arreglar per canviar el seu coneixement, haurà reduït o fins i tot eliminat la dissonància entre el que fa i el que sap. És, en certa manera, una forma d'autoenganyar-se en l'intent de justificació d'una acció que no concorda amb el pensament (l'afegit final és d'elaboració pròpia).

Ovejero (1993: 187) assenyala que el punt central de la teoria de la dissonància cognoscitiva de Festinger es troba en que l'existència de dissonància és quelcom profundament motivador, ja que convida a l'individu que es troba en estat de dissonància a eliminar o reduir aquesta dissonància mitjançant diversos procediments especificats per la pròpia teoria de la dissonància cognoscitiva. A banda, s'imposa la idea que la gent se sent més còmode amb les cognicions consistents que no pas amb les inconsistentes.

La gent, per tant, assenyala Ovejero (1993), no només és racional, sinó que, a més, és racionalitzadora en la línia del que assenyalava Freud: "volem que les nostres actituds i les nostres creences recolzin més que no pas contradiguin la nostra conducta i desitgem que les nostres cognicions siguin mútuament reforçants i formin un sistema coherent".



En efecte, ens trobem davant d'una teoria de la consistència que, no obstant això, difereix en alguns punts de la resta de teories que van en aquest sentit. En concret, la diferència rau en la diferenciació que Festinger fa del conflicte cognitiu abans i després de la presa d'una decisió i, especialment, en l'anàlisi del procés postdesicional. Festinger assenyala que el fet d'haver de decidir suposa un conflicte fins a cert punt objectiu: l'individu es troba davant d'una alternativa i considera imparcialment el seu atractiu. En canvi, en prendre una decisió apareix la dissonància que és un conflicte molt diferent, perquè les creences sobre allò escollit s'oposen a les creences sobre allò no escollit, el que genera pressions per reduir aquesta dissonància que augmenta l'atractiu de l'alternativa escollida, sobrevalorant els aspectes consonants i infravalorant els dissonants, o sigui, sobrevalorant els aspectes positius de la alternativa escollida i els negatius de l'alternativa no escollida, així com infravalorant els aspectes negatius de l'alternativa escollida i els positius de la no escollida. Representa, en certa manera, l'habilitació d'un mecanisme d'autoconvenciment. Per tant, si una decisió no ens resulta suficientment gratificant, modificarem les nostres creences per tal que aquesta mateixa decisió sigui o almenys sembli gratificadora.

La teoria de la dissonància cognoscitiva és reconeguda actualment com la més creativa contribució de Festinger després de les seves aportacions *Teoria de la comunicació social informal* (1950) i *Teoria de la comparació social* (1950).

No obstant això, la teoria de Festinger ha estat sotmesa, també, a nombroses crítiques, sobretot per la banda de les limitacions que presenta: vaguetat de conceptes, excessives generalitzacions i un escàs rigor metodològic en les seves aplicacions experimentals.

Ovejero (1993) assegura que la teoria de la dissonància cognoscitiva de Festinger es manté en la màxima actualitat a causa de tres causes fonamentals: l'emergència del cognitivisme, el caràcter motivador de la teoria de la dissonància i la lectura sociològica actual de la mateixa teoria de la dissonància.

#### *4.3. La psicologia conductista i el conductisme*

Jean Bélanger a la seva obra *Imágenes y realidades del conductismo* (1999) explica, d'entrada, les contradiccions de definició a les quals es troba sotmès el terme conductisme o behaviorisme. Per exemple, en filosofia, s'ha confós, sovint, les filosofies conductistes amb la psicologia conductista.

Bélanger afirma que, per arribar a establir un consens de definició per al terme *conductisme* o, si es vol, per arribar a diferenciar els psicòlegs conductistes dels que no ho són, cal acceptar quatre enunciats fonamentals (1999: 16):

- a) Objecte: l'objecte d'estudi de la psicologia conductista és la conducta, animal i humana.
- b) Objectiu: el seu objectiu és descriure, predir i manipular (*to control*) aquesta mateixa conducta.
- c) Mètode: la seva metodologia no és especial, sinó la mateixa que la de totes les ciències de la naturalesa, físiques o biològiques.
- d) Tesi: per tal d'explicar la conducta, una teoria conductista tan sols té en compte tres categories de fenòmens: la situació, la resposta i l'organisme.

El que caracteritza el conductisme és la seva voluntat pràctica, aplicada, concreta, elaborada a partir de predicció i manipulació. La psicologia conductista, doncs, s'explica en termes de (Bélanger 1999: 26 a 30):

- 1) Conducta: la noció de conducta implica, doncs, dues condicions fonamentals i necessàries per a l'aparició d'aquesta mateixa conducta: un estat o canvi fisiològic i una relació entre aquest estat o canvi i l'entorn exterior de l'organisme. La majoria de conductistes prioritza l'estudi de la interacció com a tal en detriment de l'estudi del mecanisme fisiològic o l'estructura molecular de la conducta.
- 2) Estímul o situació: el millor anàlisi de la noció d'estímul el va proposar Gibson (1960). L'estímul és tot succés físic manipulat per un experimentador i presentat a un subjecte.
- 3) Organisme: és un individu biològic. L'individu psicològic o la persona, tal i com l'estudien les teories de la personalitat, és una pura construcció teòrica. El canvi fisiològic, quant a conducta, pertany a l'àmbit del psicològic i biològic, mentre que l'organisme, en tant que biològic, pertany, únicament a l'àmbit biològic.

El conductisme manté una relació directa amb les anomenades "Teories de l'aprenentatge". És per això que el conductisme, behaviorisme o psicologia conductista situa la conducta i/o comportament humà com el seu objecte d'estudi principal. En aquest punt interessa, especialment, el que García-Madrigal i Vicén (1994: 24) qualifiquen com a "comportaments comunicatius" entesos com a ciència del comportament o teoria de la comunicació destinada a fonamentar l'estudi dels esmentats anteriorment "comportaments comunicatius", als quals cal atribuir les interaccions que recorren a actes expressius. També anomenen l'existència d'una ciència del comportament o teoria dels actes destinada a fonamentar l'estudi dels comportaments executius que l'influeixen. Existeix un important matís en els trets definitoris d'aquesta corrent psicològica. Skinner (1974: 13) parla de conductisme en termes de filosofia de la ciència del comportament humà. Així doncs, la ciència que estudia el comportament humà s'ocuparà, també, de l'estudi de la interacció de l'individu amb el seu context físic –un

tema que aquí interessa especialment- cobrint així les vessants d'anàlisi lingüísticocognitiva, emotivomotivacional i motorsensorial. En definitiva, interessa, doncs, les causes que originen la conducta humana així com esbrinar per què l'individu es comporta d'una o altra manera en funció dels estímuls que rep en un determinat context espacial.

Un dels primers teòrics del conductisme va ser John B. Watson –un clàssic del conductisme– qui, l'any 1913, va llançar una mena de manifest titulat “La psicologia tal com la veu un conductista”. En aquesta obra, Watson postulava la psicologia com la disciplina per excel·lència que s'havia d'ocupar de l'estudi del comportament. A la seva obra *El conductismo* Watson assenyala (1972: 23): “¿Per què no fer del que podem observar el vertader camp de la psicologia? Limitem-nos a allò observable i formulem lleis només relatives a aquestes coses. Ara bé: Què és el que podem observar? Podem observar la conducta, el que l'organisme fa o diu. I afanyem-nos a assenyalar que parlar és fer, això és, comportar-se. El parlar explícit o amb nosaltres mateixos (pensar) representa un tipus de conducta exactament tan objectiva com el beisbol.”

Un component important del conductisme es troba en l'emoció com a impuls i guia de la nostra conducta. Existeixen, en aquest sentit, diferents tipologies d'emocions, les grolleres: dolor, por, ira, amor i una llista d'emocions delicades, les quals s'agrupen sota sentiments morals, intel·lectuals i estètics.

B. F. Skinner –un dels representants més importants del conductisme– parla, obertament, de la influència que exerceix el medi ambient sobre el comportament de les persones. A la seva obra *Ciencia y conducta humana* (1969: 160 a 164) esmenta tres aspectes cabdals en el procés d'influència espai-individu:

- 1) Inducció: es refereix a l'extensió dels efectes a d'altres estímuls és el que s'anomena generalització (o inducció). El control adquirit per un estímulo és compartit per altres estímuls amb propietats comuns, o, altrament dit, el control és compartit per totes les propietats de l'estímul obtingudes per separat.
- 2) Discriminació: representa, en essència, l'exercici de prioritització d'uns atributs per damunt d'altres i, per extensió, també suposa l'extinció i/o l'eliminació d'aquells atributs que no resulten escollits en el procés de tria de l'individu.
- 3) Abstracció: la conducta es pot sotmetre al control d'una sola propietat o d'una combinació especial de propietats d'un estímulo, al mateix temps que s'allibera del control de totes les altres propietats.

Per altra banda, Skinner a la seva obra *Reflexiones sobre conductismo y sociedad* (1981) assenyala que hi ha dues formes de conèixer una persona. La primera, prioritza l'anàlisi de la persona com a tal, o com serà en el futur, d'aquest aspecte se n'ocupen corrents de pensament tals com la fenomenologia, l'existencialisme o l'estructuralisme. La segona manera de conèixer una persona és per la seva acció, és a dir, pel que fa. S'explica la manera com es comporta una persona, dirigint-nos al medi ambient més que no pas a estats o activitats internes. Un membre de l'espècie humana està exposat al llarg de la seva vida, a una altra part d'aquest medi ambient, del qual obté un repertori de conducta que transforma l'organisme, amb una dotació genètica, en una persona (1981: 56).

#### 4.4. La psicologia de la Gestalt

Kurt Koffka (1935), un dels més reconeguts psicòlegs de la *Gestalt* o de la forma, va formular una interessant pregunta a partir de la qual va contribuir a l'avenç de la investigació científica d'aquesta vessant concreta de la psicologia: "Per què les coses semblen el que són?" La resposta immediata seria: "Perquè són el que són". La imprecisió i inexactitud d'aquesta resposta va provocar un avenç extraordinari en l'estudi de la psicologia de la *Gestalt*.

Mentre Watson –considerat fundador del conductisme– reaccionava contra l'estructuralisme i el funcionalisme amb una proposta de psicologia conductista, a Alemanya també sorgia una alternativa a l'estructuralisme denominada psicologia de la *Gestalt*. Consistia, essencialment, a descriure fenòmens que no podien explicar-se mitjançant el reduccionisme estructuralista, ni per mecanicisme associatiu. En oposició al conductisme, la psicologia de la *Gestalt* no negava la legitimitat de la consciència com a objecte d'estudi de la psicologia, sinó que s'oposava a l'anàlisi de l'experiència en els seus elements constituents (González Labra 2001: 25).

Seguint a González Labra (2001) ens adonem que la *Gestalt* defensava el fenomen psicològic com un tot i, per tant, s'oposava a la seva descomposició en elements més simples, defensant que el tot és una experiència qualitativament diferent del conjunt de parts més simples. Així doncs, la psicologia de la *Gestalt* es mostrava contrària a la síntesi aperceptiva de Wundt i a l'estructuralisme que pretenien analitzar les entitats complexes a partir dels seus elements constituents, els psicòlegs de la *Gestalt* es van preocupar de la naturalesa del pensament des d'una orientació fenomenològica. L'experiència, per tant, s'havia de descriure tal com apareixia, ja que el tot disposa de les seves pròpies lleis.

Per tant, González Labra conclou que la psicologia de la *Gestalt* va treballar principalment sobre la percepció i la solució de problemes. En aquest context, Wertheimer (1945) va proposar la distinció entre pensament reproductiu i pensament productiu. El pensament reproductiu es basa en la simple reproducció mecànica i cega, mentre que el pensament productiu requereix un procés denominat *insight* (Köhler, 1917), que es caracteritza pel tancament del camp psicològic en el que tots els elements es reuneixen per formar una reestructuració global.

La *Gestalt*, doncs, té una importància decisiva en els estudis globals de percepció, definint, també, una sèrie de principis d'organització perceptiva que permeten captar les totalitats o *Gestalts*. En aquest sentit apareixen dues lleis (Valera, Pol i Vidal a *Psicología ambiental. Elementos básicos* [versió en línia]):

a) Llei de la figura-fons: el procés perceptiu remet a un mecanisme bàsic segons el qual tendim a focalitzar la nostra atenció sobre un objecte o determinat grup d'objectes, destacant-los de la resta d'objectes que ens envolten

b) Llei de la bona forma: remet a un principi d'organització dels elements que componen una experiència perceptiva que els *gestaltistes* anomenaren *Pregnància (Prägnanz)*. Aquest mecanisme permet reduir possibles ambigüitats o efectes distorsionadors, buscant sempre la forma més simple o la més consistent. En definitiva, permet veure els elements com a unitats significatives i coherents. Així les coses, la *Gestalt* assenyala que la forma percebuda és una propietat emergent que no és intrínseca dels components d'un objecte (Rock i Palmer, 1990). A la percepció hi ha més coses de les que són a l'abast dels sentits. La llei de la bona forma es regeix per uns principis bàsics: proximitat, semblança, continuïtat i tancament.

Els principis de la *Gestalt* reflecteixen els pressupostos raonables que un sistema visual pot fer respecte del món dels objectes. El problema d'agrupar els elements en una imatge que constitueix parts d'un objecte pot resultar més fàcil tenint en compte alguns fets simples (Banyard *et al.*1995: 157):

- a) És probable que els elements que estan molt junts formin part d'un objecte perquè la matèria és per naturalesa cohesiva.
- b) És probable que interrupcions en les formes, les línies i les corbes simples siguin causades perquè els objectes més pròxims oculten els més allunyats.
- c) És probable que elements similars es mantinguin junts perquè les superfícies dels objectes naturals tenen textures regulars.

Köhler afirma (1929: 193) –citada per Humphrey (1973: 163): “Vet aquí el concepte més general de la *gestalttheorie*: on sigui que un procés es distribueix i es regula dinàmicament determinat per la situació concreta en un camp total, es diu que el procés segueix els principis de la *gestalttheorie*. Per tant, els principis d'aprenentatge, reproducció de l'esforç, de l'actitud emocional, del pensament, de l'acció i molts més, són susceptibles d'estudi com a temes de la *gestalttheorie*, en la mesura que no es componen d'elements independents, sinó que són determinats com un tot”.

Les lleis de la *Gestalt* proporcionen idees sobre les suposicions en relació amb el món sobre les que es basa la nostra percepció visual, però no ens diu com processa el cervell la informació procedent de la imatge retiniana per tal d'organitzar-la en objectes independents. Els experiments que demostren que les formes globals de les imatges s'analitzen *abans* que els elements detallats de què es componen han abocat certa llum sobre aquest problema.



Per la seva banda, Palmer (1977) va demostrar que l'anàlisi d'una forma visual es produeix d'una forma jeràrquica, començant per la configuració global i baixant fins els seus elements bàsics.

Marr (1982) va demostrar com es podien usar els principis de la *Gestalt* en un programa de reconeixement d'imatges i va mostrar importants estructures ocultes en el cúmul de dades que constitueixen les imatges naturals a la nostra disposició.

Maria de Bolós (1992: 213) assenyala que per tal de realitzar una valoració rigorosa del paisatge cal tenir en compte els aspectes relacionats amb l'exercici de la sensibilitat humana, d'ordre estètic i psicològic. En aquest sentit, assegura, que, històricament, els aspectes relacionats amb el paisatge de perfil no estrictament físic o inventariable –“atributs escènics” en paraules de Bolós–havien estat exclosos de l'estudi integral del paisatge per la dificultat de tractament i representació que presentaven.

La incorporació del tractament perceptiu del paisatge va requerir de la presa en consideració, entre d'altres, d'aspectes relacionats amb la psicologia de la forma o *Gestalt*. Seguint a Bolós, aquesta teoria psicològica de l'aprenentatge defineix la *Gestalt* a mode de complex difús de percepcions que poden ser gradualment diferenciades en continguts significants. El procés d'aprenentatge es completa amb la reestructuració d'aquestes parts diferenciades formant una estructura significant.

En opinió de la mateixa autora, la psicologia de la *Gestalt* aplicada a l'estudi del paisatge suposa un esforç més per a incorporar els sentiments que suscita el paisatge més enllà de l'estudi del seu contingut (l'autora entén el terme “contingut” com tots aquells aspectes d'anàlisi del paisatge que no inclou els seus “atributs escènics. L'autora assenyala que és imprescindible combinar l'estudi dels “atributs escènics” amb els aspectes de “contingut” del paisatge, en un intent de reflectir el paisatge “sentit” per l'home.

Fernández (1995: 1) assenyala que “la psicologia de la *Gestalt* ens ha ensenyat a pensar la importància de la figura, del seu reconeixement, en el procés descriptiu (...) No pot estranyar-nos, per tant, que les teories cognitives de la percepció incorporin, en el seu punt de partida, els pressupostos gestáltics: sens dubte, tot procés perceptiu, i aquesta és l’aportació, és un procés de processament que condueix a la identificació de patrons perceptius, però aquests patrons, permeten, precisament, identificar figures, reconèixer, en el *continuum* estimular, configuracions discretes, aïllables” (...).

Quan la psicologia de la *Gestalt* va emigrar als Estats Units cap a finals de la Segona Guerra Mundial es va trobar amb una psicologia dominada pel conductisme en la qual no prosperaren ni la seva teoria ni les seves investigacions. Aquesta teoria s’oposava al conductisme i el seu interès no se centrava tant en la predicció de la conducta com en la descripció dels fenòmens psicològics.

La psicologia de la *Gestalt* va mantenir una metodologia de treball que podria rebre el qualificatiu d’eclèctica, atès que usava dades quantitatives i qualitatives indistintament. De tota manera, es reconeix que la *Gestalt* va exercir algun tipus d’influència sobre precursors del conductisme com Tolman i, sobretot, en el que posteriorment es constituiria com la nova psicologia cognitiva. Alguns consideren que la psicologia de la *Gestalt* va ser precursora de la psicologia cognitiva en el sentit de perfilar els dominis d’investigació que posteriorment s’explorarien amb una nova metodologia (González Labra 2001: 27).

En definitiva, la psicologia de la *Gestalt* va aportar un gra de sorra fonamental a la consideració global del procés perceptiu i, per tant, a la consideració holística de l’entorn percebut, herència que ha estat recollida per la psicologia ambiental. També va introduir la idea que els individus són

agents actius estructuradors de l'entorn i, per tant, hi ha processos interns que fan de mediadors entre el món dels estímuls i la nostra experiència sobre aquests. Tot plegat, que en un primer moment anava en sentit contrari a la tradició conductista imperant, va ser recuperat pel cognitivisme (Valera, Pol i Vidal a *Psicología ambiental. Elementos básicos* ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008] ).

#### *4.5. La psicologia ambiental*

Des del punt de vista dels psicòlegs ambientals existeix un axioma fonamental que dota de sentit l'estudi d'aquesta variant específica de la psicologia. Es tracta del precepte que assenyalava que qualsevol conducta –jo afegeixo: i, per tant, qualsevol tipus de comunicació– es produeix, sempre i necessàriament, en un context ambiental.

De tota manera, Sergi Valera, Enric Pol i Tomeu Vidal ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008]) tres dels investigadors més destacats a l'estat espanyol en matèria de psicologia ambiental– coincideixen en assenyalar que l'objecte d'estudi característic de la psicologia ambiental és la interacció entre les persones i els seus entorns, on aquestes interaccions s'emmarquen en un context social (o d'interacció social) per la qual cosa els “productes” d'aquesta interacció entre persona i entorn (incloen-t'hi a la pròpia persona i a l'entorn) s'han de considerar, abans de res, com a productes “psico-sòcio-ambientals”. Per tot plegat, la definició d'un espai sociofísic constituirà l'objecte d'estudi característic de la psicologia ambiental.

En termes estrictes, Valera, Pol i Vidal ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008]) proposen la següent definició per la

psicologia ambiental: “disciplina que té per objecte l’estudi i la comprensió dels processos psicosocials que es deriven de les relacions, interaccions i transaccions entre les persones, grups socials o comunitats i els seus entorns sòciofísics. Com a disciplina científica comparteix amb altres disciplines un camp d’estudi comú configurat pel conjunt de fenòmens que impliquen directament a les persones amb els seus entorns”.

No obstant això, i al llarg dels temps, han aparegut diverses definicions de psicologia ambiental:

- a) “Estudi de l’escenari físic de la conducta molar” (Craik, 1970)
- b) “Intent d’establir relacions empíriques i teòriques sobre la conducta i l’experiència de la persona i el seu ambient contruït”. (Proshansky, 1976)
- c) “Àrea de la psicologia que centra els seus esforços investigadors en la interrelació de l’ambient físic amb la conducta i l’experiència humana” (Holahan, 1982)
- d) “Estudi de la conducta i el benestar humà en relació amb l’ambient sòciofísic” (Stokols i Altman, 1987)
- e) “Ciència que estudia les interaccions i relacions entre la persona i el seu ambient” (Prohansky, 1990)
- f) “Ciència de la conducta multidisciplinària, amb orientació bàsica i aplicada que s’ocupa de les relacions sistèmiques entre l’ambient físic i social i la conducta i experiència humana individual” (Veitch i Arkkelin, 1995)
- g) “Estudi de les relacions molars entre la conducta i l’experiència i els ambients construïts i naturals” (Bell, Greene, Fisher i Baum, 2001)

En efecte, la psicologia ambiental, per les nombroses variables d'estudi que aglutina, presenta, clarament, un perfil interdisciplinari. En aquest context, la recerca de les vinculacions que s'estableixen entre la pròpia psicologia ambiental, la geografia humana o les ciències de la comunicació situen perfectament l'interès fonamental del present treball de recerca de doctorat.

Enric Pol (1981: 18) assenyala: (...) "El medi ambient i l'objecte com a part del medi ambient (casa, cadira, etc.) no és quelcom que implica iguals reaccions, sinó que es quelcom que "intercomunica" els cossos humans i els grups socials, i els països entre ells, posant al descobert els desitjos de cadascú i les raons de la seva existència".

Un cop situat l'objecte d'estudi de la psicologia ambiental, cal destacar que, al seu voltant, s'han desplegat diverses perspectives a partir de les quals s'ha afrontat l'estudi de les vinculacions entre les persones i els seus entorns. Són les següents (Valera, Pol i Vidal a ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008]):

a) Perspectiva individualista o del tret (*trait perspective*): és la que menys implicacions presenta amb el present treball de recerca. L'unitat d'anàlisi se centra en la persona i en els seus processos psicològics, característiques cognitives i trets de personalitat. Per tant, està més centrada en las característiques psicològiques personal més que no pas en els contextos físics o socials.

b) Perspectiva interaccionista: considera la persona i l'entorn com a unitats separades amb interaccions mútues. L'unitat d'anàlisi, en aquest cas, seria "la persona i l'entorn" i el seu objectiu és la recerca de relacions causa-efecte entre variables, per tal d'estudiar un fenomen mitjançant un sistema associatiu d'antecedents i conseqüents orientat a la predicció i control de la

conducta i els processos psicològics. Gran part de la investigació en psicologia ambiental se situa en aquesta perspectiva. La filosofia de la ciència s'adhereix a aquesta concepció i, per tant, el positivisme ha estat predominant en psicologia.

c) Perspectiva organísmica, organicista o sistèmica: consideració holística de la persona i de l'entorn (considerats com un "tot"). Es defineixem com a elements dins d'un sistema integrat amb interaccions entre les parts. Prioritat de la concepció molar per damunt de la molecular. "El tot és més que la suma de les parts". La comprensió d'un fenomen psicoambiental passa per descobrir les lleis que regeixen i dirigeixen el funcionament del sistema com a unitat global i no mitjançant un procés d'anàlisi d'interaccions aïllades.

Wapner (1981) defineix les característiques principals d'aquesta aproximació:

- 1) La unitat d'anàlisi és la persona -en -l'entorn entès com a sistema integrat per diferents nivells (biològic, psicològic, sòcio-cultural).
- 2) L'organisme es relaciona activament amb l'entorn en termes d'objectius i finalitats.
- 3) Aquestes relacions inclouen aspectes, cognitius, afectius i valoratius.
- 4) Aquest sistema opera en dinàmic equilibri orientat cap a objectius a curt o mig termini.
- 5) El grau de desenvolupament d'un sistema (principi ortogenètic) depèn del grau en què les parts del sistema, el seu significat i finalitats es trobin jeràrquicament ordenades i integrades en ell.

d) Perspectiva transaccionalista o contextual: implica l'estudi de les relacions canviants entre els aspectes psicològics i ambientals de les unitats holístiques (Altman y Rogoff, 1987: 24), citat per Valera, Pol i Vidal.

Per tant, i a diferència de l'anterior perspectiva, el tot no es compon d'elements separats, sinó que es tracta d'una "confluència" de factors inseparables que depenen uns dels altres per a la seva definició i significat. L'investigar, en aquest context, adopta un paper rellevant. Per tant, aquesta aproximació parteix de cinc premises bàsiques:

- 1) La unitat d'anàlisi és la persona en l'entorn.
- 2) Tant persona com entorn es defineixen dinàmicament i es transformen mútuament al llarg del temps, com dos aspectes d'una unitat global.
- 3) L'estabilitat i el canvi coexisteixen contínuament.
- 4) La direcció del canvi és emergent, no establerta *a priori*.
- 5) Planteja noves configuracions persona-entorn.

En relació amb les característiques específiques que defineixen la psicologia ambiental es podria parlar de:

- 1) Reciprocitat conducta-entorn: els efectes entre l'ambient i la conducta es consideren bidireccionals i recíprocs.
- 2) Entorn sociofísic: àmbit sobre el que es centra l'objecte d'estudi de la psicologia ambiental. Són motiu d'interès les propietats físiques i socials de l'ambient. La tendència és la de diferenciar entre percepció ambiental, cognició ambiental, significat ambiental, actituds ambientals i avaluació/valoració ambiental.
- 3) Entorn natural i construït: a banda de parar l'atenció a espais tradicionalment construïts també s'ha parat atenció als recursos i espais naturals.
- 4) Perspectiva holística: estudi de l'ambient en el seu conjunt, en oposició a la visió atomista que analitza l'ambient en unitats mol·leculars.
- 5) Orientació aplicada: disciplina amb clara vocació de *praxi*.

- 6) Interdisciplinarietat: trobada amb moltes d'altres disciplines.
- 7) Metodologia eclèctica: amb empremtes clarament posmodernistes. Accepta el més variats procediments d'investigació.

Així les coses, i seguint de nou a Valera, Pol i Vidal, la psicologia ambiental s'ocupa de la relació entre els aspectes de l'espai físic i la conducta espacial; de l'adaptació de les persones a les variables ambientals; del coneixement ambiental; de l'avaluació de l'ambient; de l'estudi de grups específics de població i de l'estudi d'entorns físics i socials específics.

En relació amb les orientacions teòriques que ha adoptat la psicologia ambiental Jiménez (1986: 29) n'assenyala quatre:

- a) Orientació cognitiva: copsada i materialitzada en bona part pels mapes cognitius, que es constitueixen com el més clar exemple d'investigació d'aquesta orientació.
- b) Orientació conductual: d'exploració de la conducta humana, de la interacció entre la conducta de l'individu i el seu ambient.
- c) Orientació fenomenològica: Seamon (1982) ha establert les bases fonamentals del tractament fenomenològic de la psicologia ambiental. En essència, representa l'actitud per veure els fenòmens en sí mateixos, deslliurats de preconceptes o teories prèvies. La fenomenologia descriu, qualitativament, mitjançant una visió empàtica, les dimensions de la conducta i l'experiència. La fenomenologia busca dins d'allò concret o ideal, allò típic o essencial dels fenòmens. Es tracta de no explicar les relacions causa-efecte, sinó de comprendre l'experiència. Per tant, són tres les àrees més destacades del tractament fenomenològic de la psicologia ambiental: 1) la naturalesa de l'experiència humana en la seva relació amb el medi ambient físic; 2) la naturalesa del món geogràfic, incorporant un element de



significació humana (espai viscut, paisatge i lloc) –que és l'enfocament prioritari en aquest treball de recerca de doctorat– i 3) l'estudi fenomenològic de la naturalesa persona-ambient en termes de ser-en-el-món. La fenomenologia s'aplica a l'estudi de la psicologia ambiental per mitjà de dues variables: aspectes de l'experiència i conducta ambientals i la relació persona-ambient observant com la persona és inseparable del seu món.

d) La psicologia ecològica: aquesta orientació es troba fortament vinculada a l'obra de R.G. Barker i A.W. Wicker. En essència, representa l'estudi de les relacions interdependents entre les accions de la persona dirigida a una meta i els escenaris de conducta en què s'esdevenen aquestes accions (en paraules del propi Wicker, 1979).

Una vegada presentades les bases de la disciplina, a partir de la literatura escrita al respecte per Sergi Valera, Enric Pol i Tomeu Vidal a *Psicología ambiental. Elementos básicos* ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008] cal traslladar el focus d'atenció cap a dos aspectes cabdals dels quals té la intenció d'ocupar-se aquest treball de recerca de doctorat. Interessa especialment el coneixement específic de la percepció ambiental, la cognició i significats ambientals, les actituds i valoracions ambientals així com els processos d'apropiació de l'espai.

#### *4.5.1. La percepció ambiental*

En primer lloc, cal establir una clara diferència entre els termes “percepció” i “sensació”. La percepció és el procés mitjançant el qual s'organitza i interpreta la informació sensorial en unitats significatives o bé el procés psicològic mitjançant el qual les diverses sensacions s'organitzen i integren per formar un quadre coherent i significatiu de l'entorn o d'una part d'ell.

La sensació és el fenomen que fa referència a la manera com els nostres receptors sensorials i el sistema nerviós representen físicament el nostre ambient extern, Com a procés, els estímuls ambientals generen l'excitació de grups de receptors sensorials de la mateixa modalitat que, mitjançant la seva connexió amb el sistema nerviós central, aporten informació a l'organisme. (Valera, Pol i Vidal a *Psicología ambiental. Elementos básicos* a ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008]).

D'altra banda, la percepció ambiental es desdobla del concepte de percepció objectual a partir de les aportacions d'Ittelson –esmentat per Valera, Pol, i Vidal. Mentre la percepció objectual representa la clàssica concepció psicològica de la percepció, la percepció ambiental considera l'entorn de forma molar, holística, de manera que l'entorn pot ser concebut, pròpiament, com una unitat perceptiva. En els nivells d'investigació, la percepció objectual emfasitza la recerca de les propietats dels estímuls simples (lluminositat, color, forma, etc.), mentre que la percepció ambiental busca les escenes a gran escala a les quals atorga la consideració d'entitats globals. Així les coses, la recerca en percepció objectual concep l'individu que capta passivament els estímuls ambientals, es prioritza la reacció humana davant d'estímuls simples, mentre que la percepció ambiental estudia l'individu com un ser que forma part de l'entorn, que és mou en aquest com un element més i, per tant, el focus d'atenció es situa en l'estudi de les múltiples experiències ambientals que una persona pot tenir en relació amb el seu entorn ([a: <http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>, text en línia. Data de consulta: 22 de febrer de 2008] (Valera, Pol i Vidal [on-line])).

Les teories sobre la percepció ambiental parteixen d'alguns punts de vista comuns: a) consideració de la persona com un agent actiu, orientat i participatiu dins del procés perceptiu; b) consideració de l'entorn com a una unitat global sobre la qual s'estructuren els processos perceptius; c)

incorporació en més gran o més petit grau dels aspectes cognitius, interpretatius i valoratius dins de les teories sobre percepció ambiental. Per tant, es considera la percepció ambiental com un procés global, més enllà de la simple captació i estructuració estímul.

#### *4.5.2. Cognició i significat ambiental*

En opinió de Robert Beck (1978), la percepció de l'ambient requereix que l'individu interpreti els components físics i socials del camp d'estímul. En aquest sentit, assegura que la teoria del significat espacial abasta moltes disciplines. Requereix de la consideració de la filosofia i de la lògica de l'espai. Per resoldre els primers dubtes, Beck planteja la següent pregunta: L'espai és inherent o prové de l'experiència? L'autor respon que l'experiència espacial condueix, evidentment, a la diferenciació del significat espacial.

Beck afirma que el camp espacial és carregat de significats diferents en funció d'un individu en concret, així, les configuracions particulars del camp espacial poden esdevenir claus importants de la personalitat. També parla de l'existència de tres tipus bàsics d'espai (1978: 188):

- a) L'espai objectiu: és l'espai de la física i les matemàtiques, mesurat amb normes universals, al llarg de dimensions de distància, tamany, forma i volum
- b) L'espai del "jo": consisteix en les operacions realitzades pel "jo" per fer lògic l'espai objectiu. És l'adaptació de l'individu de l'espai observat a l'espai objectiu, per tal de produir una visió coherent i consistent lògicament de tamany, formes i distàncies
- c) L'espai immanent: és l'espai interior i el que genera més interès per al present treball de recerca de doctorat. És l'espai subjectiu, l'espai de l'inconscient, dels somnis, de la fantasia; inclou els estils i les orientacions

espacials de l'individu i els sistemes de notació espacials aferrats a cultures totals. Els sistemes personals de significat espacial poden aprofitar-se per sondejar el que l'individu percep de l'ambient.

En relació amb la funció i significat produïts en un ambient físic, Ruesch i Kees (1978: 194) assenyalen que les funcions de comunicació humanes serveixen per transmetre informació mitjançant les línies frontereres de l'organisme humà o l'organització del grup. Resolen, específicament, el problema de representació en el interior, en termes d'informació, els esdeveniments s'esdevenen a l'exterior d'un organisme o organització, així com el fet de projectar a l'exterior els esdeveniments que s'esdevenen a l'interior. Les funcions de comunicació, doncs, abasten:

- 1) La percepció, és a dir, la recepció de les senyals que entren.
- 2) L'avaluació, que implica també a la memòria i a la retenció d'experiències passades, així com la presa de decisions.
- 3) La transmissió i l'expressió d'informació.

Ruesch i Kees (1978) asseguren que l'especialista en comunicació s'interessa per les propietats simbòliques i referencials dels esdeveniments. Per tant, qualsevol acció posseeix propietats simbòliques i de representació d'algun altre esdeveniment.

Així les coses, les persones es comuniquen fent afirmacions (Ruesch, 1953) –citada per Ruesch i Kees. La moderna teoria de la comunicació considera la gestualitat, els moviments així com les accions pràctiques i adaptatives que posseeixen el valor de comunicació. Per comprovar la comunicació no verbal, escollim i ens limitem a les codificacions perceptibles visualment.

El significat ambiental s'obté quan revestim l'esquelet dels conceptes adquirits per la cultura amb la carn i la sang de la significació provinent de l'experiència directa. Així doncs, el significat és l'increment de coneixement

que resulta de l'acció: el canvi subtil del joc de matisos de la nostra imatge ambiental produïda per cada experiència única amb l'ambient. A partir d'aquí, es comença a crear un sistema personal de valors associat amb diverses regions del camp ambiental. Aquests valors personalitzats es troben íntimament lligats amb els significats ambientals. Stephen Carr (1978: 681) assenyala tres tipus de significats i valors: funcionals (la funció s'expressa per mitjà de signes), socials (rarament són evidents en la forma i no disposen de relació convencional amb la forma) i estètics (és una qualitat ambiental sobre la que hi ha molt poc acord).

Percebre i representar l'ambient, actuar en ell i revisar les conseqüències són processos mitjançant els quals creem el nostre personal "paisatge de la ment": el nostre propi "espai vital" que esdevé "paisatge vital".

Cal, arribats en aquest punt, establir diferències entre la percepció i la cognició ambiental. Mentre la percepció ambiental fa referència a processos derivats de la nostra experiència directa *in situ* amb l'entorn, la cognició ambiental es refereix a aquells processos que impliquen informació ambiental "no present" en el moment concret.

José Antonio Corraliza (1998) ha abordat extensament el tractament emocional de l'ambient entès, també, com a expressió de significat. En aquest context, l'espai físic esdevé significatiu per a l'individu. En efecte, Corraliza assenyala que l'estudi del significat de l'ambient implica analitzar la representació interna de l'organització espacial i dels elements significatius al voltant dels quals aquesta representació s'organitza. L'autor recorda que l'any 1977 Dows i Sea diferenciaven el coneixement locatiu, referit al coneixement sobre les dimensions de localització (ubicació, estimació de distàncies, etc) i el coneixement no locatiu que implica el que un ambient "és" per un subjecte. En aquesta segona variable és on s'emmarca l'estudi del significat ambiental.

Seguint Corraliza (1998: 59) ens trobem una definició més precisa del que implica la recerca del significat ambiental: “El significat de l’ambient és el conjunt de continguts que a un subjecte li possibiliten comprendre “què és per ell un lloc”. El primer nivell d’aquesta interacció global amb l’ambient és viscuda en termes de valoració personal, igualment global i de conjunt, de l’ambient”.

La interpretació de senyals de valor informatiu present en l’ambient, permeten al subjecte comprendre el lloc, i, en darrera instància, fixar el seu grau d’interès i implicació en aquest mateix ambient. En aquest punt Corraliza (1998: 60) sentència: “L’ambient, doncs, és format per un conjunt de senyals d’alt valor comunicatiu i informatiu”.

Els psicòlegs defineixen el significat de l’ambient com la resposta antecedent que es troba a la base d’altres respostes efectives com les accions o intencions d’acció. Així doncs, el procés d’atribució de significat és la base sobre la qual es conforma l’experiència emocional d’un lloc. “L’ambient és un territori emocional” deia Ittelson l’any 1973.

Gran part de l’experiència vital de l’individu es fixa i es conforma a llocs, espais, entorns emblemàtics o paisatges, de la mateixa manera que l’humus es va fixant i conforma el llit d’un riu (Corraliza, 1998). L’ésser humà, doncs, crea i influeix sobre l’ambient per, després, produir-se la situació en sentit contrari: l’ambient o una part del mateix influeix sobre la persona.

Segons Corraliza, existeixen tres orientacions bàsiques que fan referència a l’estudi del significat ambiental:

a) Anàlisi de la incidència dels processos culturals, socials, polítics, etc., en la construcció social del significat espacial. Així es troba l’orientació segons la qual l’estudi del significat té com a marc de referència l’anàlisi de l’experiència emocional d’un lloc. En aquest context, Little (1976) parla de

“l'experiència ambiental”: ambient com a font d'estimulació, ambient com a font d'informació i l'ambient com a àmbit per a l'acció.

b) Ambient considerat com un conjunt estructurat de senyals (fonts d'informació) que el subjecte ordena, emmagatzema i recupera en funció de les exigències que apareixen quan posa en marxa els seus plans i intencions.

c) Ambient com a escenari on el subjecte es desenvolupa (és una estructura-per- l'acció). L'estudi de mapes de conducta, guins i *scripts* han conduït a la perspectiva de la Psicologia Ecològica.

Existeixen algunes teories en relació amb l'atribució de determinats significats a l'ambient. N'hi ha una que assenyalava que l'estudi del significat presenta com a marc de referència els patrons perceptius que desencadenen l'experiència emocional del lloc. Una segona contribució analitza la incidència de processos socials, culturals, polítics, etc., en la construcció social del significat espacial.

Corraliza (1998) conclou afirmant que el procés de construcció de significat forma part del més global de percepció i interpretació de l'ambient. Implica el desenvolupament de diferents tasques perceptives, que es troben implicades, totes, en la gènesi del significat de l'ambient.

Pel que fa al terme *emoció*, Corraliza ens remet a la proposta de definició que Strongman llançava l'any 1987: “Es tracta d'una complexa sèrie d'interaccions entre factors objectius i subjectius, mediatitzats per l'activitat del sistema nerviós i hormonal que produeix l'aparició d'experiències afectives (sentiments com els d'activació, plaer/disgust), genera processos cognitius (...), activa extensos ajustaments fisiològics a les condicions d'estimulació i dirigeix l'acció”.

En relació amb l'enfocament de l'anàlisi de la relació que es produeix entre l'emoció i l'ambient, existeixen tres postures diferenciades: (Corraliza 1998: 63-70):

a) L'enfocament basat en la compatibilitat: subratlla l'avaluació del grau d'adequació de l'ambient a les necessitats de la persona, és a dir, la compatibilitat entre les possibilitats i recursos que ofereix l'ambient en relació amb les fites i intencions de cadascun dels subjectes. El model més conegut en aquest enfocament és el de Kaplan, el qual insisteix en la necessitat d'estudiar conjuntament l'activitat del subjecte, tant en funció de l'estimulació ambiental com de les característiques de l'ambient en funció de l'acció del propi subjecte. La incompatibilitat es produeix quan l'activitat intencional (d'origen intern) es veu dificultada per l'activitat necessària o requerida (d'origen ambiental). En aquesta contraposició bàsica es fonamenta la rellevància dels estudis sobre les dimensions efectives de la relació entre l'ambient i el funcionament del subjecte.

b) L'enfocament basat en les propietats col·latives: es basa en l'anàlisi de l'experiència emocional en funció de les propietats comparatives dels estímuls ambientals. En aquest tipus d'enfocament el que resulta decisiva és la relació que l'individu estableix amb l'estímul ambiental. Això significa que el subjecte valora emocionalment un espai en funció del tipus de relació que el subjecte tingui amb l'estímul o de la capacitat per detectar similituds o diferències amb d'altres estímuls. Aquest és el tipus d'enfocament que interessa en el present treball de recerca. Corraliza (1998: 66) utilitza el següent exemple per il·lustrar la vessant col·lativa de la relació emoció-ambient: "D'aquesta forma, el que fa atractiva la imatge d'un paisatge, per exemple, no són tant els continguts informacionals que s'hi troben presents, sinó el que paisatge significa per al subjecte. Així, per exemple, un paisatge desèrtic pot esdevenir un lloc molt atractiu si això suposa la possibilitat de conèixer aventures noves en un viatge que s'està programant i pel que suposa de relaxant i tranquil·litzador per un subjecte constantment obligat a



viure en un entorn tecnològic com és, en gran part, la vida a la ciutat moderna. El que vol dir això és que el que determina l'impacte emocional de l'esmentat paisatge o escenari és el tipus de relació que el subjecte pugui establir amb ell, i la comparació que pugui generar amb les característiques del seu entorn habitual”.

En opinió de D.E. Berlyne (1974) –citada per Corraliza– l'ambient és format per un conjunt d'estímuls on la incidència o efecte sobre la persona depèn de tres tipus de propietats: 1) propietats psicofísiques, que regulen la intensitat de l'estimulació de l'ambient; 2) propietats ecològiques, relacionades amb el contingut i els elements que formen part del complex ambiental; 3) propietats col·latives, que descriuen comparativament les qualitats d'un estímul ambiental.

Les propietats col·latives són aquelles característiques d'un estímul que impliquen implícita o directament una resposta comparativa basada en les semblances i les diferències, compatibilitats i incompatibilitats entre els elements que conformen un estímul (Berlyne 1960: 44) –esmentada per Corraliza. Aquestes propietats són les següents: 1) la novetat i el canvi d'un estímul; 2) la complexitat; 3) la sorpresa, i el 4) el conflicte (incertesa).

c) L'enfocament informacional: posa l'èmfasi en el paper de les qualitats dels estímuls ambientals. En aquest punt Corraliza fa menció del treball realitzat per dos autors de la Universitat de Michigan. Les seves contribucions dins d'aquest enfocament es vehiculen mitjançant les seves obres *Cognition and Environment: Functioning in an Uncertain World* (Kaplan i Kaplan, 1982) i una segona aportació anomenada *The experience of Nature. A psychological Perspective* (Kaplan i Kapla, 1989). Els autors pretenen explicar l'origen i les variables que determinen el judici de preferència de paisatges. Reconeixen que hi ha dues tasques fonamentals en la interacció del subjecte amb l'ambient. Són les funcions de comprensió i d'exploració. El model d'anàlisi que plantegen és el següent:

	COMPRESIÓ	EXPLORACIÓ
IMMEDIAT	Coherència	Complexitat
INFERIT	Legibilitat	Misteri

Fig. 8. Processos que es deriven de la interacció subjecte-ambient. Font: *Cognition and environment: Functioning in an Uncertain World* (Kaplan i Kaplan, 1982).

Finalment, Corraliza fa una proposta de classificació de les dimensions afectives de l'ambient (1998: 70):

a) Dimensions descriptives de l'ambient: s'inclouen les dimensions i els atributs que ofereixen característiques que defineixen un determinat ambient. Aquestes dimensions són descriptors subjectius produïts per subjectes quan intenten respondre a la pregunta, formulada d'una o altra manera, de *com és l'ambient*.

b) Dimensions que expressen facetes de l'ambient: en aquest cas el que es pretén és oferir una classificació o taxonomia dels ambients, o de les parts sortints que el componen. En aquest tipus d'estudis, la valoració del subjecte s'infereix a partir de les respostes a la pregunta sobre *quines parts o trets característiques componen un ambient*. Es destaca, així, el paper d'aquelles variables que caracteritzen un lloc o una part del mateix.

c) Dimensions de l'experiència emocional de l'ambient: en aquest cas la pregunta que es formula és *què sent la persona* en un lloc/ambient o per un tret característic o faceta característic del mateix. Inclou les següents dimensions:

- 1) Grat: que agrupa adjectius com "atractiu-repulsiu", "simpàtic-antipàtic", confortable-incòmode, etc.
- 2) Activació: s'hi agrupen adjectius com "silenciós-bulliciós", "actiu-passiu", "dormit-despert", etc.

3) Impacte: s'hi inclouen adjectius com “més gran-més petit”, “immens-diminut”, “fort-dèbil”, etc.

4) Control: agrupa “segur-insegur”, “fosc-clar” entre d'altres objectius.

### ELS VUIT DESCRIPTORS DE QUALITAT AFECTIUS DE L'AMBIENT

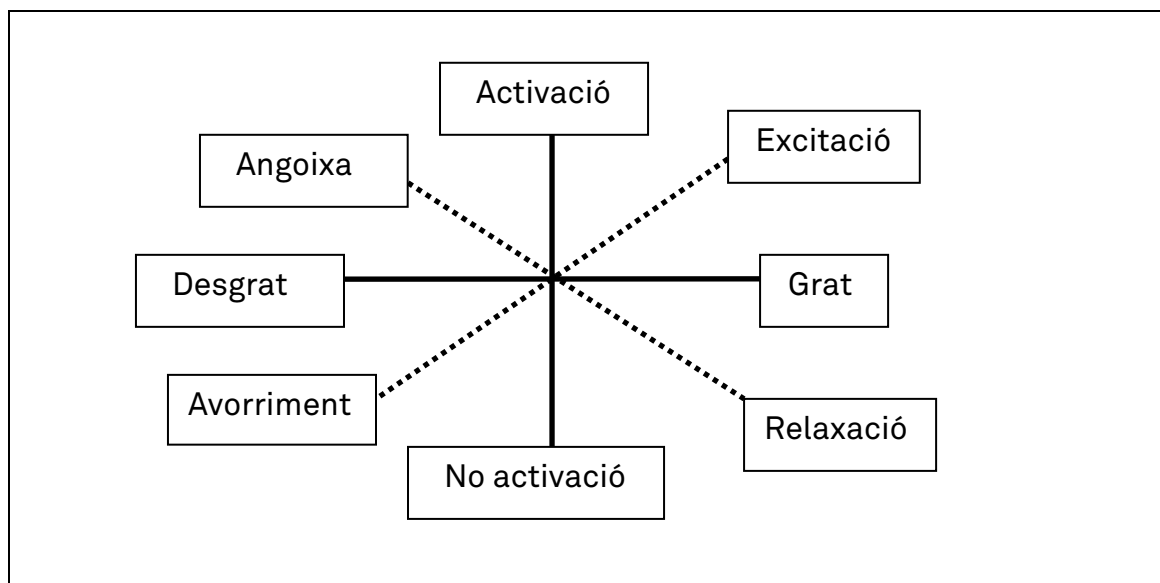


Fig. 9. Intervencions afectives de l'ambient. Font: *A description of the affective quality attributed to environments* (Russell i Pratt 1980: 313)

#### 4.5.3. L'apropiació de l'espai

Molts autors, preferentment de l'àmbit de la psicologia social, asseguren que el terme “apropiació” presenta notables llacunes de significat al llarg dels temps. Per bé que ha estat freqüentment utilitzat en ciències socials, moltes vegades s'ha utilitzat l'accepció “apropiació” amb un sentit no estricte, el que ha portat, en molts casos, a confondre el seu significat real.

Sigui com sigui, Bartomeu Vidal (2002: 115) seguint a Graumann (1976) situa els orígens del terme apropiació en l'antropologia marxista, aportades per la psicologia soviètica encapçalada per Semionovich i Leontiev. En aquest context l'apropiació s'entenia com a un mecanisme bàsic del desenvolupament humà, pel qual la persona “s'apropia” de l'experiència generalitzada de l'ésser humà, el que es concreta en els significats de la

“realitat” (Vidal i Pol 2005: 282). En tot cas, l’ús en clau psicològica del terme apropiació s’atribueix a Vigotsky qui a partir de la segona dècada del segle XX fins la seva mort, l’any 1934, va enfocar l’apropriació des d’un focus materialista-històric amb vincles amb la perspectiva històrica i la del desenvolupament. Al llarg del seu cicle de vida, l’ésser humà s’apropia de les seves experiències passades de generacions anteriors, aprenent com dominar el significat de les paraules. “El significat és la forma en què la persona s’apropia de l’experiència generalitzada de l’ésser humà. En i a través del procés d’apropriació l’individu reproduceix les habilitats i les funcions humanes històricament formades i com a tal es produeix o es genera a si mateix” (Vidal 2002: 121).

L’anomenada línia europea de la psicologia ambiental ha desenvolupat unes imbricacions molt més d’ordre fenomenològic que han possibilitat extraordinàriament el desenvolupament del concepte apropiació. En tot cas, i seguint de nou a Vidal (2002), el salt de qualitat més important que es produeix en l’àmbit de l’apropriació de l’espai es produeix a partir de les aportacions de Perla Korosec-Serfaty.

Proshansky (1976) entén que l’apropriació es pot definir com una fi –obtenir el control sobre un espai particular, de forma semblant a la personalització– o com un mitjà per a comunicar aquest control, de forma semblant a la territorialitat. És un procés que incorpora tres dimensions: temporal (duració i continuïtat); d’organització humana o nivell d’anàlisi (individual, grupal, comunitat social) i avaluativa (reajustament entre l’apropriació desitjada i l’assolida) (Vidal 2002: 124).

Arribats en aquest punt, seguint també a Vidal (2002), es proposa fer un recorregut per les definicions que han aparegut sobre l’apropriació de l’espai des del punt de vista de diversos autors:

Des del punt de vista de Carter (1976, 1977) la relació conceptual de l'apropiació amb l'espai passa per la creació del sentit de lloc- en clara sintonia amb la doctrina de la geografia humanística, que prioritza, de forma molt notable, el procés de “mutació” d'espai a lloc, on el lloc incorpora “personalismes” que el fan singular i no homogeni- de manera que la seva aportació busca les característiques intrínseques de l'espai per a, posteriorment, esdevenir lloc.

Per a Graumann (1976), la importància rau en els significats construïts socialment en consonància amb les tesis de Riley (1992), que prioritza el lligam amb l'espai (*attachment*) i assenyala que la persona es vincula amb les significacions que es desprenen de l'espai i no amb l'espai en sí com a constitució física.

Finalment, Korosec-Serfaty (1976) assenyala que l'apropiació és un procés complex. Mitjançant l'apropiació, la persona es fa a ella mateixa mitjançant les pròpies accions, d'aquí que impliqui un procés de socialització en un context sociocultural i històric. És també el domini de les significacions de l'objecte o espai que és apropiat, independentment de la seva propietat legal. No és una adaptació, sinó més aviat el domini d'una aptitud, de la capacitat d'apropiació. És un fenomen temporal, el que significa considerar el canvi de la persona al llarg del temps. És, en definitiva, un procés dinàmic d'interacció de la persona amb el medi (Vidal 2002: 125).

En l'àmbit de la geografia humanística, de marcada tendència fenomenològica, destaca el tractament del terme *Topophilia* a partir de les aportacions del geògraf Yi-Fu Tuan (1974), que ja avançava les relacions emocionals i orgàniques de l'individu amb el món que l'envolta així com les posteriors reaccions i comportaments que sorgien al respecte.

Més actualment, Robert David Sack, que es podria considerar com un dels deixebles de Tuan continua abordant, des de l'àmbit específic de la

geografia, la importància del lloc i de l'espai en la construcció del *self* en obres com *Place, modernity and the consumer's world: a relational framework for geographical analysis* (1992) i més recentment *Homo geographicus: a framework for action, awareness and moral concern* (1997).

En definitiva, els vincles entre les persones i els espais entesos com a construcció social de llocs, on destaca l'espai simbòlic, la identitat i l'aferrament al lloc com a principals conceptes. En opinió de Vidal i Pol (2005: 281), tots aquestes conceptes es poden explicar a partir del fenomen d'apropiació de l'espai. L'apropiació esdevé, en definitiva, un procés d'interiorització de la *praxi* humana.

El salt, però de l'apropiació –en termes de propietat- a l'apropiació de l'espai és degut, en molt bona part, a les visions fenomenològiques de la psicologia de l'espai del nucli acadèmic de la ciutat francesa d'Estrasburg, encapçalada per Abraham A. Moles, en la dècada de 1960 (Vidal i Pol, 2005).

En opinió d'Enric Pol coexisteix un model dual d'apropiació de l'espai (Vidal i Pol 2005: 283). Per una banda, apareix *l'acció-transformació*, la qual es troba íntimament vinculada amb la territorialitat i l'espai personal d'Irving Altman (1975) que compta amb el suport de Sidney Brower (1980) qui també considera l'apropiació a mode de concepte “subsidiari” de la territorialitat.

D'altra banda, Pol considera la *identificació simbòlica* com a model d'apropiació de l'espai. Així doncs, la identificació simbòlica es vincula amb processos afectius, cognitius i interactius. Mitjançant l'acció sobre l'entorn les persones, els grups i les col·lectivitats transformen l'espai, deixant-t'hi la seva “empremta” és a dir, senyals i marques carregades simbòlicament. Mitjançant l'acció, la persona incorpora a l'entorn en els seus processos cognitius i afectius de manera activa i actualitzada. Les accions doten a l'espai de significat individual i social mitjançant els processos d'interacció (Pol, 1996 i 2002). Mentre que per mitjà de la identificació simbòlica, la

persona i el grup es reconeixen en l'entorn i mitjançant processos de categorització del "jo" –en el sentit de Turner 1990– les persones i els grups s'autodistribueixen les qualitats de l'entorn com a definitòries de la seva identitat (Valera 1997; Valera i Pol, 1994).

#### *4.6. Síntesi de l'aportació psicològica a l'estudi comunicatiu del paisatge*

En efecte, segons afirmen Vidal i Pol (2005), l'apropiació de l'espai pot identificar-se amb la generació de vincles amb els llocs, i, un cop aquest espai es troba "apropiat", desenvolupa un paper fonamental en els processos cognitius (coneixement, categorització, orientació, etc), afectius (atracció del lloc, autoestima etc.), d'identitat i relacionals (implicació i corresponsabilització). Així, l'entorn pot explicar dimensions del comportament més enllà del que és simplement funcional.

La "mutació" "pas" d'espai a lloc incorpora una càrrega simbòlica que produeix, *per se* aquesta transformació, i representa, també, un dels factors essencials d'estudi de la geografia humanística o de com els espais –els quals podríem equiparar a aquells territoris als quals el *self* no els atorga simbolismes– devenen llocs, atès que incorporen una càrrega simbòlica que els fa singulars. En aquest sentit, aspectes com l'apropiació de l'espai, l'aferrament a un lloc, l'espai simbòlic urbà, la identitat social urbana o la identitat del lloc són, tots ells, aspectes que sorgeixen de l'evolució d'espai a lloc.

Seguint a Vidal i Pol (2005), constatem que l'interès per la construcció psicosocial dels llocs no és exclusiva ni exclouent de la psicologia social o de la psicologia ambiental. De fet, existeixen altres precedents: la relació entre els persones i els llocs a *Topophilia* de Yi-Fu Tuan (1974); la dependència dels llocs (Stokols, 1981); la identitat dels llocs (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983); el sentit de lloc (Hay, 1998); la satisfacció residencial

(Amérigo; 1995; Canter i Rees, 1982); satisfacció i sentit de comunitat (hummon, 1992); identitat d'assentament (Feldman, 1990); identitat urbana (Lalli, 1992); identitat social urbana (Valera 1996, 1997; Valera i Pol, 1994); l'espai simbòlic urbà (Valera, Guàrdia i Pol, 1998); aferrament al lloc (Altman i Low, 1992; Hidalgo i Hernández, 2001) i apropiació de l'espai (Korosec-Serfaty, 1976; Pol, 1996 i 2002; Vidal, Pol, Guàrdia i Però, 2004).

És precisament aquí on cal introduir l'apropiació i la vivència de l'espai entès com a procés de comunicació intrapersonal. Per tant, si atenem a algunes de les definicions que han sorgit al respecte de la comunicació intrapersonal,<sup>26</sup> entesa com a procés de comunicació que es produeix en l'interior de l'individu i situem la contemplació del paisatge en un marc d'interacció individu-paisatge, tot allò que el paisatge evoca a l'individu mitjançant diversos “mecanismes” previs (sobretot filosòfics,<sup>27</sup> psicològics,<sup>28</sup> etc.) mereix, també, una interpretació en clau comunicativa, ja que en nombroses ocasions hem sentit l'expressió “el paisatge ens parla”, “l'expressió de paisatge”, “el paisatge porta inclòs un missatge”. Totes aquestes expressions parteixen d'una base comunicativa, que cal introduir en la dimensió d'estudi de l'apropiació i vivència de l'espai.

Així doncs, la que es podria considerar com a interacció simbòlica individu-paisatge incorpora un missatge –que apel·laria, de nou, a l'atribució de significat pròpia de l'àmbit psicològic– que cal destriar des de l'àmbit propi

---

<sup>26</sup> Miquel Rodrigo (2001: 52): “(...) Es refereix al processament humà de la informació per part de l'individu. És a dir, com es capta la informació i com es processa per dotar-la de sentit”.

Enric Saperas (1998: 113): “(...) En el nivell intrapersonal només tenim en compte els processos comunicatius interns de cada individu. (...) Les actituds, comportaments i predisposicions, el procés de formació de l'opinió individual, la interpretació i la memorització de continguts, la susceptibilitat persuasiva segons el tipus de personalitat del receptor, el procés de dissonància cognitiva, els valors ideològics, els interessos i un llarg etcètera estructuraren el nivell intrapersonal.

Donna R. Vocate (1994) assenyala que la comunicació intrapersonal és engendrada per la interacció simbòlica i sorgeix a partir de la creació mental de la parla interior (*inner speech*).

<sup>27</sup> L'aportació filosòfica (fenomenologia, existencialisme, idealisme) s'entén com la base de pensament a partir de la qual l'individu visiona, percep, processa i evoca un seguit d'emocions i sensacions que acaben esdevenint un “missatge del paisatge” entès com a procés de comunicació que és produït en l'interior de l'individu (interacció simbòlica amb el paisatge) i, per tant, considerat en la tipologia de comunicació intrapersonal.

<sup>28</sup> Quant als fenòmens psicològics, que també s'expliquen en el present treball de recerca de doctorat, fan referència, entre d'altres a la percepció i a la cognició.



de la teoria de la comunicació. No només perquè enriqueix l'estudi del paisatge en el sentit d'introduir-se en l'àmbit de la seva significació, sinó perquè la parcel·la d'estudi propi de la simbologia inherent al paisatge sí s'ha tractat, però no especialment des de l'àmbit de la comunicació intrapersonal.

Aquest nou enfocament en l'estudi dels que podríem anomenar intangibles de paisatge representa un enriquiment tant pel desenvolupament de la comunicació intrapersonal –la qual compta amb un bagatge certament escàs– com per l'estudi dels valors que la població atorga als seus paisatges més enllà d'una classificació de preferències de paisatge.

Per tant, el fet d'entendre la interacció individu-paisatge en clau de procés de comunicació intrapersonal pot aportar significats al procés de comprensió i/o explicació dels vincles que les persones mantenen amb els seus espais. Tal com afirmen Vidal i Pol (2005), el fet d'intentar entreveure els significats de l'espai simbòlic permetrà buidar els “dipòsits” de significats, o bé per estudis d'identitat o bé per intentar delimitar la càrrega emocional que la societat aboca sobre els seus paisatges.

També en consonància amb el que assenyalen Vidal i Pol (2005) si el procés pel qual un espai esdevé –per la persona i el grup- un lloc “propi”, s'haurà de treure el cap als processos a partir dels quals es construeixen i es desenvolupen aquests simbolismes. Valera assenjala dues possibles aproximacions (1993 i 1996) compatibles en el procés d'aproximació al simbolisme:

- 1) Simbolisme com a propietat inherent a la percepció dels espais: on el significat es pot derivar de les característiques físico-estructurals, de la funcionalitat lligada a les pràctiques socials que es desenvolupen en aquesta mateixos espais o bé de les interaccions simbòliques entre els subjectes que ocupen l'espai,. Molt proper a aquest concepte –assenyalen

Vidal i Pol (2005)- s'hi troba el d'*affordance* de James J. Gibson (1979), on s'emfatitza la percepció de l'entorn quant a la seva possibilitat d'ús, d'oportunitat ambiental.

2) Determinació del procés segons el qual un espai es “carrega” de significat: aquí s'inclou el procés d'apropiació de l'espai. Enric Pol també fa referència a la doble càrrega de simbolisme (1997): bé des d'instàncies amb poder (simbolisme *a priori*), per exemple, mitjançant l'intent de “monumentalització” d'un espai públic amb un significat polític determinat, o bé des de la pròpia comunitat (simbolisme *a posteriori*) en el que representaria la reelaboració de l'anterior significat resultat de processos d'apropiació de l'espai.

l és arribats a aquest punt que convé fer, novament, una reflexió, en relació amb la vivència i/o apropiació de l'espai en clau de comunicació intrapersonal. En aquest sentit Vidal i Pol (2005: 287) es pronuncien en els següents termes: “(...) l'espai (simbòlic urbà) esdevé una expressió<sup>29</sup> de la identitat, el que ens porta a l'interès per la relació entre aquest i els processos més generals, d'identitat social on Valera, explícitament, elabora el concepte d'identitat social urbana”. Els autors conclouen de la següent manera (2005: 287): “Aquests conceptes es relacionen amb processos d'apropiació de l'espai i de l'aferrament al lloc, definits com processos dinàmics d'interacció conductual i simbòlica de les persones amb el seu medi físic, segons els quals un espai esdevé lloc, es carrega de significat i és percebut com a propi per la persona o pel grup, integrant-se com a element representatiu d'identitat”.

Així doncs, Vidal i Pol a banda del suport de les tesis proporcionades per Corraliza, afirmen que “el significat de l'espai es deriva, en definitiva, de

---

<sup>29</sup> El Diccionari de l'Enciclopèdia Catalana defineix el terme “expressió” en els següents sentits: 1) acció d'expressar; 2) la cosa expressada i 2a) Manera d'expressar-se, terme o tomb del llenguatge oral o escrit; 3) Facultat de manifestar el pensament i l'estat psíquic. Per tant, i, en certa manera, l'expressió és, també, comunicació.

l'experiència que es manté amb el mateix espai, on s'inclou l'aspecte emocional.

En aquest sentit, Gustafson (2001) –esmentat per Vidal i Pol (2005)– planteja tres pols a partir dels quals emergeix el significat: el *self*, els altres i l'entorn; també assenjala quatre dimensions principals: distinció, avaluació, continuïtat i canvi. El sentit de lloc esdevé, així, una identitat territorial subjectiva.

En definitiva, i en acord amb el que assenyalen Vidal i Pol (2005), la construcció del simbolisme de l'espai s'explica mitjançant l'apropiació en iguals condicions que la creació del sentit de lloc.

Un altre aspecte ben diferent és el tractament que rep la identificació amb un espai. Graumann (1983) –també citat per Vidal i Pol– assenjala tres processos a partir dels quals es produeix la continuïtat i el canvi d'identitat: identificar-se amb l'entorn; ser identificat per l'entorn o identificar-se amb l'entorn. En aquest context, Valera entén l'espai físic com una categorització del *self*, que es tradueix en el sentit de pertinença a determinats entorns que són significatius del grup. Així doncs, el fet de posar l'èmfasi en el significat de l'entorn, com a subministrador d'un sentit de continuïtat i diferenciació, a banda d'autoestima i autoeficàcia, representa un conjunt de significats i símbols amb els quals les persones poden identificar-se (interiorització), a la vegada que representa també una expressió de la seva identitat (exteriorització) (Vidal i Pol 2005: 288-289).

També existeix l'estudi dels vincles que s'estableixen entre les persones i l'entorn (aferrament al lloc) –en els quals sostinc que hi ha implícit un missatge i, per tant, es dóna un procés de comunicació –en aquest cas intrapersonal– des d'aproximacions fenomenològiques i de caràcter holístic, les quals interessen especialment de destacar en el present treball de recerca de doctorat. Algunes de les aportacions acadèmiques en aquest

sentit es troben en la figura dels autors I. Altman i S.M. Low amb obres com *Place attachment* (1992).

Així doncs, la visió holística relacionada amb l'aferrament al lloc, presenta els següents objectes d'estudi clau: afectes, emocions, sentiments, creences, pensaments, coneixements, accions, conductes, també en relació amb les variables del lloc, els actors, les relacions socials i el temps. Per tant, en els estudis que posen en relació l'aferrament de les persones amb els llocs ha predominat el desenvolupament de l'anàlisi dels vincles afectius amb el lloc des d'un nivell d'anàlisi individual. Per tant, es prioritza la vessant emocional i afectiva amb els llocs com a variables principals objecte d'anàlisi. Els autors de referència (Vidal i Pol 2005) consideren el procés d'apropiació de l'espai per explicar els processos de significació dels llocs en relació amb la seva identitat i aferrament.

De fet, Manuel Castells a la seva obra *La era de la informació: economia, sociedad y cultura* (1997) ja parlava de l'existència de dos tipus d'espais, en primer lloc l'espai dels fluxos (on es produeixen la majoria dels processos dominants, és a dir, els que concentren poder, riquesa i informació i, en segon lloc, l'espai dels llocs, on té lloc la construcció del sentit social, l'espai de la interacció social i l'organització institucional.

## APORTACIONS DE LA PSICOLOGIA A L'ESTUDI DE LA VESSANT COMUNICATIVA DEL PAISATGE

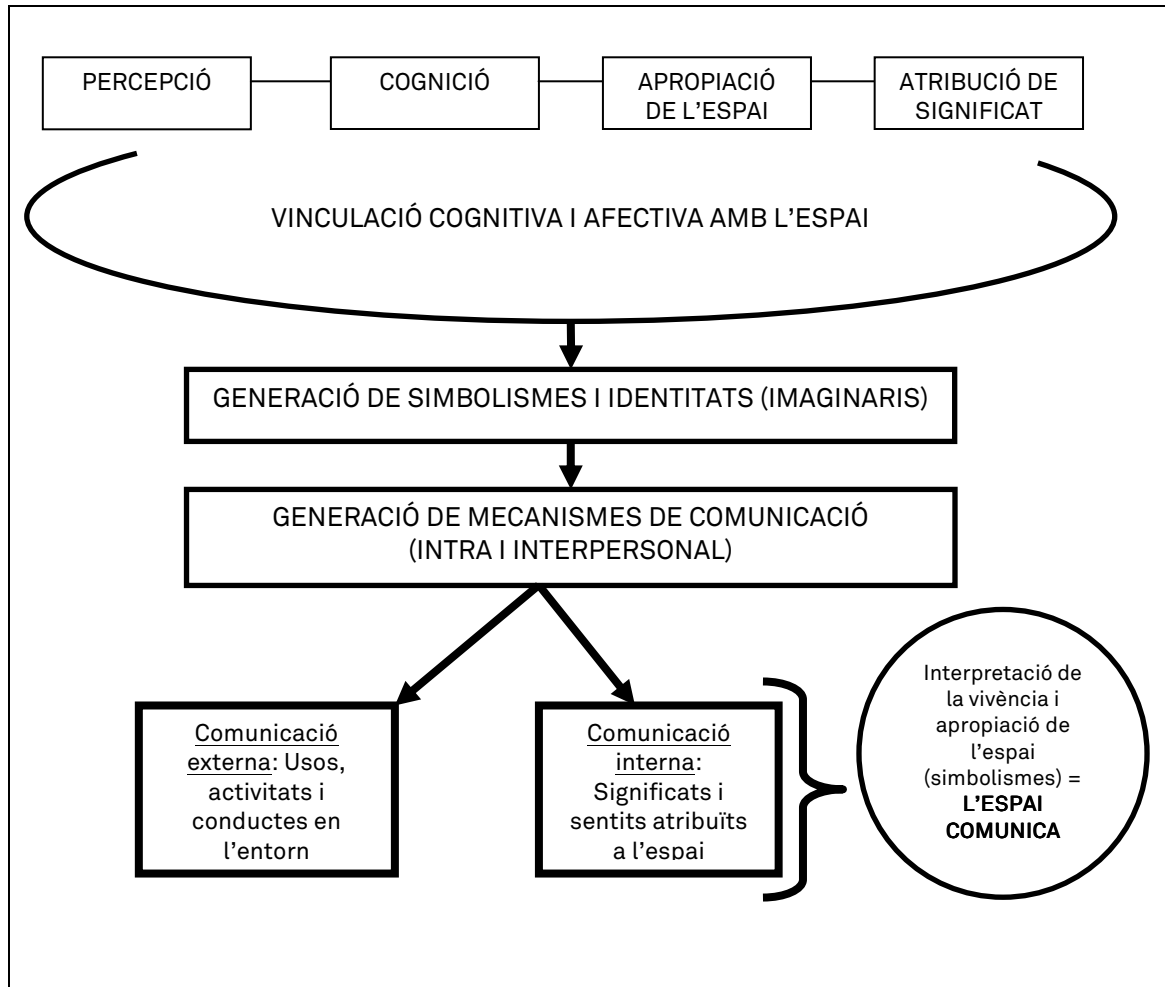


Fig. 10. Aportacions de la psicologia a l'anàlisi comunicativa del paisatge. Font: elaboració pròpia.

## Capítol 5. La construcció del model teòric

### *5.1. Des de la teoria de la geografia i la teoria de la comunicació*

En el moment clau que suposa la construcció d'un marc teòric, l'evolució recent del pensament geogràfic i la pròpia de la teoria de la comunicació, així com la recerca de les seves coincidències quant a corrents de pensament, poden resultar d'ajuda extraordinària en el moment de concebre un aparell teòric que tingui per objecte l'estudi de la dimensió comunicativa del paisatge.

En aquest sentit, dues disciplines molt distants *a priori* quant a orígens i *praxi* però molt properes en el tractament, per exemple, de la variable "espai", tal com es demostrarà tot seguit, propiciaran un marc teòric concebut sota l'atenta mirada dels preceptes filosòfics i psicològics esmentats anteriorment. Sembla clar, doncs, que en l'època contemporània, el paisatge representa un dels conceptes geogràfics amb una dimensió comunicativa més notable, per la qual cosa s'escau la formulació, a continuació, d'un model d'abast comunicatiu del paisatge, el qual es vehicularà mitjançant la revisió i encreuament de la teoria contemporània de la geografia i la pròpia de la comunicació.

La geografia és una de les disciplines científiques que més s'ha ocupat de l'estudi del paisatge i, més encara, en els darrers anys, on l'accent en el seu estudi geogràfic s'ha posat en l'anàlisi dels processos que afecten l'entorn en les manifestacions comunicatives dels éssers vius. S'imposa, així, una "visió evolucionada" de paisatge, més partidària del tractament dels seus elements simbòlics i en essència intangibles que s'hi inscriuen. Així, doncs, es continua en el camí de descobrir l'autèntica significació del paisatge.

### 5.1.1. El paisatge vist per la geografia

La complexitat inherent al concepte "paisatge" prové, en gran manera, de les dificultats per establir una definició universalment acceptada, si es té en compte que existeixen tantes definicions com mirades es dirigeixen a un determinat paisatge. Per tant, la "mirada del paisatge" és la que, en última instància, determina i fixa les bases d'una definició necessàriament controvertida.

A tall d'exemple, es proposa un petit recorregut cap algunes definicions de referència de paisatge, proporcionades des del saber geogràfic, les quals poden il·lustrar un concepte que requereix d'un tractament individualitzat. A banda, aquest conjunt de definicions mostraran el tractament que la geografia ha dispensat al paisatge en el transcurs dels darrers anys.

El geògraf Joan Nogué (2007) afirma que “el paisatge és, alhora, una realitat física i la representació que culturalment fem; la fisonomia externa i visible d'una determinada porció de la superfície terrestre i la percepció individual i social que genera; un tangible geogràfic i la seva interpretació intangible. És, al mateix temps, el significat i el significat, el contingut i el contingut, la realitat i la ficció. No anem mal encaminats si entenem el paisatge com un escenari natural mediatitzat per la cultura”<sup>30</sup>.

Jay Appleton (1996) –també geògraf– manifesta que “el paisatge és el que la gent fa del seu entorn després que la naturalesa l'ha posat a les seves mans”<sup>31</sup>.

En un to més enciclopèdic, la Reial Acadèmia Espanyola defineix el paisatge com “l'extensió de terreny que es veu des d'un lloc”, en una segona entrada

---

<sup>30</sup> Publicat a la revista *Ería* (73-74), 2007 pàg. 378

<sup>31</sup> Appleton, J. (1986): *The experience of landscape*. Hull University Press, pàg. 9.

del terme ho defineix com “l’extensió de terreny considerat en el seu aspecte artístic<sup>32</sup>”

González Bernáldez (1981), desdobra l'accepció “paisatge” a partir de dos conceptes fonamentals: paisatge com a imatge percebuda d'un territori - equiparable a la denominada "mirada del paisatge" - i, en segon lloc, paisatge com a conjunt d'elements relacionats entre si, fàcilment delimitables, i visibles.<sup>33</sup>

En sentit contrari es pronuncia Bertrand, quan afirma el caràcter indissoluble del paisatge: “és el resultat de les combinacions dinàmiques i de vegades inestables d'elements físics, biològics i antropològics, que enfilats dialècticament fan del paisatge un cos únic, indissociable, en perpètua evolució”.<sup>34</sup>

Eduardo Martínez de Pisón (1983) entén el paisatge com la “(...) manifestació morfològica i fisonòmica d'una especialitat concreta, produïda per la suma d'una evolució natural i un esdevenir històric. I, de manera afegida, però inevitable, també es fa referència als significats culturals, representacions i imatges de tals formes geogràfiques; manegem un concepte que inclou, alhora, realitat objectiva i percebuda, sentits afegits i fins i tot, a l'home reconfigurador i perceptor de l'espai (Mata i Sanz, 2003: 16).

Altres teòrics com Díaz Pineda<sup>35</sup> i Muir<sup>36</sup> també vinculen les connotacions psicològiques (perceptives, simbòliques, identitàries, etc.) inherents al

---

<sup>32</sup> Accepció "paisatge" al *Diccionari de la llengua espanyola*, 21a edició. Madrid (1992), pàg. 1064.

<sup>33</sup> González Bernáldez, F. (1981): *Ecología y Paisaje*. Madrid, Editorial Blume.

<sup>34</sup> Bertrand, G. (1968): *Paysage et Géographie Physique globale. Esquisse methodologique*, R.G.P.S.O, núm. 39, pp. 249-272.

<sup>35</sup> Díaz Pineda, F. (1973): *Terrestrial Ecosystems adjacent to Large Reservoirs*. Comm on Large Dams, XI Congrès.

<sup>36</sup> Muir, R. (1999): *Approaches to landscape*. London. Editorial Macmillan Press.



paisatge amb les vinculacions més estrictament físiques o de paisatge real.

Finalment, el Conveni Europeu del Paisatge<sup>37</sup> el defineix com “una àrea, tal com la percep la població, el caràcter de la qual és el resultat de la interacció de factors naturals i/o humans”.

### *5.1.2. El tractament de l'espai des de la comunicació*

La incidència de la variable espacial en l'estudi de la comunicació té un notable recorregut. Destacats autors de l'àmbit de la comunicació i de la geografia així ho han fet possible. És el cas, per exemple, del francès Abraham A. Moles, destacat pensador, filòsof i teòric de la comunicació (1972: 737): “L'ecologia de la comunicació serà la ciència, en desenvolupament, de les relacions i interaccions existents entre les diferents activitats de comunicació en l'interior d'un conjunt social dispers al territori: empresa, ciutat, estat, globus terrestre, etc.”. En relació amb l'aportació de Moles es pronuncia el catedràtic de Teoria de la Comunicació Miquel de Moragas (1981: 155): (...) “L'ecologia de la comunicació, segons el plantejament físic-teòric de Moles, pretindrà incloure tota l'estructura comunicativa que afecta l'home en el cosmos. L'ecologia de la comunicació interpretarà científicament la interacció entre espècies comunicatives diferents, pròximes o llunyanes, tàctils, visuals o auditives, fugaces o registrades, massives o no massives, que actuen sobre l'individu en l'espai del seu temps quotidià (...). El món biològic, el món físic, el món econòmic, estan lligats a la idea d'interconnexió i, en definitiva, de comunicació”.

Alicia Lindón, a l'obra *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad* es pronuncia en els següents termes (2000: 11-12): "L'espai de l'experiència pràctica, l'espai en el qual es produeix la dualitat interacció/intersubjectivitat, constitueix un territori en el qual s'inscriu un

---

<sup>37</sup> El Conveni es va elaborar al si del Consell d'Europa i es va concloure l'any 2000 a Florència (Itàlia). Espanya ha ratificat l'esmentat Conveni el 26 de novembre de 2007 i ha entrat en vigor a Espanya l'1 de març de 2008.

llenguatge natural i en el qual es produeix l'elaboració d'un domini d'aquest llenguatge (...). L'espai vist com un llenguatge no verbal pot ser reconegut a través de dues grans modalitats d'emergència del sentit. Una està constituïda per les percepcions significatives que parlen de l'espai tal com ell és percebut (per exemple, “el sentit de lloc”) i l'altra, per les pràctiques significants que donen compte del subjecte tal com es comporta i actua en l'espai, i el que significa per a ell i els altres (per exemple, la “territorialitat i l'apropiació del territori”) (...) L'espai no es limita al *locus* extern a l'experiència, sinó que carrega amb els sentits i significats de les experiències (...)

En l'àmbit de la psicologia Pablo Fernández Christlieb (2000: 163 i 167) afirma el següent: “Cada territori on s'instaura l'atmosfera d'una comunitat, comporta, com a fet inherent mateix, un tipus determinat de comunicació, amb un resultat -un altre fet inherent - determinat de coneixement. (...) Quan es parla de terra o territori també, perquè les característiques físiques que es poden atribuir a l'espai constitueixen trets simbòlics i psicològics de l'objecte que s'està estudiant. (...) El sòl és una instància tan simbòlica com ho és el pensament i el sentiment, i llavors es parla de paisatges “alegres” o mars “embravits”.

### *5.1.3. Apunts previs en relació amb l'estat de la tradició comunicativa*

Tal com apunta Farré (2005: 24), “tot i les dures batalles epistemològiques a l'entorn de la teoria de la comunicació, aquesta se situa més enllà de les posicions interdisciplinàries, més pròxima a la indisciplinarietat”. Amb aquestes paraules l'autor reflecteix el “desgavell” a què es troba sotmesa la teoria de la comunicació, com a conseqüència d'una immensa varietat de contribucions per part de diversos autors que ha provocat, sens dubte, la fixació d'una teoria entesa a mode de “confederació d'idees” més que no pas des d'una “perspectiva coherent” (uso expressions literals del propi Farré).

Tot i això, s'albira un fil d'esperança a partir d'una certa institucionalització de la teoria de la comunicació que consolida, entre d'altres camps de recerca, el que aquí interessa: l'estudi de l'acció humana significativa i subjectiva.

Farré també aborda amb absoluta clarividència la problemàtica principal a la que cal enfrontar-se quan l'objecte d'estudi està al límit de plantejaments metafísics (2005: 29): “Curiosament, quan la comunicació aprofundeix en les fronteres difuses entre el món objectivament visible i el dels processos simbòlics, els de la formació de sentit i el de les formes emergents de subjectivitat, es transforma en un tipus de coneixement més incert, volàtil i menys científic. No obstant això, és en aquest trànsit on es recupera l'objecte ontològic de la comunicació, que troba la seva identitat com a camp d'estudi en els processos de formació de sentit. La comunicació configura els universos de sentit que guien els individus en els àmbits de la cultura i la vida social”. La reproducció és literal atès que Farré explica, de forma molt clara, les “misèries” a què cal enfrontar-se en “atrevir-se” a abordar l'estudi de la interacció i posterior construcció simbòlica com a manifestació de comunicació i, més encara, quan aquesta mateixa comunicació, com a disciplina, encara no sap massa bé a què atènyer-se en funció dels múltiples punts de vista que incorpora la seva tradició teòrica.

Aquesta mateixa teoria de la comunicació disposa de la perspectiva interpretativa, anomenada d'aquesta forma pel professor Rodrigo Alsina (2001) en un intent d'agrupar i/o ordenar *l'episteme* d'una disciplina que, a hores d'ara, busca el seu lloc –que no espai– com a “ciència” formal i acadèmicament legitimada. En tot cas, aquest assumpte es tractarà amb més detall en l'apartat que es refereix a la construcció del model teòric del present treball de recerca des de la teoria de la comunicació.

Si bé és cert que la investigació en comunicació ha focalitzat els seus interessos en la comunicació massiva, Rodrigo considera que “l'objecte

d'estudi de les teories de la comunicació és la comunicació humana en les seves manifestacions de la vida quotidiana” (2001: 44) i afegeix que “el camp d'investigació de les teories de la comunicació no es pot limitar a la comunicació de masses, encara que ella sigui l'eix vertebrador de la majoria dels estudis” (2001: 45).

En aquest sentit, Umberto Eco i Paolo Fabbri a la seva obra *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale* (1978) anticipaven, d'alguna manera, la importància d'estudi de la comunicació que es produeix en l'ambient i parlaven de dos tipus de comunicació fonamentals. D'una banda, la comunicació estrepitosa, que incloïa, per exemple, la premsa nacional, la ràdio i la televisió, el cinema, el teatre, etc. D'altra banda, destacaven l'existència d'una comunicació discreta que abordava, entre altres variables, les festes i cerimònies rituals, els comportaments gestuals, fisonòmics i les actituds corporals i, especialment, l'estructura i ús de l'espai a tall de manifestació de comunicació.

En el llarg camí de construcció d'un pensament comunicològic també hi fa explícita referència Leonarda García Jiménez al seu article *Algunos apuntes sobre una posible historia del pensamiento comunicológico* (2008). L'autora apunta que la independència del “saber comunicològic” i, per extensió, la reafirmació i convenciment que l'estudi de la comunicació es pot vehicular de forma autònoma sense necessitat d'haver d'anar de bracet d'altres disciplines, es troba en l'ontologia. L'autora, en aquest sentit, defensa l'existència d'una Teoria General de la Comunicació, la qual es podia haver començar a teixir d'ençà les dècades dels anys 40-50 quan ja es parlava obertament de l'estudi de la “ciència de la comunicació” tot i que es concebia com a “punt de trobada” d'altres disciplines (convergència disciplinària. García Jiménez (2008) defensa que, més que no pas la definició d'un objecte d'estudi, el que dota d'autonomia i possibilita “l'emancipació” de l'estudi científic de la comunicació és l'exaltació de la seva perspectiva ontològica –entès com aquell ens del qual en depenen els altres– que,

juntament, amb la “fe dels deixebles del camp” –uso paraules textuais de l'autora– postulen l'estudi de la comunicació desvinculat de qualsevol altre disciplina que, històricament, li ha estat inherent.

Així les coses, la construcció de les bases ontològiques de la comunicació anirien, més o menys per aquí: “Hi ha quelcom primari, essencial, en aquesta particular mirada, d'aquí que la comunicació sigui una perspectiva més del ser, perquè és l'essència del mateix (la comunicació fa al ser) en el sentit de que les coses no ho són fins que es comuniquen, per la qual cosa la seva existència és eminentment simbòlica (...) Comunicació com a essència del ser (Shepherd 1993: 90, citat per la pròpia autora). Per això –afirma Garcia- la comunicació arriba a un punt de caràcter científic, ja que parteix de la base que el món no existeix fins que no és comunicat. L'autora conclou, en aquest sentit, amb una cita de Craig (1999) segons la qual les teories de la comunicació elaborades des d'altres perspectives disciplinàries, en sentit estricte, no es troben dins del camp de les ciències de la comunicació, atès que no són construïdes des d'una perspectiva comunicacional.

El debat relacionat amb la consolidació de les ciències de la comunicació dins de l'àmbit científic i acadèmic parteix, segons assenyala Leonarda García -esmentant de nou Shepherd (1993)- de tres posicionaments en relació amb la identitat de la disciplina:

a) La indisciplinària: que ja apuntava amb anterioritat Farré (2005). Implica, senzillament, la negació de la ciència de la comunicació com a tal, i, senzillament, es part complementària de disciplines com la psicologia, la sociologia o l'antropologia, però, en qualsevol cas, no disposa de perspectiva pròpia. Representa un espai on es retroben d'altres disciplines.

b) L'antidisciplinària: representa el posicionament més anàrquic: res és essencial, no existeixen les disciplines. Respon a posicionaments de tendència eclèctica, posmoderna, en definitiva, a la caiguda de les veritats

absolutes. Per tant si no existeix cap tipus de “saber”, el “saber comunicològic”, tampoc té raó de ser.

c) La disciplinarària: és la que es troba més alineada amb el pensament de Shepherd. El pensament modern de la comunicació representa quelcom més que la transmissió del pensament, quelcom més que una habilitat, doncs, és, per ella mateixa, material. En aquest punt García Jiménez (2008) afegeix: “la realitat, el món, no té sentit, no és (essencialment parlant) fins que els significats es construeixen, i aquesta construcció és simbòlica i comunicativa”.

A partir d'aquí es llancen arguments que haurien de fixar les bases ontològiques de la comunicació basades en la centralitat de la comunicació en la nostra societat, perquè, mitjançant la comunicació, construïm la nostra identitat, la comunicació ens acosta als altres i al món, etc.

En opinió de l'autora, la consolidació de la comunicació com a disciplina amb entitat pròpia culmina entre la dècada dels setanta i vuitanta del segle passat. Es constata per la implementació de mètodes allunyats del funcionalisme-positivisme-empirisme inicial a què es va sotmetre a les ciències de la comunicació per passar a introduir mètodes comprensius i interpretatius d'anàlisi (subjectius i/o qualitius), per exemple l'anàlisi estructural, la revisió de la sociofenomenologia de Schütz, sota el paraigües comú de les denominades sociologies interpretatives (García Jiménez, 2008). Tot plegat, amb un objectiu principal: concebre la comunicació com a realitat primària.

En relació amb l'interès específic que mou el present treball de recerca, Garcia assenjala (García Jiménez, 2000): “(...) el punt de vista comunicacional ha de “mirar”, també, la relació que l'observador manté amb allò observat; d'aquesta manera, queda transcendit l'ésser essencialment comunicatiu, per arribar fins el cosmos essencialment comunicatiu”.

De fet, Mattelart i Mattelart (2005: 11) també anuncien les dificultats que presenta la ciència de la comunicació per a fer-se un lloc entre la comunitat científica i acadèmica: “aquest camp concret de les ciències socials s’ha vist pressionat per la qüestió de la seva legitimitat científica. Aquest fet ha portat a buscar models de científicitat, adoptant esquemes de les ciències pròpies de la naturalesa adaptats mitjançant analogies.

#### 5.1.4. En relació amb el terme *comunicació*

El buidatge etimològic del terme ens permetrà una primera aproximació al significat del terme “comunicació” des de diverses perspectives d’anàlisi. La paraula prové del llatí COMMUNICATIO que significa ‘posar en comú, compartir, participar d’algun aspecte compartit’. Estaríem d’acord si incorporéssim la transmissió de missatges com a condició *sine qua non*, irrenunciable i inherent a qualsevol procés comunicatiu. Per tal de realitzar un exercici d’aproximació al significat del terme *comunicació* el que aquí es proposa és iniciar un recorregut cap a un univers de definicions que no sembla tenir fi, però que, en essència, mantenen, totes, nombroses afinitats. Anem a veure-ho.

Una primera aproximació doctrinal al terme requereix d’un clar desdoblament en relació amb el terme informació. Estrada i Rodrigo (2008: 17) afirmen que la comunicació prové de la retòrica i l’hermenèutica i, per tant, implica interacció i no únicament transmissió d’informació, adoptant, així, condició humana. Al seu torn, la informació té el seu origen en la informàtica, per la qual cosa adopta un rol subhumà. Rodrigo i Estrada (2008) sentencien el seu discurs afirmant que la informació correspon al contingut del missatge, mentre que la relació que s’estableix quan aquest missatge pren forma i és expressat, es correspon amb el terme comunicació.

La comunicació, però, ha estat definida per nombrosos autors, encara que algunes definicions han estat més reeixides que d'altres. És el cas, per exemple de Cooley, qui, l'any 1909, definia la comunicació en els següents termes: “el mecanisme segons el qual les relacions humanes existeixen i es desenvolupen; inclou tots els símbols de l'esperit amb els mitjans de transmetre'ls a través de l'espai i de mantenir-los en el temps. Inclou l'expressió del rostre, les actituds, els gestos, el to de la veu, les paraules, els escrits, l'imprès, els ferrocarrils, el telègraf, el telèfon i tot allò que condueix a tota darrera culminació de la conquesta de l'espai i del temps”.

Per a José Luis L. Aranguren (1975: 11), “la comunicació ha d'entendre's com a “tota transmissió d'informació que es porta a terme mitjançant l'emissió, la conducció i la recepció d'un missatge”. Aranguren assenyala que el receptor no ha de ser, necessàriament una persona, sinó que pot realitzar aquesta tasca un aparell electrònic i, en aquest sentit, passa el mateix amb l'emissor. Conclou que “el mode plenari de comunicació entre els homes és, evidentment, el llenguatge. El llenguatge, com a posada en comunicació de, almenys, dues persones, és un fet social (de psicologia social, com a mínim). En el llenguatge cal distingir el seu sentit descriptiu, cognitiu i emotiu. Així les coses, el llenguatge no es pot separar del comportament humà pel fet que obeeix a l'esquema estímul-resposta característic del conductisme el qual es troba sotmès a la influència de la psicologia de la *Gestalt*. Finalment Aranguren assenyala (1975: 67): “tota paraula, per descriptiva que vulgui ser, arrossega una càrrega emocional”. La definició facilitada per Gifreu (1991: 66-68) resulta especialment representativa atès que ha estat adoptada per nombrosos autors: “la comunicació humana és un procés històric, simbòlic i interactiu segons el qual la realitat social és produïda, compartida, conservada, controlada i transformada”.

Gloria Hervás defineix la comunicació en aquests termes (1998: 12): “podríem definir la comunicació com l'acte mitjançant el qual una persona o persones transmeten a l'altre o altres, mitjançant qualsevol procediment,



missatges de contingut divers, utilitzant, intencionadament, signes dotats de sentit per ambdues parts, per la qual cosa s'estableix una relació que produeix uns efectes”.

D'altra banda, García-Madrugal i Vicén, a *Fundamentos de comunicación humana* (1994: 11), defineixen la comunicació en els següents termes: “la comunicació, en fi, és l'exercici fecundant que permet a l'ésser humà crear àmbits que omplen la seva significació humana quan assumeix totes les variables d'una realitat contínuament canviant i estableix un camp obert de presència”. De tota manera, expressen la necessitat de tenir en compte les nombroses definicions que han sortit a la llum, resultat de diversos punts de vista i aportacions disciplinàries. Winkin (1984: 11) –esmentats pels autors anteriorment esmentats– es refereix a les dificultats per aconseguir una definició ajustada del terme “comunicació”:

*“La paraula comunicació és un terme irritant, un inversemblant traster on s'hi troben trens, autobusos, telègrafs i cadenes de televisió, petits grups de trobada –investigadors i pensadors no paren de criticar-lo, rebutjar-lo, desfer-lo– però el terme sempre torna a sortir a la superfície, verge i pur”.*

Schram (1982: 14-17) obté el significat del terme “comunicació” entenent-lo com a procés social. La comunicació es l'eina que fa possible les societats, conferint-li la qualitat d'humanes. Així, la societat es contempla com la suma de relacions on es comparteix informació d'algun tipus, i les persones són les que atribueixen significació a les relacions comunicatives.

Mattelart i Mattelart (2005) apunten que la noció de comunicació comporta fer referència a multitud de conceptes i de sentits. L'avenç tecnològic i la professionalització de les pràctiques no han fet res més que augmentar les dificultats de definició per un terme que disposa de tants punts de vista com persones s'atreveixen a buscar un significat per la “comunicació”. També assenyalen que, sovint, l'estudi de comunicació ha suposat una

convergència de disciplines. En l'estudi de la comunicació s'hi ha interessat, entre d'altres, la filosofia, la història, la geografia, la psicologia, la sociologia, l'etnologia, l'economia, les ciències polítiques, la biologia, la cibernètica o les ciències del coneixement, entre d'altres.

Interessa, però especialment, la definició de comunicació que proposen Sperber i Wilson a la seva obra *La Relevancia, comunicación y procesos cognitivos* (1994). Parlen, obertament, de la comunicació de pensaments, supòsits o informació. Per *pensaments* entenen les representacions conceptuais (davant de representacions sensorials o estats emocionals). Per *supòsits* entenen pensament que l'individu considera representacions del món real (davant d'invençions, desitjos, o representacions de representacions). Finalment, per *informació* conceben la representació i transmissió de fets, per tant, i per alguns autors, tota informació és certa per definició.

Per la seva part Riesmann (1968), fa la següent aportació: “la comunicació és la instauració d'un estat de mancomunitat quan aquest pot identificar-se amb la comprensió. La comunicació efectiva es produeix quan l'estímul emissor, tal com es va iniciar i amb una determinada intencionalitat, es correspon amb l'estímul que percep i al qual respon el receptor”.

González Alonso (1984) diu: “es pot definir el terme comunicació com l'acte inherent a l'home que l'ajuda a expressar-se i a conèixer més de sí mateix, dels altres i de l'entorn que l'envolta”.

Finalment, Berjano i Pinazo (2001) consideren que existeixen un seguit de característiques compartides en les múltiples definicions del concepte “comunicació”:

- a) Es tracta d'un procés intencional, interactiu i dinàmic.

- b) Pretén transmetre un missatge des d'un emissor que codifica una idea a un receptor que és susceptible de descodificar-la.
- c) Per a transmetre el missatge s'utilitzen una enorme diversitat d'estímulos tant verbals com físics.
- d) Es tracta d'un procés enormement mediatitzat per les experiències d'aprenentatge tant de l'emissor com del receptor del missatge.
- e) Es susceptible de veure's modificada en funció de la situació en què es transmet el missatge.

Arribats en aquest punt, es fa necessària la construcció d'un model d'anàlisi (model teòric en l'estudi de la comunicació) que permeti afrontar amb rigor la interpretació del paisatge com a objecte inanimat amb capacitat d'evocació comunicativa. En aquest sentit, es farà esment, únicament, a dos models un més convencional i un altre molt més ajustat al model d'anàlisi que aquí interessa destacar.

a) Model de la comunicació de Lasswell (1948): representat a partir del següent esquema:

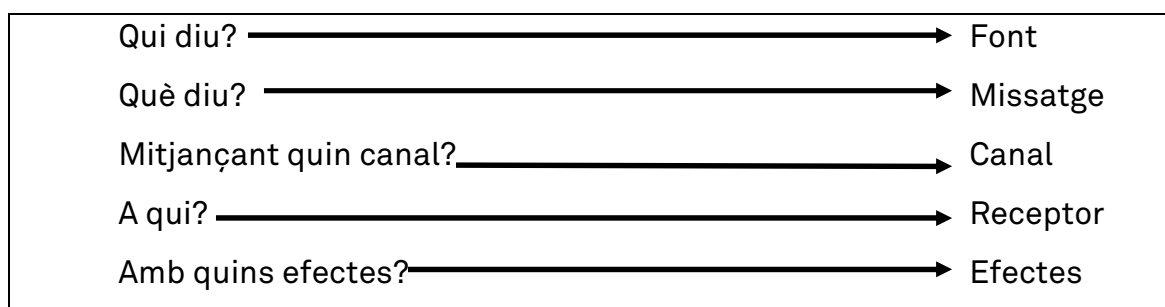


Fig. 11. Implicacions del model de comunicació de Lasswell (1948). Font: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. McQuail, D. (2000).

En canvi, el model constructivista que proposa Paul Watzlawick, destacat membre de l'Escola de Palo Alto es considera molt més adient en funció del tipus de comunicació que pretenem abastar en el present treball de recerca. S'inscriu, plenament, en el paradigma interpretatiu, el qual sosté que el món que experimentem el construïm automàticament nosaltres mateixos perquè

no dispensem atenció a la manera com realitzem aquest mateix acte de construcció. Aquesta afirmació segueix, en molt bona mesura, els postulats establerts per Ernst Von Glaserfeld, considerat un dels màxims precursors del pensament constructivista: “El constructivisme és, doncs, radical perquè trenca amb les convencions i desenvolupa una teoria del coneixement en la qual aquesta ja no es refereix a una realitat ontològica “objectiva”, sinó que es refereix exclusivament a l’ordenament i organització d’un món constituït de les nostres experiències. El constructivista radical va abjurar d’una vegada per totes el “realisme metafísic” i es troba integrament d’acord amb Piaget quan diu: “L’intel·ligència organitza el món organitzant-se a ella mateixa” (Von Glaserfeld 1995: 57).

En relació amb la dualitat espai-comunicació, que té un interès especial per a aquest treball de recerca, Berjano i Pinazo (2001: 84-85) sostenen que l’espai que ens envolta imprimeix caràcter a les relacions de tipus comunicatiu en tres sentits:

- a) Perquè configura els patrons de relació quotidians: fa referència a patrons de relació social en funció, per exemple, de determinades disposicions arquitectòniques. Així, la configuració física de l’entorn espacial determina les formes i possibilitats de relació de qui l’habita.
- b) Perquè l’espai “parla”: el context ens proporciona informació de com ha d’interpretar-se el que s’està dient.
- c) Perquè determina el tipus de senyals sensorials que ens és possible atendre i, conseqüentment, esdevenen significatives per a nosaltres.

#### 5.1.4.1. La comunicació no verbal i el llenguatge del paisatge

Segons l'opinió de Mark. L. Knapp (1982: 41), la teoria existent i les investigacions sobre comunicació no verbal situen el seu interès, entre molts altres àmbits d'estudi, en l'anàlisi de la relació que s'estableix entre l'entorn o medi que ens envolta i la incidència generada sobre els processos de comunicació humana.

En els processos de comunicació intra i interpersonal, la percepció individualitzada del nostre entorn s'incorpora en els missatges que llancem a l'exterior que, al seu torn, alteren les percepcions inicials de l'entorn que tenia el receptor del nostre discurs. És així com rebem la influència de l'entorn i, alhora, també el mediatitzem.

Mehrabian, en la seva obra *Public Places and Private Spaces*, publicada l'any 1976, ja avançava la reacció emocional de la societat davant del seu entorn, producte de l'excitació, de la sensació de benestar i de la seguretat que genera cap a nosaltres el paisatge que ens envolta. L'autor s'atrevia, fins i tot, a establir una classificació sobre percepcions de l'entorn resultat del que ell denominava *ambients d'interacció*: percepcions de formalitat, de calidesa, de privacitat, de familiaritat, de compulsió i de distància.

En aquest context, podem inscriure l'anomenat "llenguatge del paisatge" com a manifestació de comunicació no verbal. Per llenguatge del paisatge s'ha d'entendre l'habilitació d'una línia d'investigació multidisciplinària que, en la seva globalitat, enriqueixi l'anàlisi i interpretació del paisatge per part de la societat i que, al seu torn, aporti nous instruments de valoració i gestió a fi de "prendre el pols" real d'aquest mateix paisatge, per a així gestionar-lo amb més eficàcia i equitat.

El disseny d'un llenguatge de naturalesa semblant representa un esforç més en la difícil tasca de definir metodologies d'anàlisi que permetin delimitar

els valors associats a un emplaçament concret, més enllà d'una classificació taxonòmica, i cerca, abans que res, la delimitació de metodologies de treball a partir de les quals enumerar els valors no físics -i per tant més emocionals i/o sentimentals- vinculats a l'espai.

El llenguatge del paisatge, d'aquesta manera, pretén fer intel·ligibles i/o classificables els valors intangibles que se li associen (simbòlics, estètics, identitaris, mitològics, etc.), mitjançant el desplegament de diverses pràctiques de treball que, en el seu conjunt, haurien d'aportar més llum a la difícil tasca que suposa inventariar els valors intangibles d'un espai físic així com el disseny de marques de ciutat i turístiques amb finalitats de posicionament identitari, turístic i territorial.

D'altra banda, aquest tipus de llenguatge s'inscriu en l'etern debat del paisatge dual (paisatge tangible *versus* paisatge intangible) i, per tant, el seu tractament hauria de suposar un avenç en el maneig d'una temàtica impregnada d'una alta càrrega de subjectivitat (la mirada de l'espai geogràfic). En efecte, el llenguatge del paisatge s'ha de concebre com un espai de coneixement transversal a partir del qual construir tesis argumentals que aportin un clar valor afegit al discurs actual sobre el territori, mitjançant aproximacions multidisciplinàries capaces d'acollir diferents punts de vista, en especial el de la lectura geogràfica i comunicativa del paisatge.

#### 5.1.4.2. La comunicació intrapersonal

El buidatge i recorregut bibliogràfic i telemàtic ens aporten una primera conclusió en relació amb el terme *comunicació intrapersonal*. El bagatge i la doctrina o, si es vol, la literatura relacionada amb aquesta modalitat de la comunicació humana ha generat poc interès entre la comunitat científica que es dedica a estudiar el “fenomen de la comunicació”. És ben cert que les anomenades “ciències de la comunicació” han basat bona part de la seva

producció investigadora i, per extensió, bibliogràfica, a l'estudi dels fenòmens (discurs, recepció, continguts, etc.) directament vinculats a la comunicació de masses. Diria encara més. Hi ha molts "teòrics" de la comunicació que ni tan sols inclouen la variable "intrapersonal" com a tipologia pròpia i legitimada de comunicació humana, entre altres raons perquè no la consideren "comunicativa" com a tal, seguint així el precepte que assenyalava que tot procés de comunicació ha de sorgir d'un emissor per anar a parar un receptor i, si aquest fet no es produeix, senzillament es nega la possibilitat de comunicació. En canvi, hi ha molts teòrics de la comunicació que sí que inclouen la varietat intrapersonal com a pròpia i, per tant, com a possible objecte d'estudi. És el cas, per exemple, dels professors Miquel Rodrigo i Enric Saperas.

Denis McQuail a la seva obra *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (2000) inclou la variable de comunicació intrapersonal com a pròpia de la comunicació humana. McQuail es pronuncia en els següents termes (2000: 37-38): "(...) es donen més tipus i més variats de xarxes de comunicació basades en alguna particularitat compartida de la vida quotidiana: un entorn (un barri, per exemple), un interès (com la música), una necessitat (per exemple, la cura de nens petits) o una activitat (com l'esport). (...) En el nivell intrapersonal, la investigació de la comunicació es concentra en el processament de la informació (per exemple, l'atenció, la percepció, la comprensió, la memòria i l'aprenentatge) i dels seus eventuais efectes (sobre el saber i les opinions i actituds).

McQuail planteja el següent quadre-resum que posa en relació la investigació i la teoria de la comunicació:

Qui comunica amb qui? (Fonts i receptors)
Per què es comunica? (Funcions i propòsits)
Com es produeix la comunicació? (Canals, llenguatges, codis)
Sobre què? (Continguts, referències, tipus d'informació)
Quines conseqüències té la comunicació? (Desitjades i no desitjades)

Fig. 12. Preguntes de comunicació. Font: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. McQuail, D. (2000).

En qualsevol cas, la comunitat científica que s'ocupa dels “assumptes de comunicació” està, com a mínim, dividida, en relació amb les implicacions comunicatives inherents als processos interns que experimenta un individu en interaccionar amb el seu entorn més immediat o, més concretament, amb el paisatge, que és el que aquí ens interessa tractar.

No obstant això, sobta que considerem comunicació el nivell “intra”, quan la comunicació, per antonomàsia i etimològicament, implica compartir o intercanviar. Així doncs plantejar la comunicació a mode de monòleg lineal genera controvèrsia. La via intrapersonal esgota la via del monòleg interior on l'emissor és, també, el receptor del seu propi missatge prèvia codificació a títol comunicatiu d'una interacció prèvia amb el seu entorn més proper.

La comunicació intrapersonal es pot titllar, doncs, de conversa íntima, profunda, simbòlica, que s'aconsegueix mitjançant símbols verbals implícits o bé representacions imaginàries. Per tant, i en essència, es tracta de “parlar-se a un mateix”, i implica, necessàriament, una reflexió interna. En efecte, la comunicació intrapersonal es produeix a l'interior de la persona i es realitza per mitjà de la codificació d'un missatge, com és el pensament.



La comunicació intrapersonal és necessària i prèvia a la interpersonal. No podem comunicar-nos amb els altres sense haver-ho fet abans amb nosaltres mateixos.

Per tant, podem concloure que la comunicació intrapersonal esdevé un tipus de reflexió conscient en la qual la nostra ment es dirigeix als nostres sentiments i també en sentit contrari, i tracta de racionalitzar les nostres emocions o de sensibilitzar el nostre raïocini. Ambdues parts intercanvien missatges entre elles buscant aclarir sentiments i/o idees amb la finalitat de prendre una decisió en relació a alguna cosa o algú.

La comunicació intrapersonal es posiciona, doncs, a mode de conversa autoreferencial, profunda i personal. Un emissor esdevé receptor del seu propi missatge, qui parla, és, al mateix temps, audiència. El que pensem, sentim, reflexionem té la seva importància, és quan sortim de nosaltres mateixos i ens vinculem al món quan s'origina un autèntic diàleg.

Hi ha un passatge de la novel·la *Piedra de Mar* de Francisco Massiani que evoca, perfectament, el significat de comunicació intrapersonal:

*“Però bé, vostès ho hauran sentit alguna vegada i és inútil que jo els ho recordi. I així, en tot cas, si no ho han sentit, llavors estic perdent el temps, perquè és quelcom que s’ha de viure, així com el gust d’una pera, d’un raïm que s’ha de mossegar per mastegar-lo i conèixer el seu suc. El suc del sol. El suc del mar, sobretot, perquè a vegades sembla una taronja exprimida sobre l’horitzó i, quan arriba la tarda em provoca mossegar el sol, beure’s el mar. Aixecar allò que separa el mar del cel i deixar-ho tremolant en una vibració greu, que desperti milions de peixos i els aboqui al cel. O menjar-se les estrelles que, quan són les nou, semblen maduixes. O passar-li la llengua al cel negre-blau, que deu tenir un gust a llimona dolç i boníssim. O cantar a plena gola “Cielito Lindo”, fins quedar-se mut. I parlo del cel i del mar i del plaer de veure el mar...”*

És així com la comunicació personal passa de monòleg a diàleg.

La comunicació intrapersonal podria exercir la seva legítima defensa com a modalitat pròpia de comunicació humana a partir de l'argument que sosté que la comunicació amb el nostre entorn (inerta i artificial) i amb la resta d'éssers vius esdevé, per la nostra capacitat d'interioritzar i d'expressar la nostra relació amb el medi ambient, sense necessitat que existeixi un receptor de forma explícita, ja que els simbolismes, imaginaris o evocacions que es desprenen d'un paisatge determinat adopten unes significacions personals que són processades (nivells filosòfic i psicològic) i interpretades (nivell comunicatiu) sense requerir la presència explícita d'un receptor que les entomi. Per tant, la comunicació adopta el rol d'humana quan un dels interlocutors té aquesta condició i, per tant, tan sols és necessari que interioritzi i formalitzi el que contempla.

Així les coses, una ciència general de la comunicació hauria d'acollir la modalitat intrapersonal, atès que l'expressió, la percepció, la cognició, l'evocació i la interpretació encara que unipersonal, és, pròpiament, humana i té connotacions clarament comunicatives.

Existeixen dues teories directament vinculades amb la psicologia cognitiva i el llenguatge que mostren les possibilitats reals d'estudi de la comunicació intrapersonal:

- a) Jean Piaget: el llenguatge reflecteix el desenvolupament cognitiu individual. La parla egocèntrica desapareix i es substituïda per la parla social. El pensament sorgeix com a part del procés d'adaptació biològica. Tots els organismes, afirmava, s'adapten al seu entorn i, en el cas dels lactants humans, ho fan mitjançant l'elaboració a les seves ments d'un model del món.

- b) L. S. Vygotsky: psicòleg rus. El llenguatge té les seves arrels en les interaccions socials, però el pensament es desenvolupa a partir de les accions de l'individu sobre l'entorn. La parla egocèntrica continua a les nostres ments com a pensament verbal mentre desenvolupem la parla social per comunicar-nos amb els altres.

És ben cert que circula poca literatura acadèmica referida a l'àmbit de la comunicació intrapersonal en l'àmbit específic de la teoria de la comunicació, en canvi, sí que presenta una notable rellevància en el camp específic de la psicologia. Aquest fet es deu, en part, a les àmplies implicacions de tipus cognitiu, perceptiu i sensorial que incorpora aquesta tipologia de comunicació.

Felicísimo Valbuena també s'ha ocupat extensament d'abordar la variable de comunicació intrapersonal entre la seva extensa literatura sobre comunicació humana. En concret, a la seva obra *La comunicación y sus clases. Aplicaciones a diversos campos de la actividad humana* (1979) dedica tres capítols al tractament de la variable intrapersonal.

Inicia el seu discurs en relació amb l'existència d'axiomes metacomunicacionals a partir dels quals pivota la teoria de la comunicació i caldrà aturar-se, tan sols, en el primer dels anomenats axiomes, que diu: "No es pot no comunicar". Significa, segons Valbuena (1979: 97), que la comunicació és equivalent a la conducta i, per tant, com que sempre estem exhibint algun tipus de conducta, sempre estem comunicant. Per tant, aquest primer axioma contribueix extraordinàriament a "validar" el concepte de comunicació intrapersonal, atès que, per bé que en el procés comunicatiu el més habitual és que existeixin un mínim de dos agents de la comunicació per tal que els missatges rebin la interpretació pertinent, també és possible que una sola persona adopti el rol d'emissor i receptor de les seves accions al mateix temps, mitjançant el pensament (cognició). I aquesta és,

precisament, la quinta essència de la comunicació intrapersonal, per a molts “mare” de tota la resta de tipologies de comunicació humana.

Tal com ja s’ha dit amb anterioritat, la comunicació humana intrapersonal ha estat un objecte d’estudi controvertit. La principal discussió que s’ha generat en motiu del seu estudi és, d’entrada, l’afirmació o la negació de la seva existència. Si partim del postulat que assenyala que la comunicació, per antonomàsia, necessita un mínim de dos coproductors per tal que tingui lloc –emissor i receptor-, què passa amb la comunicació intrapersonal? Queda deslegitimada d’entrada?

K. Weick es pronuncia de la següent manera: “hi ha raons per pensar que la comunicació intrapersonal és una variable de comunicació com les altres. Les raons són aquestes:

1) Si només podem conèixer el que hem fet després d’haver-ho viscut, dins de l’elecció personal s’hi troba l’establiment d’autocontrol, és a dir, comprovar fins quin punt el que s’ha realitzat es correspon amb el que en un temps anterior es va projectar. Aquest autocontrol no sempre es porta a terme amb altres persones, sinó que el subjecte el realitza per si mateix, esclarint pensaments i sentiments. El control, essent una propietat dinàmica dels sistemes, es dona dins del sistema intrapersonal.

2) A més, per tal que un sistema s’organitzi, es requereixen, com a mínim, tres components. Es pot parlar d’emissor, receptor i missatge. Però “tres pot pertànyer a gent o fer referència a dues persones més un objecte, o a una persona més dos objectes... la nostra argumentació implica que una sola persona que coorienta dos ítems d’informació està demostrant un tipus d’organització.

El que sembla clar, doncs, és que existeix una dimensió perceptual en què l’individu es relaciona amb el seu entorn. Existeix, per exemple, un model

teòric del qual és autor Georg Gerbner, que assenyala l'existència d'una dimensió perceptual en la qual l'individu es relaciona amb el seu ambient.

En tot cas més que no pas la percepció, Valbuena (1979: 120) prioritza l'atenció com a punt de partida més interessant des del punt de vista de la comunicació. És més simple i canviant, més observable, i aconsegueix connectar més la persona amb els canvis que experimenta i amb l'ambient. En aquest sentit, atorga tres funcions a la variable "atenció":

a) Concreta quin tipus d'informació s'activa en la persona, aquest nivell de concreció és el que atorga significat a la informació.

b) Relaciona a la persona amb la multitud de possibles canvis que hi ha en l'ambient.

c) Disposa la persona per a l'acció.

En tot cas, i en opinió de Valbuena, l'enfocament sistemàtic de la comunicació intrapersonal, que intenta mostrar la relació entre les seves diferents parts pot ser abordat des de dues teories aparegudes a l'Edat dels Sistemes (anys seixanta): a) el sistema de creences- no creences de Milton Rokeach i b) l'Anàlisi Transaccional d'Eric Berne.

En relació amb el primer model, es defineix el concepte de creença: "qualsevol proposició simple, conscient o inconscient, inferida del que una persona diu o fa, capaç d'anar precedida per la frase "jo crec...". Cada creença té tres components:

1) Un component cognoscitiu: perquè representa el coneixement d'una persona.

2) Un component afectiu: la creença és capaç d'activar un efecte d'intensitat variable centrat sobre l'objecte de la creença, sobre objectes (individus o

grups), adoptant una posició positiva o negativa respecte l'objecte de la creença o davant la creença mateixa, quan la seva validesa es troba seriosament qüestionada, com en un argument.

3) Un component conductual, perquè la creença porta a l'acció.

Pel que fa a les no-creences, es tracta d'un sistema que representa molt més que no pas un concepte oposat al sistema de creences. Finalment, el model de Rokeach delimita les propietats del sistema de creences i no creences:

a) Aïllament: quan una persona diu "a i b no estan connectats" està afirmat, una relació, precisament la relació d'aïllament.

b) Diferenciació: els sistemes de creença i no-creença es diferencien segons el grau de riquesa dels detalls, de discriminació dels estímuls.

c) Inclusivitat o estretesa del sistema: depèn del coneixement o interès que la persona tingui pels subsistemes de no creença.

L'any 1994, Donna R. Vocate de la Universitat de Colorado va publicar l'obra *Intrapersonal Communication. Different voices, different minds*. Vocate, ja en la introducció del seu llibre, avança l'enorme complexitat que suposa l'estudi de la comunicació intrapersonal. L'autora assenyala que cal disposar d'una teoria *a priori* que permeti orientar la investigació de l'usuari. En aquest sentit, assenyala que aquesta modalitat de la comunicació humana incorpora variables fisiològiques, neurològiques, culturals, psicològiques, lingüístiques, socials i qualsevol altra disciplina que es vulgui "habilitar" per iniciar el seu estudi transversal.

Vocate, al llarg de tot el llibre, insisteix en la importància d'estudi del que ella anomena com a *self-talk* (autoxerrada). En aquest sentit, assenyala la

necessitat d'establir un paradigma teòric que fonamenti les bases de la comunicació intrapersonal, la qual explora un particular tipus de parla, l'auto-parla. Vocate assenyala que la comunicació intrapersonal és engendrada per la interacció simbòlica i sorgeix a partir de la creació mental de la parla interior (*inner speech*). Els conceptes relacionats amb la comunicació intrapersonal i la parla o diàleg interior es confonen sovint i no és fàcil distingir-los.

L'autora manté que la comunicació intrapersonal possibilita totes les altres variables de comunicació humana en un sentit ontològic, és a dir, la comunicació intrapersonal es situaria com a pal de paller a partir de la qual podem concebre la resta de tipologies de comunicació (interpersonal, cultural, massiva, etc).

La perspectiva teòrica de l'autodiàleg i el discurs interior situa bona part dels seus fonaments teòrics en l'interaccionsime simbòlic de George Herbert Mead així com amb la teoria sociocultural articulada per L.S. Vygotsky i A.R. Luria.

Vocate defensa el nivell intrapersonal com a variable de comunicació i de parla a banda d'esdevenir un autèntic fenomen digne d'estudi. Les dificultats vénen a l'hora de definir *self-talk*, és a dir, autoxerrada, el seu desenvolupament, propòsits i funcions. Així doncs, el nivell de parla interior comprèn l'autoxerrada interna així com el procés de codificació que crea i sosté tota la parla humana. En efecte, el que Vocate anomena com a *self-talk* esdevindrà un nivell d'anàlisi del diàleg (autoxerrada) per, posteriorment, tenir en compte la seva codificació que es correspon amb el nivell de parla interior (*inner speech*).

La comunicació es pot considerar un procés únic si es veu com una transmissió d'estímul i la seva posterior resposta o acció. L'axioma de la comunicació defensat per Watzlawick, Beavin i Jackson (1967) on

s'assenyala literalment que “és impossible no comunicar” és molt eloqüent en relació amb el que representa la comunicació intrapersonal. Vocate (1994), en aquest context, assenyala que la comunicació humana esdevé única per dues raons: per les implicacions de discurs i/o parla humana i el procés simbòlic que possibilita el llenguatge.

Vocate, en un esforç per definir la comunicació intrapersonal estableix diversos nivells d'anàlisi: (1994: 5-8):

- A. Intrapersonal com a nivell: la nostra classificació acadèmica de la comunicació humana abasta tres categories en funció de les persones que s'hi troben implicades: intrapersonal, interpersonal i comunicació pública. La recerca i el focus d'atenció escolar s'han fonamentat, únicament, en les dues darreres variables de la comunicació humana. La conseqüència directa de tot plegat és que el nivell intrapersonal, s'identifica, simplement, amb la comunicació que es troba implicada en un únic comunicador, sense necessitat d'anar més enllà. Aquest nivell identifica, únicament, contexts, i no aporten gens d'informació substantiva sobre la naturalesa de la comunicació que realment s'esdevé. Per tant, la definició d'intrapersonal es refereix al nivell d'anàlisi que té en compte el comunicador com a emissor i receptor, però fracassa en l'intent de distingir la comunicació humana en aquest context de la d'un senzill om que respon biològicament a una invasió d'insectes
  
- B. Intrapersonal com a fenomen: Roberts, Edwards i Barker (1987) proporcionaven una aproximació específica al terme intrapersonal: “tots els processos fisiològics i psicològics de missatges que es produeix a l'interior dels individus en nivells conscients i no conscients en un context on s'intenten entendre ells mateixos i l'entorn que els envolta”. En els nivells de percepció, les neurones transmeten informacions al cervell, aquestes mateixes dades no



esdevenen components simbòlics de la comunicació humana fins que el procés interpretatiu hi aporta significat. Per tant, hem de ser molt cursos en identificar els fenòmens de l'intrapersonal com a centrals en la comunicació de la parla.

C. *Self-Talk* com a fenomen: esdevé un contrast entre l'existència interna i l'externa. Operacionalment, l'autora defineix el *self-talk* com el diàleg amb el *self* (un mateix), el qual es manifesta en dues variables diferenciades: a) en silenci, processos dialògics de parla interna i b) el format audible, diàlegs externs adreçats al *self* (un mateix) a través d'altres individus que poden sentir-ho. Per tant, els atributs distintius del *self-talk* que ens proporciona aquesta definició serien: a) autoconsciència o el que Mead (1934) anomena *consciència reflexiva*; b) naturalesa dialògica –adreçada al *self* com a objecte d'una parla audible o silenciosa; c) un estímul, qualsevol signe o símbol originat des del *self*, i d) una interpretació, resposta simbòlica o *feedback* provinent del *self*. La parla interna (*self-talk*) pot esdevenir, així, intencional o no intencional, silenciada o vocalitzada.

En el procés de desenvolupament del *self-talk* hi té un paper essencial qualsevol discurs humà i també els processos d'interacció simbòlica. Seguint Mead, però en clar rebuig al seu conductisme social i el seu especial èmfasi en l'acte conductual, es produeix un diàleg entre l'individu i la societat comprès a partir de la codificació interna de la informació.

En relació amb els propòsits i funcions del *self-talk*, Vocate assenyala que, en termes de creació de propòsits de significat, l'objectiu final no es troba en el procés d'autoxerrada per si mateix, sinó en la creació de significat pel propi emissor. Des del punt de vista de Mead (1934), és la resposta conductista que dóna sentit a l'acte comunicatiu com a significant. El creixement personal es produeix, només, en els nivells de *self-talk*.

Arribats en aquest punt cal parlar dels propòsits d'adaptació cognitiva, on el *self-talk* es constitueix com una versió cognitiva del procés d'adaptació de Piaget, així com la interacció segons la qual l'organisme utilitza l'adaptació a l'entorn en benefici propi. Per tant, el *self-talk* esdevé un instrument crucial en el procés de comprensió del fenomen conductista de la comunicació humana i, defineix alhora el *self-talk* com una manifestació de connexió del discurs intrapersonal.

Així les coses, l'*speech communication* desenvoluparia les següents funcions: a) vincle amb l'entorn individual en relació amb la resta d'entorns grupals; b) desenvolupament d'elevats processos mentals; c) regulació dels aspectes conductistes del *self* i dels altres. Quant a la definició concreta de *inner speech*, Vygotsky la defineix com a discurs-parla així com a idea-pensament.

En definitiva, i seguint Vocate (1994: 27), el fet de parlar representa la quinta essència de la comunicació humana i en els nivells de comunicació intrapersonal existeixen alguns conceptes clau com els de *self-talk* i *inner speech*, els quals no representen fenòmens idèntics. L'*inner speech* utilitza els múltiples significats internalitzats a partir d'interaccions socials inherents a la cultura i derivats de l'experiència personal del *self* amb l'única intenció d'endinsar-se en l'horitzó de la comunicació interioritzada. El codi de l'*inner speech* és dinàmic i processual a la natura, però mai esdevé comunicatiu.

Per altra banda, el *self-talk* envolta el diàleg entre els elements del *self* -"I" i "Me", "Ego" i "non-Ego". Esdevé comunicatiu perquè estableix un diàleg entre els significats objectius i subjectius.

#### 5.1.4.3. La teoria dels vasos comunicants en comunicació humana

Eva Aladro (2004) fa una interessant aportació en relació amb les vinculacions que s'estableixen entre la comunicació de masses i la comunicació interna a l'individu (comunicació intrapersonal). L'autora, assenyala, en aquest sentit, que totes les dimensions de la comunicació es troben interconnectades entre sí, i constitueix, així, una mena d'interfície entre elles, on els processos de retroalimentació que s'esdevenen han estat abordats per nombroses disciplines.

La recerca de connexions que estableixin meridians relacions entre el nivell de comunicació més microscòpic –la comunicació intrapersona– i el nivell macrosocial –comunicació de masses– proporcionen, en opinió d'Aladro (2004) vies de comprensió en relació amb la cultura de masses i els processos de comunicació col·lectiva que s'hi esdevenen.

La generació d'imaginariis socials o col·lectius provinents de processos de comunicació intrapersonal representa el primer nivell d'interacció comunicacional possible. Així doncs, aquests mateixos imaginariis generats en l'àmbit individual són transmesos a nivell de comunicació cara a cara (interpersonal) per, posteriorment, i mitjançant l'ús d'enginyis tecnològics, traspasar-ho a l'àmbit de la comunicació de masses. Aquesta seqüència, que pretén fotografiar el circuit de la comunicació humana, situaria la comunicació intrapersonal en una mena de posició ontològica, en relació amb la resta de tipologies de comunicació humana, atès que totes emanarien d'un "manatíal" principal que en aquest cas serien els processos de comunicació interna de l'individu (comunicació intrapersonal). Quant a aquest extrem, Aladro es pronuncia amb aquestes paraules: "entendre que els processos de comunicació de masses són anàlegs estructuralment als processos cognitius intrapersonals és essencial per tal de comprendre bé la comunicació" (2004: 120).

Així les coses, l'estudi de les *interfaces* que hi ha entre comunicació intrapersonal, interpersonal i social esdevenen clau en l'estudi transversal dels processos de comunicació. En aquest punt, Aladro (2004: 121) entén la comunicació com un "procés simpàtic, atès que la possibilitat d'accedir a altres experiències comunicatives mai s'esgota".

L'autora desenvolupa la teoria del "contagi" entre tipologies de comunicació humana, segons la qual la comunicació és un organisme interconnectat, el qual es retroalimenta dels nivells de comunicació més elementals (comunicació intra i interpersonal) per acabar-ho traslladant al nivell de comunicació de masses. És a dir, la dinàmica de la projecció-identificació en el món dels mitjans de masses reprèn constantment les possibilitats d'exportar percepcions i cognicions del món personal, íntim intra o interpersonal, al món social, col·lectiu, basant-se, precisament, en la facilitat que com a éssers humans tenim per projectar aquestes cognicions, i adoptar les posicions i situacions alienes o externes o identificar-nos-hi (Aladro 2004: 124).

En efecte, la comunicació es constitueix així, sobre la base d'un fenomen simpàtic, en el sentit d'integrar processos provinents de diferents dimensions (processos cognitius interns, processos interpersonals i processos socials massius) el qual interactuen entre elles, per mitjà de l'efecte contagi. En aquest punt Aladro assenyala (2004: 124) que "l'associativitat i l'adhesió espontània a processos representacionals o simbòlics de tot tipus és un tret definitori de la naturalesa de la comunicació".

Arribats en aquest punt es pot establir la "teoria dels vasos comunicants" amb la qual s'encapçalava l'apartat. Bàsicament, l'intercanvi comunicatiu entre diferents esferes (intrapersonal, interpersonal, grupal i massiu) tendeix a produir i a provocar altres intercanvis amb què guarda relació. En aquest sentit, Aladro (2004) afirma que la comunicació intrapersonal es

mantingui a redòs de l'activitat que crea la comunicació interpersonal, cultural i de masses. L'autora entén el procés de dalt a baix (de masses a intrapersonal) i no de baix a dalt (d'intrapersonal a de masses), tot i que l'autora sosté que el procés també es pot produir a l'inrevés en el sentit que els processos cognitius que es produeixen a l'interior de l'individu poden afavorir i provocar grans processos de comunicació col·lectiva.

Aladro (2004) conclou en seu discurs afirmant que els intercanvis entre el món intrapersonal i el món col·lectiu-massiu impliquen el desenvolupament de nous mitjans tècnics de transmissió i, per extensió, impliquen l'enriquiment dels estudis transversals de la comunicació més enllà de l'estudi de les masses.

#### *5.1.5. L'aportació d'Abraham A. Moles a l'estudi de la dualitat espai-comunicació*

Abraham A. Moles es constitueix avui dia com un dels més prestigiosos pensadors contemporanis en comunicació. Li interessa, especialment, fixar de forma definitiva els fonaments epistemològics de l'estudi de la teoria de la comunicació i, en aquesta línia, intenta potenciar el seu estudi allunyat de la influència de l'anomenada "comunicació de masses", la qual ha copsat la major part de la recerca realitzada fins avui en l'àmbit específic de la comunicació. Moles és partidari, així, d'un estudi rigorós de l'anomenada "comunicació humana". És considerat l'introducció del terme "psicologia de l'espai".

En aquest sentit, l'autor planteja en primer lloc, la necessitat d'establir una definició acurada del terme "comunicació". A parer seu (1992: 7-8), el terme neix a partir de la unió de tres doctrines:

- a) Moviment Sistèmic anteriorment anomenat “Cibernètic”: de Wiener, McCulloch, Ashby i Moreno, que pretenien reduir la representació dels fenòmens humans o socials a un conjunt de *grafs*.
- b) La informació definida per Wiener, Shannon i Jakobson i en origen a Leibniz i Plató, que mesuren els intercanvis entre els éssers de la xarxa o la complexitat dels *grafs* d'aquesta xarxa.
- c) Teoria de la Retroacció o *feed back* a partir dels treballs de Poincaré i Vanderpol, que analitzen les equacions diferencials amb coeficients no constants.

Una de les aportacions més importants de Moles s'ha obtingut a partir de la seva introspecció en el terme proxèmica. Bàsicament, afirma que l'individu es troba sotmès a la influència d'un “paisatge social” que li proporciona un seguit d'estímuls (mitjans, propers i llunyans) que acaben determinant la seva acció. A partir d'aquí, introdueix el terme *Ecologia de la Comunicació*, que té per objecte la recerca de les categories de comunicació que es poden establir en el camp social entre els individus que en són membres (dins de *Alguns axiomes previs a una Ecologia de la Comunicació*, Moles 1992: 14). El terme *ecologia* vinculat a estudis de comunicació es fa visible l'any 1921, quan Robert Ezra Park i E.W. Burgess titllen d'ecologia el seu estudi sobre la ciutat entesa com a “laboratori social”. El concepte inicial parteix del biòleg alemany Ernest Haeckel qui, l'any 1859 va definir l'ecologia com la ciència de les relacions de l'organisme amb l'entorn, la qual avarca, en sentit ampli, totes les condicions d'existència (Mattelart, A. i Mattelart, M. 2005: 28).

Queda clar, doncs, que Moles prioritza l'estudi de la comunicació no mediada per mitjans tècnics i/o tecnològics (*mass media*) i augura, al mateix temps, el seu ocàs. L'autor parla d'una comunicació emergent que sorgeix dels “mitjans interindividuals” a l'interior del “pressupost-temps” de comunicació de l'ésser, arran de la seducció que exerceixen damunt seu. Comunicacions a través del temps i l'espai, documents i conserves culturals

contribueixen a construir un nou “paisatge informacional” de l’individu (*infotainment*) com a eina de la qualitat de vida (Moles 1992: 14).

Moles, en aquest sentit, parla dels mitjans de comunicació a mode de finestres tancades al món a la vegada que fa esment de l’emergència d’estudis que posen en relació la interacció individu-medi ambient no només en termes de presència física, actual o de percepció directa, sinó també la que Moles anomena com a “presència vicarial” mitjançant una imatge (visual, sonora, tàctil, etc) que sorgeix del que els comunicòlegs anomenen *terminal*: una pantalla, una membrana, una finestra, que pertanyen a l’inventari global dels estímuls: el receptor tindrà en compte aquest conjunt sota el nom de “paisatges de comunicacions”, per determinar-ne més endavant els comportaments ulteriors a partir de causes aïllables; és el cas del principi “estímul/resposta” (Moles 1992: 18).

L’autor també defineix amb claredat les relacions individu-medi ambient en un context de comunicació intrapersonal: “la metàfora d’un ésser conscient situat dins la seva esfera personal davant múltiples pantalles de “terminals diversificats” que el connecten amb diferents llocs mitjançant un cost de recorregut i d’accés, i construeixen el seu paisatge d’accions o de decisions: totes “imatges” de la realitat de naturalesa diferent.

Moles insisteix en la necessitat d’estudi de les implicacions comunicatives que es desprenen de la interacció de l’individu en “peregrinació en el món”: objectes o fenòmens com a font d’estímuls, de coneixements, de plaers i de dades, integrant-se en un paisatge d’accions, reaccionant a cadascun d’ells en funció d’una taula de valors que pertany integralment a la seva constitució, al seu mapa mental; la precisió de les imatges parcials és més o menys gran (...) Emergeix amb claredat, doncs, una *Psicogeografia* menys interessada pels objectes materials que hi són transmesos que pels signes que els representen (Moles 1992: 22). Així les coses, l’intel·lectual francès

acaba definint *Ecologia de la comunicació* de la següent manera (1972: 737): “L’ecologia de la comunicació serà la ciència, en desenvolupament, de les relacions i interaccions existents entre les diferents activitats de comunicació a l’interior d’un conjunt social dispers en el territori: empresa, ciutat, estat, globus terrestre, etc”.

### CONCEPTE D’ESFERA PERSONAL I DE PAISATGE COMUNICACIONAL COM A DETERMINANT DE L’ACCIÓ (ABRAHAM A. MOLES 1992: 9)

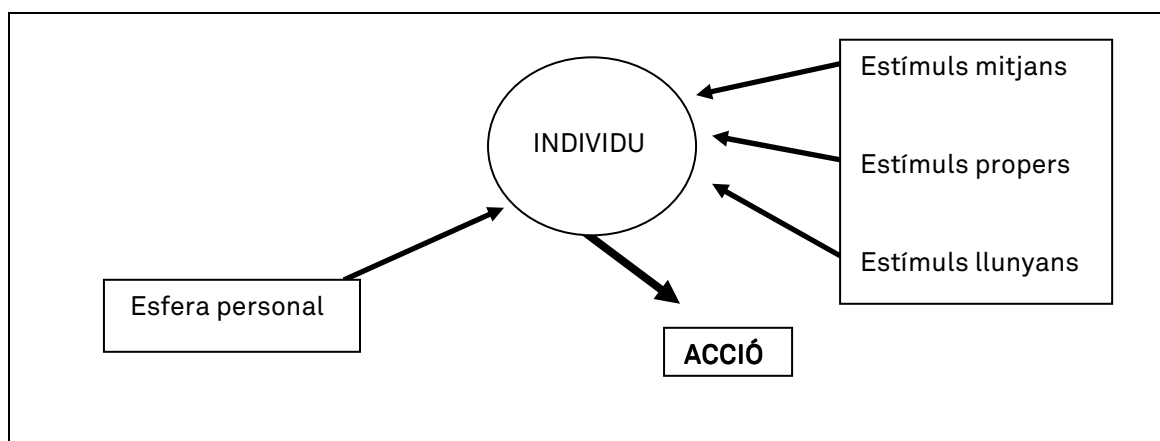


Figura 13. El model espai-comunicació d'Abraham A. Moles. Font: Abraham A. Moles a *Finestres tancades sobre el món: Les comunicacions?* (1992: 9).

Miquel de Moragas també es refereix a l’aportació intel·lectual de Moles a la seva obra *Teorías de la Comunicación* (1990: 155 a 157). En concret, fa referència a la contribució de l’autor francès en relació amb l’ecologia de la comunicació, la qual interpreta, en funció del model físic-teòric que planteja Moles, com “aquella variable que pretendrà abastar tota l’estructura comunicativa que afecta l’individu en el cosmos”. Moragas també fa notar que “l’ecologia de la comunicació interpretarà, científicament, la interacció entre espècies comunicatives diferents, properes o llunyanes, tàctils, visuals o auditives, fugaces o registrades, massives o no massives, que actuen sobre l’individu en l’espai del seu temps quotidià”. Arribats a aquest punt, Moragas conclou: “aquesta subdisciplina també prestarà atenció a l’estudi de la comunicació espacial, comunicació temporal, comunicació



propera o llunyana, comunicació personal o anònima, comunicació de reciprocitat o de difusió i a cadascuna d'aquestes diferents variants comunicatives li correspon una funció i una forma d'interrelació. (...) El món biològic, el món físic, el món econòmic, es troben entrelaçats a l'idea d'interconnexió i, en definitiva, de comunicació” (1990: 155).

Moles introdueix també els conceptes de *Memòria del món*, *Retaule de coneixements* i *Retaule sociocultural*. Aquí interessen, especialment, les definicions que proposa el sociòleg francès vinculades a l'ecologia de la comunicació (Moragas 1990: 159):

- a) Memòria del món: acumulació d'experiències en la història de la humanitat.
- b) Retaule de coneixements: és el resultat de la *memòria del món*, canal d'interpretació dels missatges que circulen pels circuits comunicatius determinants de la cultura.
- c) Retaule sociocultural: entitats de caràcter supraindividual que determinen el fet cultural que posteriorment l'individu adequarà, d'una forma o altra, a la seva conducta i vivència personals.

José Luis Piñuel ha estudiat a fons l'obra de Moles i en el text *Abraham A. Moles (1920-1992) y la Teoría de la Información* (1999: 166) assenyala que dins de les aportacions essencials de Moles, s'hi localitza una anàlisi psicosociològica que pren el testimoni de l'anàlisi dels conceptes de Kurt Lewin al voltant del camp topològic de les representacions i valors des del punt de vista d'una fenomenologia de l'espai i el temps en acord amb les línies mestres de la filosofia alemanya (Husserl, Heidegger, Scheler). Per tant, Moles utilitzava la via de la fenomenologia de l'espai centrada en l'individu, un tipus d'anàlisi que ell havia denominat, l'any 1965, com a “Embolcalls de l'existència”.

Per tant, la percepció de l'espai i del temps així com l'estudi dels lligams que s'establien entre la psicologia de l'espai i els mecanismes de la comunicació van provocar bona part de l'interès investigador del sociòleg francès. Per a Moles, cada operació de comunicació i/o d'interacció, afecta, necessàriament, a totes les altres vessants, atès que "consumeix" una certa quantitat de temps o d'espai. Aquesta és l'idea-força d'una ecologia de les comunicacions definida com la interactuació de comunicacions de diferent espècie a l'interior d'un domini restringit de l'espai i del temps. Aquí rau, doncs, una organització de l'esfera personal de l'esser humà que es reparteix entre el seus actes, les seves interaccions amb els altres, el seu treball i el seu descans, així com hi ha també l'organització d'un territori o d'un estat mitjançant els sistemes de relació que es construeixen en el seu interior. Rendir comptes d'aquesta organització i establir-la sobre bases de dades esdevé l'objecte d'una nova disciplina, l'ecologia comunicacional (Piñuel 1999: 170).

A l'Estat espanyol, Vicente Romano, professor de la Universitat de Sevilla, ha treballat el concepte d'*Ecologia de la Comunicació* en moltes de les seves investigacions. Entén el terme a mode de teoria de la comunicació ecològica. Assenyala que a la comunicació humana no només li interessin els aspectes quantitius, els valors de canvi, sinó també els qualitius, els valors d'ús, els quals, en darrera instància, afecten la qualitat de vida. D'aquesta forma, l'ecologia de la comunicació acaba establint ponts d'unió entre la teoria de la comunicació i l'ecologia humana.

En relació amb la temàtica específica que s'aborda en el present treball de recerca, Romano assenyala que els desenvolupaments tecnològics assolits en el passat i, sobretot, els actuals mediatitzen i, per tant, condicionen de forma excepcional els espais de l'experiència humana. Es per tot plegat que Romano reivindica, protegeix i fomenta els espais experimentals, els llocs

públics, i, per tant, es postula en contra de la xarxa telemàtica a què es troba sotmesa la societat actual.

El professor Romano també ha treballat, al llarg de la seva trajectòria acadèmica els vincles que s'estableixen entre els conceptes "espai" i "comunicació". En aquest sentit, l'autor assenyala: "l'espai i el temps determinen els processos socials de la comunicació. Les relacions entre espai i comunicació afecten qualsevol tipus de comunicació. Sembla, doncs, banal indicar que la dimensió espacial és essencial en la comprensió dels processos comunicatius (Romano 2000: 39).

Així mateix, el professor assenyala la necessitat d'estudi dels "espais de la comunicació" més enllà de la recerca que s'ha fet en comunicació de masses, i prioritza, en tot cas, l'anàlisi d'aquests espais des de la perspectiva de la comunicació intra i interpersonal. En aquest sentit, Romano manté que la comunicació no només es troba condicionada pels espais, sinó que ella mateixa crea i configura espais, és a partir d'aquí que podem parlar, entre d'altres, d'espais socials i culturals.

En l'àmbit específic de la comunicació intrapersonal aquest autor assenyala: "expressions com experiència, representació, sentiment i consciència de l'espai són categories elementals de tot allò viu, i no només de l'espècie humana" (Romano, 2000: 40). Per tant, l'individu es troba immers en un procés d'interacció constant amb els espais en els que es mou, comporta i orienta. Així les coses, els espais viscuts primària i secundàriament, de forma inconscient i conscient, determinen en gran mesura l'existència humana i les seves formes. Aquestes relacions es creen i transmeten mitjançant el llenguatge.

Per tant, l'autor es posiciona en el sentit d'entendre la comunicació en termes complementaris de l'actuació social, de la interacció, situant, d'aquesta forma la teoria de la comunicació *versus* l'estudi de les

implicacions comunicatives espacials. En aquest sentit, Romano assenyala (2000: 40) que "en la comunicació directa, en el contacte elemental humà, els participants actuen sota determinades condicions espacials. En cert sentit, l'espai mediatitza l'acció, adopta, en qualsevol cas el caràcter d'una variable intervinent. L'acció social s'efectua sempre en llocs concrets, i el mateix pot dir-se la comunicació, inclosa la pública".

El professor andalús defensa també la tesi que les relacions comunicatives esdevenen essencials en els processos de formació de la identitat, la capacitat de relacionar-se amb els altres i la competència comunicativa. Es produeix una interacció directa i constant amb l'entorn natural i social, en un espai i un temps determinats, amb el concurs explícit del sentits i de les possibilitats expressives. Així doncs, Romano parla de l'espai de l'experiència sensorial concreta, la comunicació contextualitzada i situacional. Exigeix la resposta, la reacció humana, que amplia la visió, és a dir, la comprensió individual de l'entorn social i del món.

#### *5.1.6. Cap a un tractat comunicatiu del paisatge. Aportacions i evolució històrica del pensament en geografia i en comunicació*

##### *a) L'exaltació empirista. La nova geografia i la perspectiva funcionalista de la comunicació*

Durant la dècada dels quaranta, després de la segona guerra mundial, s'esbossen les primeres propostes del que els seus autors entenen representa una geografia moderna, de caràcter científic, una autèntica ciència, homologable amb la resta de les ciències positives (Ortega Valcárcel 2000: 269). Per tant, s'advoca per la reconstrucció d'una ciència geogràfica arrelada en la filosofia analítica i/o positivista, la qual va

comptar amb el suport de la comunitat intel·lectual pertanyent al denominat *Cercle de Viena*.<sup>38</sup>

Aquesta corrent, per tant, sorgeix en clar rebuig de l'historicisme així com dels arguments esgrimits per l'idealisme i la metafísica transcendental. En aquest punt es comença a parlar de l'aparició d'una geografia científica (García Ballesteros 1986: 5).

Un dels màxims exponents d'aquesta nova tendència en geografia va ser F. Schaeffer, que advocava per una geografia entesa com a coneixement sistemàtic, una geografia que busqués regularitats i lleis, que compartís la metodologia de les ciències físiques (Ortega Valcárcel 2000: 270). És per aquest motiu que propicia la via explicativa i la unitat de la ciència, que s'assoleix des d'una perspectiva monista (Capel 1981: 381).

Així les coses, la “nova geografia” proposa i construeix com a objecte de la geografia “L'organització de l'espai(...). Les geografies analítiques converteixen l'espai, com a dimensió geomètrica, en l'objecte de la geografia científica” (Ortega Valcárcel 2000: 271).

Malgrat que l'època de màxima esplendor de la “nova geografia” se situa després de la segona guerra mundial, existeixen referents anteriors. És el cas de Walter Christaller, el qual publica, l'any 1933, la seva obra capital *Die Zentralen Orte in Süddeutschland*. Es tracta d'un estudi de la distribució dels nuclis urbans a l'Alemanya meridional (Vilà Valentí 1973: 36). En aquest sentit, la principal aportació de Christaller és l'aplicació d'un mètode innovador que trasllada directament de la teoria econòmica. Considera que han d'existir lleis en geografia del poblament igual com succeeix en economia, i, per tant, assenjala la necessària existència d'unes lleis

---

<sup>38</sup> Del Qual es deriva el positivisme lògic o neopositivisme, consolidant, d'aquesta manera, l'aparició d'una geografia amb clares intencions analítiques i per tant, de tendència teòric-deductiva.

econòmiques de caràcter peculiar que ell denomina *lleis especials geograficoeconòmiques*. En la mateixa direcció de Christaller se situa E. Kant, un geògraf d'origen danès que formula diversos postulats en geografia matemàtica.

La dimensió de la nova geografia, la seva epistemologia i la definició del seu particular mètode es recull a l'obra teoricometodològica referencial de la geografia analítica: *Explanation in Geography* elaborada per David Harvey. D'aquesta manera, la geografia positivista es presentava com una disciplina de les relacions espacials, que contempla l'espai des d'una perspectiva geomètrica, des de l'anàlisi de la localització i interacció espacials, a través de la construcció de models interpretatius (Ortega Valcárcel 2000: 272). En aquest context sorgeix l'obra *Models in Geography*, de Peter Hagget i R. Chorley (1967), que representa, també, una de les obres capitals de la nova geografia.

Els fonaments d'aquesta ciència de l'espai es troben, per exemple, en el model de localització industrial plantejat per J. Von Thünen (1783-1850) sobre la distribució dels usos agrícoles del sòl així com l'obra de Christaller esmentada anteriorment.

L'obra de Bunge *Theoretical Geography* (1962) pot ser considerada com l'obra fonamental, dins dels corrents geogràfics a començaments del setè decenni (Vilà Valentí 1973: 20). Representa una síntesi metodològica decisiva de la nova geografia, i, amb ella, pot tancar-se aquest període crític del pensament geogràfic, caracteritzat per una incessant reflexió, darrere nous conceptes i mètodes (Vilà Valentí 1973: 20).

L'evolució del positivisme en geografia va derivar en un determinisme ambiental, mitjançant una filosofia determinista de caràcter ambiental manifesta explícitament a l'obra de Peter Hagget titulada *Geography, a*

*modern síntesis* (1974). L'espai és vist com el resultat d'una interacció ambiental (Ortega Valcárcel 2000: 274).

Per la seva part, el procés d'investigació de la comunicació situa els seus orígens en els anys 30 del segle XX, quan les metodologies d'anàlisi s'utilitzaven a imatge i semblança del paradigma quantitatiu, el qual va resultar dominant fins a mitjan els anys 60 del segle XX. L'ús de metodologies d'anàlisi de rang positivista que pretenen, en essència, l'estudi de les ciències socials amb estàndards propis de les ciències naturals -exaltant la mesura numèrica que és pròpia, per exemple, de les ciències físiques- va impulsar els sociòlegs de l'època a establir dissenys d'anàlisi comunicativa de tipus experimental, alhora que s'advocava pels raonaments de tipus hipoteticodeductiu, la recollida de dades "objectives", així com l'estandardització dels processos analítics (Elías 2006: 147).

Merton (1984: 124-130) estableix els eixos fonamentals de l'anàlisi funcional en sociologia:

a) L'anàlisi funcional pot analitzar qualsevol objecte estandarditzat que signifiqui activitats reiteratives i normativitzades, des d'emocions culturalment establertes fins a processos socials.

b) La idea és que els éssers humans són racionals i procuren pel seu benestar personal; així actuen basats en determinades motivacions per aconseguir els seus objectius.

c) Els conceptes fonamentals són els de *funció* (conseqüències integradores del sistema social) i *disfunció* (conseqüències desintegradores del sistema social).

Així doncs, els inicis de la que es podria denominar *construcció d'una teoria*

*funcionalista de la comunicació* dirigien els seus interessos cap a la generalització empírica dels fenòmens observats, en el que es considerava el “paradigma dominant” en comunicació. En aquest sentit, un dels personatges més destacats de la investigació empírica de la comunicació va ser Paul F. Lazarsfeld, el qual aportava, l'any 1940, la denominada investigació administrada,<sup>39</sup> la qual esdevé un model preferent en ciències socials durant els anys 40 i 50 en el marc de *l'American Science*. Són principals exponents d'aquest corrent el propi Lazarsfeld i també Robert K. Merton. Les tècniques analítiques d'ús habitual d'aquesta corrent van ser: tests, estudis de laboratori, enquestes, observació sistemàtica i anàlisi de contingut.

***b) Ruptures, discontinuïtats i dissidències amb l'enfocament positivista. La irrupció marxista i l'aposta per l'estructuralisme. La geografia radical i la perspectiva crítica de la comunicació***

La geografia radical es constitueix a tall de resposta crítica a la geografia quantitativa, la qual no ofereix solucions als temes socials més importants i s'ha mostrat tan incapaç de resoldre problemes com la geografia qualitativa o geografia moderna (Peet, 1977).

A més de ser una geografia d'oposició al sistema, la geografia radical és una forma de geografia aplicada en la qual el geògraf es compromet en la recerca de la “millor qualitat de vida”; compromís en molts casos revolucionari per assolir aquest canvi d'arrel que propugnen. En aquest cas, la geografia es contempla des d'una perspectiva política com un instrument per a la transformació social. Es postula una geografia compromesa amb el canvi social (Ortega Valcárcel 2000: 309).

---

<sup>39</sup> Investigació de la comunicació que s'inscriu en la perspectiva funcionalista. Va rebre aquesta denominació perquè estava orientada, bàsicament, per als fons de finançament del sector públic i del privat (Rodrigo i Estrada 2008: 19). Les finalitats de l'esmentada investigació poden definir-se com segueix: ensenyar a usar els mitjans de comunicació per a la consecució de qualsevol finalitat particular d'interès per al comunicador (i també per al seu públic); crear tècniques de persuasió aptes per a la nova comunicació de masses, assessorar als comunicadors per crear polítiques d'intervenció social; assessorar el comunicador en la seva activitat de promoció de productes i idees; ajudar a construir una nova cultura popular mitjançant la cultura de masses (Saperas 1998: 118-119).



Així les coses, la geografia radical és la manifestació d'una ideologia política -liberal o radical anarquista marxista (Estébanez 1986: 117) per comprendre els problemes socials. Aquest canvi marca, una vegada més, la crisi que expressa el descontentament dels geògrafs davant dels dogmes neopositivistes i el ressorgir de la història com a ciència que col·labora en la compressió de l'espai (Santarelli i Campos 2002: 44).

La geografia radical incorpora geògrafs de tradicions variades (quantitativa, liberal o marxista i humanista). La característica comuna de la renovació crítica de la geografia és l'estreta implicació i osmosi amb les propostes teòriques, amb les anàlisis empíriques, amb les actituds pràctiques i amb els autors d'aquestes disciplines més dinàmiques, com la sociologia i l'economia política (Ortega Valcárcel 2000: 311).

L'aparició de la denominada geografia radical als Estats Units coincideix amb la crítica a la pràctica analítica i com a enaltiment de la consciència social dels geògrafs en relació amb temes com la segregació social, racial i ètnica i la desigualtat social urbana. En aquest sentit, es produeix el canvi de tendència de connotats geògrafs analítics com W. Bunge i D. Harvey.

La fundació de la *Society for Human Exploration* l'any 1968, a càrrec de W. Bunge, va representar, un compromís directe de l'intel·lectual amb l'acció social, en els espais de conflicte urbà (Ortega Valcárcel 2000: 311). Es defineixen actituds que perfilen la necessitat d'una geografia més compromesa amb el canvi social, menys tecnocràtica (Peet, 1977). L'any 1969 es fundava la revista *Antipode*, en el marc de la Universitat Clark de Worcester a Massachussets. També es va crear *A radical Journal of Geography*, una nova revista de tendència revolucionària que el corrent radical va utilitzar com a bandera. Es tractava d'una publicació que se situava a les antípodes de la geografia imperant en el moment i que recollia

les problemàtiques que es referien a la pobresa regional i urbana, la discriminació racial i ètnica, la discriminació i oblit de la condició femenina, etc.

Ideològicament, preval l'actitud marxista representada per les tendències científica o marxista estructural i crítica del marxisme historicista. A través del marxisme estructural la geografia marxista també es pretén científica, totalment i universalment explicativa. Les seves bases s'han de buscar en l'estructuralisme de Levy-Strauss, el qual pretenia revelar l'estructura enquistada al fons de la societat (Unwin 1992: 236-237).

Entre els precursors de l'estructuralisme es troben Saussure, Freud i Marx. És un mètode de comprensió de la realitat social que s'oposa tant al causalisme i historicisme com al funcionalisme. Suposa que per sota de certes estructures superficials hi conviuen unes estructures profundes: elimina l'home (principalment des del punt de vista metodològic) com a subjecte i formula abstraccions (Santarelli i Campos 2002: 46).

A Europa, l'entrada de la geografia radical es constata a través de l'aparició de l'obra de Yves Lacoste *Geografía del subdesarrollo* (1965). Paral·lelament, la creació de la revista *Herodote*, representa una plataforma oberta per a les geografies i els geògrafs crítics, alhora que consolida la nova geografia radical europea, impulsada pel propi Lacoste, qui, anys més tard, va publicar l'obra *La geografía, sirve, en primer lugar, para hacer la guerra* (1976), en el marc de creació d'un grup de tendències marxistes a França que compta amb un fort biaix polític o geopolític (Ortega Valcárcel 2000: 313).

Resulta d'especial interès el fet de constatar, amb la perspectiva dels anys, l'aportació de la geografia radical al conjunt del pensament en geografia. Es tracta d'una tendència que va prioritzar l'ús de la geografia en nom de

canviar la societat. Així les coses, la geografia s'orienta cap a la transformació del món, en estreta relació amb les tesis marxistes. El biaix polític constitueix el component més destacat i definitori de les geografies radicals. L'actitud activa, compromesa, l'orientació transformadora explícita, la finalitat proclamada de canvi polític i social, proporciona a aquestes geografies un perfil específic, que les diferencia de manera substancial de les geografies analítiques i de les geografies humanístiques (Ortega Valcárcel 2000: 313).

En l'àmbit de la tradició comunicativa, la denominada *Teoria Crítica* canalitza les seves aportacions teòriques a partir de la generació intel·lectual sorgida de l'Escola de Frankfurt. El seu objecte d'estudi va ser la societat industrial avançada i la indústria de la cultura que s'havia generat en aquesta mateixa societat. Metodològicament, la *Teoria Crítica* es defineix com una variant de la inducció analítica.<sup>40</sup>

Va ser el propi Robert King Merton qui va impulsar per primera vegada la perspectiva estructural de la comunicació<sup>41</sup> i fins i tot va incorporar l'interaccionisme simbòlic com a recurs vàlid per a l'estudi teòric de la comunicació. D'aquesta manera, entren en plena confrontació el paradigma funcional (funció social) i el paradigma estructural (estudi del conflicte social i la distribució de la influència), on la comunitat social passa a ser una noció central d'anàlisi (Saperas 1998: 130).

Les fonts de les que partien eren, fonamentalment, el marxisme i la psicoanàlisi. Així se'ls va col·locar l'etiqueta de "freudomarxisme" (Estrada i Rodrigo 2008: 9). Defensaven que la filosofia i el sentit comú, que

---

<sup>40</sup> Verificació i/o comprovació de teories o proposicions mitjançant el tractament de dades de naturalesa qualitativa.

<sup>41</sup> Implica, fonamentalment, la inclusió de la dimensió cognitiva -l'estudi dels efectes- en els processos de comunicació. Entre d'altres, suposa la inclusió de: els efectes cognitius, les representacions simbòliques de la realitat, les formes de recepció individual i grupal. D'aquesta manera, es trenca amb la radical diferència existent entre anàlisi de contingut, anàlisi d'audiències i anàlisi dels efectes (Saperas 1998: 128).

representa un concepte immediat, representen arguments antagònics. Postulaven una aproximació objectiva a la realitat a partir de l'enfortiment del pensament racionalista. Els seus integrants es van mostrar contraris a l'estudi positivista de la comunicació de masses així com de la teoria de rang intermedi. En aquest sentit, aposten per l'establiment de formes comprensives de coneixement, implementades a partir de múltiples aproximacions als fenòmens de la comunicació considerats preferentment des d'una perspectiva sobreestructural o quant a l'estudi de les formes socials de reificació dels individus (Saperas 1998: 130).

Els representants més importants de l'Escola de Frankfurt van ser: Theodor W. Adorno, Walter Benjamin, Erich Fromm, Max Horkheimer i Herbert Marcuse. En la que es denomina com segona generació de pensadors de l'Escola de Frankfurt, va destacar Jürgen Habermas, que va elaborar la *Teoria de l'acció comunicativa*.<sup>42</sup>

***c) L'estudi del subjecte i del món subjectiu. L'apogeu de les sociologies interpretatives. Percepció, humanisme i postmodernisme en geografia i la perspectiva interpretativa<sup>43</sup> de la comunicació***

La geografia de la percepció neix per rebaixar la saturació numèrica existent en la geografia teoreticoquantitativa i és considerada a tall de paradigma pont (José Estébanez, 1986).

En ocasions, se li atribueix el qualificatiu de "reacció feble" en relació amb l'escassa aportació metodològica i la falta de ruptura amb els preceptes anteriors (Santarelli i Campos 2002: 43). Aquest corrent de pensament en geografia s'ubica en la dècada dels 60 del segle XX i fixa els seus preceptes

---

<sup>42</sup> Representa, en essència, el reconeixement de la importància del context lingüístic de la comunicació: els subjectes interpreten la naturalesa i s'interpreten a ells mateixos en el context lingüístic. El desenvolupament de la teoria de l'acció comunicativa implica el desenvolupament del concepte de racionalitat comunicativa així com el desenvolupament d'un concepte de societat basat en el *Lebenswelt* (el món de la vida). Finalment, implica la creació d'una nova teoria crítica que torni a definir el projecte de modernitat.

<sup>43</sup> El concepte "Perspectiva interpretativa de la comunicació" així com la seva proposta de continguts sorgeix de la catalogació de corrents de pensament pròpies de la Teoria de la Comunicació que fa el catedràtic de comunicació de la Universitat Pompeu Fabra Dr. Miquel Rodrigo Alsina a la seva obra *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* (2001).

teòrics fonamentals en el conductisme<sup>44</sup> (behaviorisme), o sigui, en les filosofies de la conducta o comportaments d'arrel conductista.

Essencialment, representa l'avantsala de les que es denominaran com “geografies del subjecte”, el que implica la incorporació de l'aspecte interior de l'ésser humà, es fonamenta en la percepció psicològica del medi a través dels sentits i en el comportament de la societat mitjançant l'estudi de la seva conducta (Santarelli i Campos 2002: 43).

En aquest context, la percepció humana desenvolupa un paper decisiu en el procés de formació d'imatges del món real, la qual cosa acabarà repercutint sobre les bases del comportament individual i grupal. S'estableix, d'aquesta manera, una rivalitat entre la percepció del medi i la revolució quantitativa.

La ment humana, on té lloc el procés de percepció, la formació de la imatge i la posterior presa de decisions, representa *per se* un nou camp d'investigació geogràfica, el qual es constitueix amb l'objectiu primordial d'ubicar i entendre l'acció humana sobre el medi terrestre (Horacio Capel, 1973). La percepció és producte de la Revolució del Comportament (*Behavioural Revolution*).

Els estudis sobre percepció del medi es van iniciar a Chicago (Estats Units) els anys seixanta. El primer geògraf que va abordar la temàtica perceptiva de l'espai va ser David Lowenthal, que amb la seva obra *Geografía, Experiencia e Imaginación* (1961), va obrir el camí per a la posterior exploració de les geografies personals. En aquest sentit, es va imposar una reflexió filosòfica i antropològica de la dimensió espacial dels éssers humans, que acabaria possibilitant l'aparició de la psicologia ambiental.

---

<sup>44</sup> Representa la tendència de fonamentar l'estudi dels éssers humans en l'observació de la seva conducta. Es troba implícit en la Geografia Cultural i en el concepte de consciència regional de l'escola vidaliana (Estébanez 1986: 91-92). Estimul i resposta són les nocions fonamentals en el conductisme (Ferrater Mora 1994: 640-642).

Roger M. Downs a la seva obra *Geographic space perception. Past approaches and future prospects* (1970) enfoca la percepció del medi des de tres punts de vista:

- a) Estructural: identitat i estructura de les percepcions de l'espai geogràfic.
  
- b) Avaluatiu: valoració per part dels individus de diferents aspectes del medi amb vistes a l'adopció d'un determinat comportament.
  
- c) Preferencial: preferència dels individus cap a determinats aspectes o elements geogràfics i la seva influència en el seu comportament. En aquest apartat es pot destacar, a tall d'exemple, els mapes mentals (*mental maps*) de Peter Gould (1966-1967).

La geografia de la percepció aplica una pluralitat metodològica en l'estudi de l'espai geogràfic en la seva relació amb el subjecte (Sorell Fernández 1987: 48):

- A l'estudi del medi geogràfic exterior a l'individu s'apliquen mètodes quantitativs o logicodeductius.
  
- Al medi operacional o espai geogràfic en el qual realitza l'activitat el grup o activitat humana en la qual viu l'individu, s'apliquen, a més, mètodes inductius.
  
- Finalment, al medi perceptiu espai geogràfic del qual l'home n'és conscient o medi de comportament en el qual l'espai percebut provoca resposta s'aplica el mètode comprensiu-intuïtiu (Estébanez, 1986).

Per tant, la geografia de la percepció i del comportament geogràfic es situa a mig camí, entre la nova geografia i la via historicista. L'obra de Kevin Lynch *La imagen de la ciudad* (1966), examina l'espai urbà i especifica els moviments dins d'aquest àmbit. La imaginabilitat i la llegibilitat que les persones tenen d'un lloc es mesuren a partir de la lectura dels elements de l'espai -senders, nodes, fites, etc. amb la finalitat de conèixer les relacions socials i emotives que els individus estableixen amb el medi (Santarelli i Campos 2002: 44). Així doncs, l'enfocament humanista en geografia es constitueix a tall de nova alternativa crítica contra els positivistes lògics i els marxistes (Estébanez 1986: 119 i 122).

A partir de 1970 apareix un conjunt de tendències que destaquen al subjecte com a centre de la construcció geogràfica. Són les denominades *geografies humanístiques i geografies postmodernes*, les quals centren el seu interès en la feminitat, els símbols espacials, els texts, la seva lectura i descodificació, les representacions subjectives de l'entorn, els llocs, l'espai viscut, el món de l'experiència individual, etc.

Es tracta, eminentment, d'una geografia del món viscut, centrada en els valors, en el concepte de lloc com a centre de significat, d'identificació personal i focus de vinculació emocional (...) i, per extensió, en els conceptes de localització i deslocalització, com a funcions, respectivament, de l'arrelament i del desarrelament humans (García Ballesteros 1986: 35 i 70).

Aquesta corrent es recolza en les nocions proposades per la fenomenologia, l'existencialisme, l'humanisme i l'idealisme, destaca les intencions, principis, objectius i propòsits de les accions humanes i, segons afirma Horacio Capel (1981: 442), “proposa un enfocament comprensiu, que permet el coneixement empàtic a través de l'experiència vital concreta.”

Les geografies humanístiques i postmodernes han elaborat els seus fonaments teòrics sota la reivindicació de la tradició clàssica, és a dir, regional i del paisatge, les quals han adoptat com a pròpies. A partir de la dècada dels vuitanta, els postulats humanístics es confonen i identifiquen amb els postmoderns. Les geografies humanístiques es transformen en geografies postmodernes. Unes i altres comparteixen la posada en qüestió de la racionalitat (Ortega Valcárcel 2000: 299).

La fenomenologia de Husserl, les concepcions filosòfiques que fan ressaltar el paper de la comprensió en el procés de coneixement de l'individu; els postulats de M. Heidegger, i fins i tot la crítica d'arrel marxista dels representants de l'Escola de Frankfurt, com Marcuse i Habermas, constitueixen el suport de la crítica humanística a la geografia analítica i els seus pressupostos (Ortega Valcárcel 2000: 301).

La recuperació de les variables subjectives, la percepció holista o global, els marcs totalitzadors constitueixen una proposta compartida entre els geògrafs humanístics (Ley, 1977). La finalitat és aconseguir un coneixement holístic, subjectiu, viscut i empàtic de l'espai realitzant una immersió en el medi, identificant-se com a part (García Ballesteros 1986: 70). Són representants destacats d'aquesta corrent de pensament geogràfic: Yi Fu Tuan, A. Buttimer, K. Lynch i D. Lowenthal, entre d'altres.

El concepte clau en geografia humanística és el de *lloc*, carregat de significats i valors inseparables de l'experiència, dels seus pensaments i sentiments. Aquest pensament en geografia ha contribuït a reinterpretar alguns conceptes elaborats per *Vidal de la Blache*, en especial els de paisatge i gènere de vida, així com el concepte de regió. S'observa, també un renovat interès pel paisatge i la cultura, a més de contribuir, de manera



decisiva, a la formació d'una nova geografia regional, basada en el paisatge experiencial.

Les característiques més importants de la geografia humanística són les següents (García Ballesteros, 1992): memòria històrica, observació participant, importància concedida al paisatge, treball de camp, ús de la literatura i elaboració d'una cartografia de la realitat. Les geografies humanístiques (...) obren les expectatives geogràfiques contemporànies. La recerca de les dimensions simbòliques de l'espai, la indagació sobre les particularitats dels llocs, la relació entre espai i subjecte. (...) En conjunt, ha estimulat el renaixement d'una geografia regional remodelada (Ortega Valcárcel 2000: 306).

El context postmodern se situa en una conjuntura que implica múltiples reestructuracions: crisi del projecte il·lustrat de modernitat en la filosofia, la cultura i la ideologia. Alguns dels canvis que es podien constatar en la denominada època postmoderna van ser els següents: marcat interès per nous llenguatges i formes de representació; el final de les veritats absolutes, dels totalitarismes i de les ideologies; la transició d'unes formes "crítiques" cap a un pensament "tou", la deconstrucció de velles teories i mètodes per fomentar una posició eclèctica i efímera, etc. (Albet 1994: 8). El moviment postmodern no deixa de ser un rebrot del gran moviment irracionalista de finals del segle XIX i primer terç del segle XX (...). La modernitat es presentava com el temps nou de la raó i de la ciència. Temps de progrés i d'alliberament respecte del conjunt de servituds i lligams que distingien el món antic (Ortega Valcárcel 2000: 250).

Així les coses, la postmodernitat advoca per l'aparició de nous valors i actituds davant la vida, una nova cultura per a una nova societat, en el marc d'una revolució social que es manifesta amb especial incidència en els àmbits de la informació i el consum. El valor mercantil absorbeix els valors

històrics i socials de la cultura. La societat postmoderna redueix la cultura a simple producte de consum (...). L'autoritat de l'expert i del productor es difumina. El seu discurs es trenca o desapareix. S'imposa el consumidor. La seva elecció, les seves motivacions, els seus codis marquen la nova cultura, la de la postmodernitat, sustentada al nou marc postindustrial, cibernètic, de comunicació de masses i de tècniques audiovisuals (Ortega Valcárcel 2000: 253).

El postmodernisme ha significat, per a les geografies del subjecte, una oportunitat. La cultura postmoderna s'alimenta en gran manera dels postulats filosòfics que sostenen la trama humanística (...). La geografia s'obre a d'altres perspectives i anàlisis, i es decanta per les dimensions imaginàries, sobre l'anàlisi dels texts, sobre la pròpia escriptura, sobre els símbols i els espais simbòlics (Ortega Valcárcel 2000: 307).

El *Thirdspace* (tercer espai) s'entreveu com una via radicalment diferent de contemplar, interpretar i intervenir per canviar l'entorn espacial de la vida humana (Soja, 1996). En aquest sentit, Edward Soja (1989) s'encarrega de recordar que la geografia no pot ser la gran ignorada de les ciències socials i que l'existència d'una dialèctica sòcio-espacial ha de contribuir a reinserir l'espai com a element central de la teoria social crítica i, alhora, ajudar a destacar la transcendència de les interpretacions socials en el marc de les anàlisis geogràfiques.

Els debats coetanis a "l'explosió" postmodernista en l'àmbit de la geografia van ser els següents (Albet 1994: 8-9):

a) Atenció renovada a les problemàtiques que caracteritzen al llenguatge i a les formes d'expressió i representació del món i de l'experiència temporal i espacial viscuda.

b) Preponderància de l'espai i la dimensió espacial (geografia) per sobre del temps i la dimensió temporal (història).

c) Efervescència de la geografia del gènere (social i econòmica) com a evolució de la teoria feminista i la seva projecció en ciències socials.

d) Revalorització de l'esfera local (nova geografia regional i estudis de les localitats). Incorporació de conceptes diferenciats teòrics i metodològics provinents de diferents enfocaments conceptuals (radical humanístic, teòric, etc.) així com de diferents disciplines socials.

En conjunt, s'aposta per la recerca de fórmules alternatives més flexibles, que facilitin la comprensió de les noves relacions generades entre espai, temps i societat (Albet 1994: 9). Per tant, s'imposa la consideració de l'espai com un text, com un conjunt de signes, termes, paraules, símbols, que apareixen tant en l'entorn físic com en les representacions que acompanyen mapes, documents, llenguatge, literatura, entre d'altres (Rose, 1981).

La geografia s'entén com una disciplina que desmunta els espais del llenguatge i el llenguatge de l'espai sensible als "llocs i les llengües". (...) En aquest sentit s'aposta per l'estudi del denominat "tercer espai" entès com a espai de la diferència, de les minories, de la dona i dels sexes, entre d'altres (Ortega Valcárcel 2000: 307).

D'aquesta manera, es pot parlar del postmodernisme en geografia en clau exploratòria de nous espais, els espais de la "diferència", els espais del feminisme, del postcolonialisme, els espais de la utopia i de *l'heterotopia*<sup>45</sup>, els espais recuperats de l'historicisme, *l'exòpoli*, els espais simbòlics de les

---

<sup>45</sup> L'any 1967 Foucault va plantejar un terme irrenunciable en l'actualitat en qualsevol discurs sobre la ciutat contemporània: heterotopia, entès com l'espai del món contemporani per excel·lència, espai heterogeni de llocs i relacions. Font: <http://www.tributosurbanos.es/terminos/heterotopia/> [Data de consulta: 23 de maig de 2008].

grans ciutats modernes, de les postmetròpolis. Nous enfocaments, noves vies d'indagar l'espai a través dels seus signes, els quals poden ser descodificats, entesos com un text que pot ser llegit. El discurs geogràfic es converteix, en matèria d'interpretació des de la perspectiva del llenguatge, com un text més. Els paisatges culturals són contemplats com a llocs vinculats a l'existència individual i social, construïts en relació amb la cultura del moment (Ortega Valcárcel 2000: 307-308).

En l'àmbit de la teoria de la comunicació, el nivell inicial de comprensió i interpretació introduït per l'Escola de Frankfurt troba la seva versió avançada en les sociologies interpretatives i l'interaccionisme simbòlic. L'any 1937 Herbert Blumer establí la denominació *Symbolic Interactionism* per referir-se a la psicologia social i la sociologia generades a l'Escola de Chicago durant el període 1920-1935 (Saperas 1998: 135).

Posteriorment, George H. Mead va consolidar els postulats assenyalats en primera instància per Blumer i la seva obra *Espíritu, persona y sociedad* (1982) va resultar nuclear en el marc de l'interaccionisme simbòlic. D'aquesta manera, l'anàlisi estructural de la comunicació sorgeix com a refutació dels postulats de la *Teoria de rang intermedi*. En molt bona mesura, l'aparició de la sociologia interpretativa representa l'explosió de l'estudi del individu<sup>46</sup> i, per tant, de la seva dimensió subjectiva.

El corrent de pensament que s'inscriu en el denominat com a *Interaccionisme simbòlic* assenyalava que mitjançant la interacció permanent amb símbols es construeix el sentit de les situacions socials de la vida quotidiana. Representa, també, la ruptura amb la concepció lineal de la

---

<sup>46</sup> De fet, l'aparició de les metodologies comprensives i, per extensió l'arrelament de la perspectiva interpretativa en comunicació, implica, fonamentalment, l'estudi del món subjectiu capitalitzat per l'individu, el qual coincideix amb la crítica d'arrel marxista que alguns dels representants de l'Escola de Frankfurt -en concret Marcuse i Habermas- van llançar en relació amb l'ús de mètodes analítics i els seus pressupostos, reforçant, d'aquesta manera, una nova metodologia de treball de perfil subjectiu i humanístic (Ortega Valcárcel 2000: 301).

comunicació<sup>47</sup> i pretén descriure i interpretar les accions humanes així com analitzar el sentit que es deriva d'aquestes mateixes accions. Interessa, especialment, l'estudi dels processos de construcció de sentit per part de les persones i del coneixement social de la societat (Rodrigo i Estrada 2008: 13).

L'interaccionisme simbòlic deu els seus preceptes inicials a Georg Simmel i a Max Weber. El renaixement d'aquesta corrent que pertany a les denominades *sociologies interpretatives*, resulta producte de la crisi la qual es veu sotmès el funcionalisme dels anys seixanta. L'interaccionisme simbòlic es desdobra en diverses modalitats sociològiques: la microsociologia (iniciada pel canadenc Irving Goffman), l'etnometodologia (creada pel nord-americà Harold Garfinkel) i la sociofenomenologia (com a continuadora directa de Schütz mitjançant Peter L. Berger, Thomas Luckman i Aaron Cicourel) (Saperas 1998: 136).

En l'àmbit de coneixement específic de la sociofenomenologia es pot destacar el corrent constructivista, de llarg recorregut en diferents disciplines: psicologia, pedagogia, sociologia, teoria de la comunicació, etc. (Rodrigo i Estrada 2008: 28). Així mateix, es consolida com un dels corrents més importants de la perspectiva interpretativa en teoria de la comunicació. Intenta donar resposta al procés de construcció de significats per part de la societat, així com delimitar els simbolismes que genera *per se* la interacció social. Per tant, se situa en una perspectiva d'anàlisi del fenomen de l'experiència, adquirint, d'aquesta manera, clares tendències fenomenològiques. Així mateix, el corrent construccionista o constructivista sosté que no es pot conèixer la realitat amb independència del subjecte que

---

<sup>47</sup> El model lineal de la comunicació és obra de Shannon i Weaver (1949), els quals es recolzen en la descripció del procés que segueix l'acte comunicatiu. La comunicació des del model lineal es concep com a un procés de transmissió d'informació realitzat amb un acte lingüístic, conciente i voluntari. En aquest procés els dos elements més importants per a l'èxit de la comunicació són l'emissor i el receptor, considerats individualment. Defensa l'esquema emissor - codificació (canal, missatge, codi) - descodificació-receptor.

l'observa. Els representants més destacats del constructivisme són Peter Berger i Thomas Luckmann.

Els principis bàsics que sostenen al constructivisme són els següents: la realitat social és una construcció; el llenguatge representa i construeix el món; les interpretacions són subjectives; la veritat és relativa perquè està fortament arrelada a una història personal i a convencions col·lectives històriques (Rodrigo i Estrada 2008: 29). Un dels objectes d'estudi privilegiats del constructivisme és la vida quotidiana, així com la introspecció en l'univers simbòlic i, per extensió, en els processos de construcció cognoscitiva.

Afí al pensament constructivista se situa Paul Watzlawick, destacat teòric de l'Escola de Palo Alto (Califòrnia, Estats Units). Des d'un marc de tipus constructivista sistèmic, Watzlawick es va interessar per l'estudi dels processos psicològics de la comunicació, establint, d'aquesta manera, el que ell va denominar com axiomes bàsics de la comunicació humana.<sup>48</sup> Entre les aportacions teòriques de Watzlawick, es pot destacar la que fa referència al procés de “construcció comunicativa” a partir de dos elements: el contingut (el que es vol comunicar) i el context de la comunicació (les circumstàncies ambientals de la interlocució). El segon concepte engloba el primer i adquireix el caràcter de metacomunicació. L'autor defensa l'existència d'un tipus de comunicació “analògica” (no verbal) i la comunicació digital (inclou els llenguatges de caràcter més abstracte).

Al llarg de la seva aportació teòrica a la comunicació, Watzlawick va defensar la dualitat existent en la pròpia realitat. En aquest sentit, parla

---

<sup>48</sup> Es resumeix en: no és possible “no comunicar”; els elements de la comunicació disposen d'un contingut (transmissió de dades) i un ambient que envolta al missatge i als comunicants; la naturalesa d'una relació depèn de com s'ordeni la seqüència d'actes comunicatius; la comunicació humana és tant verbal com no verbal (analògica i digital); la comunicació és simètrica o complementària.

d'una realitat de primer ordre (objectivitat del seu estat físic i, per tant, experimentals i repetibles) i també parla d'una realitat de segon ordre, més de tipus simbòlic, pronunciant-se en els següents termes: "Mai no ens enfrontem amb la realitat per sí mateixa, sinó només amb imatges o concepcions de la realitat, és a dir, amb interpretacions" (1986: 104-105).

Watzlawick defensa que els éssers humans coneixen la realitat a partir de processos interpretatius d'aquesta mateixa realitat. D'aquesta manera, el teòric analitza la percepció i la comunicació a tall d'instàncies constructives, com a construcció social de la realitat. Per tant, la realitat és fruit de la convenció interpersonal i social, dels atributs que s'assignen en un moment i lloc a les diferents parts d'aquesta "experiència" de la realitat –situant-se molt a prop dels postulats fenomenològics–, per això, la realitat no és una, sinó que la formen sensacions, visions i interpretacions.

La perspectiva interpretativa de la teoria de la comunicació inclou també l'aportació de la semiòtica, la qual s'ha perfilat com una teoria general dels signes així com de l'estudi de la significació i el sentit en certs contextos i fenòmens de comunicació. Allà on hi ha producció i interpretació de sistemes de signes la semiòtica té alguna cosa per dir. La semiòtica, per tant, aporta als estudis de comunicació social una eina, un marc conceptual i metodològic que permet analitzar els processos de significació de les materialitats que ens interessin (codis lingüístics, visuals, auditius, virtuals...) (Karam 2006: 2-3).

## TEORIA CONTEMPORÀNIA COMPARADA DE LA GEOGRAFIA I DE LA COMUNICACIÓ

ÈPOCA	TEORIA DE LA GEOGRAFIA	TEORIA DE LA COMUNICACIÓ	CONCEPTES PREDOMINANTS COMPARTITS	PRINCIPALS REPRESENTANTS
1940-1960	<b>Nova geografia o Geografia teoreticoquantitativa</b>	<b>Perspectiva funcionalista de la comunicació</b>	Paradigma quantitatiu i positivista	<b>En geografia:</b> Fred K. Schaeffer; Peter Gould; Peter Hagget; David Harvey, entre d'altres <b>En comunicació:</b> Talcott Parsons, Felix Paul Lazarsfeld i Robert King Merton, entre d'altres
Dècades dels seixanta i dels setanta	<b>Geografia Radical</b>	<b>Perspectiva crítica de la comunicació</b>	Ruptura amb les etapes positivistes anteriors. Interès per les metodologies comprensives de la realitat	<b>En geografia:</b> W. Bunge; R. Peet; Y. Lacoste; M. Santos, entre d'altres <b>En comunicació:</b> Theodor W. Adorno; Max Horkheimer i Herbert Marcuse, entre d'altres
Dècades dels seixanta i dels setanta	<b>Geografia de la percepció i del comportament ambiental</b>	<b>Perspectiva interpretativa de la comunicació:</b> Constructivisme, Escola de Palo Alto, Interaccionisme Simbòlic	Processos de construcció de significats per part de la societat	<b>En geografia:</b> D. Lowenthal; J. Wolpert; G. White; RW Kates; K. Cox i A. Fremont, entre d'altres <b>En comunicació:</b> I. Goffman; H. Garfinkel; P.L. Berger; T. Luckman i A. Cicourel, entre d'altres
A partir de mitjans dels setanta	<b>Geografia Humanística</b>	<b>Perspectiva Interpretativa de la comunicació:</b> Continuïtat de les sociologies interpretatives	Recerca de la dimensió simbòlica. Estudi dels processos de vivència experiencial	<b>En geografia:</b> D. Ley; M. Samuels; A. Buttimer; Yi-Fu Tuan, entre d'altres <b>En comunicació:</b> I. Goffman; H. Garfinkel; P.L. Berger; T. Luckman i A. Cicourel, entre d'altres
Finals dels 80 i principis dels 90	<b>Postmodernisme en geografia</b>	<b>Perspectiva interpretativa de la comunicació</b>	Caiguda de les veritats absolutes. Posicionaments eclèctics i efímers.	<b>En geografia:</b> E. Soja i G. Olsson, entre d'altres <b>En comunicació:</b> I. Goffman; H. Garfinkel; P.L. Berger; T. Luckman i A. Cicourel, entre d'altres

Fig. 14.: Evolució comparada de les tradicions geogràfica i comunicativa. Font: elaboració pròpia.



## L'ESTUDI COMUNICATIU DEL PAISATGE: EL PUNT DE TROBADA ENTRE LA TEORIA DE LA COMUNICACIÓ I LA TEORIA DE LA GEOGRAFIA

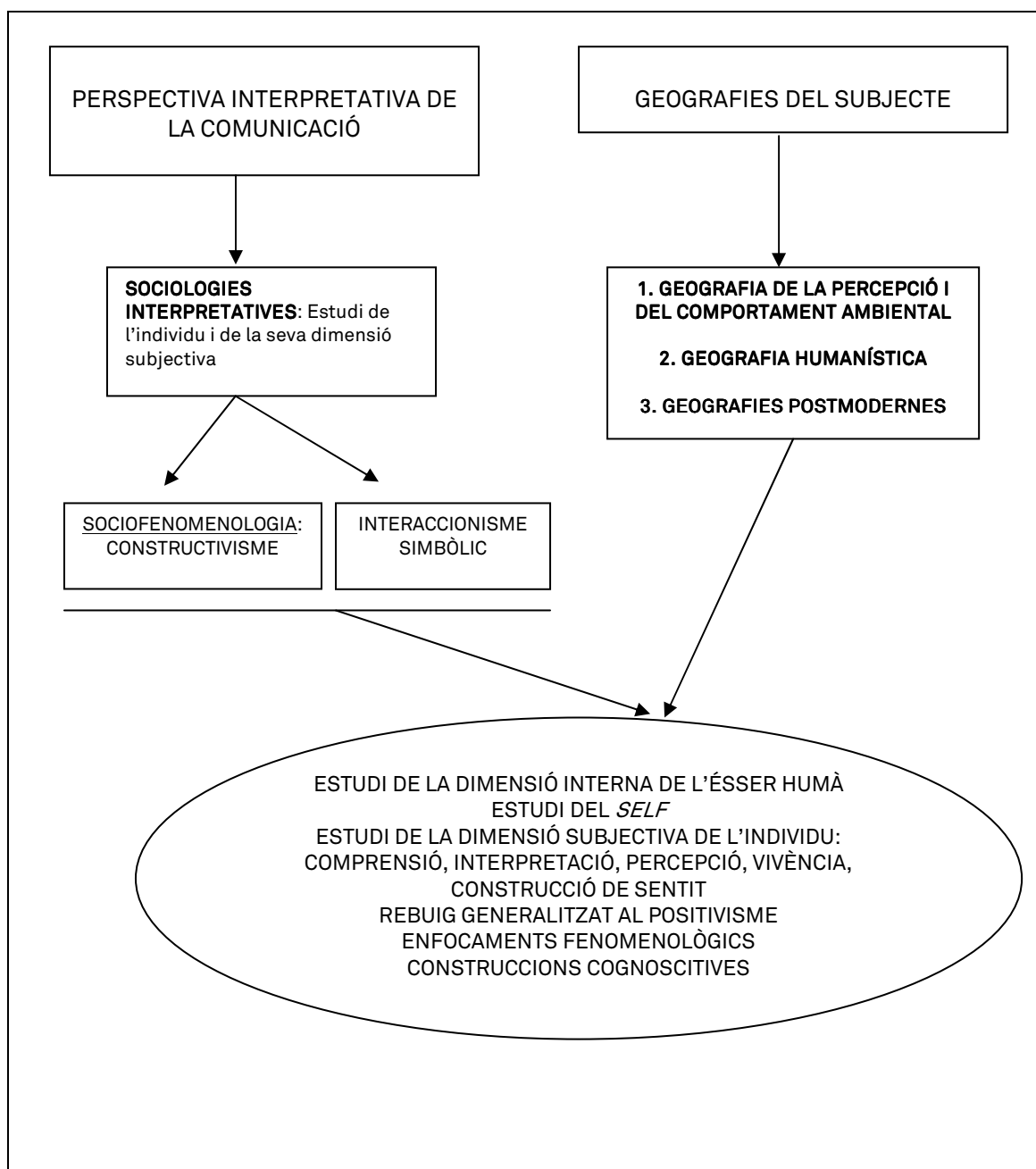


Fig. 15.: Coincidències de la tradició geogràfica i comunicativa en l'abast comunicatiu del paisatge. Font: elaboració pròpia.

## Capítol 6. Conclusions: proposta de model teòric

Del resultat final del present treball de recerca de doctorat i en funció dels continguts que s'hi han anat exposant, es poden extreure diverses conclusions. La primera, i al meu entendre més clara, és l'obertura d'una nova perspectiva d'estudi que prioritza l'anàlisi comunicativa del paisatge.

Les possibilitats que s'obren en aquest sentit són prou significatives, sobretot si tenim en compte que, en l'actualitat, assistim a un procés d'expansió d'estratègies de comunicació vehiculades des de la realitat del territori. Per bé que és cert que la interacció individual i/o grupal de la societat amb el paisatge sí que ha estat abordada convenientment –des de l'antropologia, la psicologia, la història, etc.–, fins ara no s'havia plantejat –almenys obertament– un estudi del paisatge entès com a actiu de comunicació. El fenomen d'apropiació i la posterior assignació de significat a un determinat paisatge –termes propis de la psicologia ambiental– en el nivell individual i grupal esdevenen *per se* manifestacions de comunicació humana.

Al llarg del treball –i ara ja em refereixo explícitament a les hipòtesis plantejades d'inici– s'ha pogut constatar, també, que la tipologia de comunicació intrapersonal, malgrat no disposar de la seqüència de transmissió d'informació tradicional “emissor-canal-missatge-receptor” sí que es pot considerar una manifestació de comunicació humana, pel fet que la relació i/o interacció individu-paisatge genera uns simbolismes que són interpretats pel *self* (comunicació intrapersonal) per, posteriorment, transmetre'ls a la comunitat (comunicació interpersonal). Per tant, el procés de *self-talk* (auto-parla) al qual feia referència explícita la professora Donna R. Vocate (1994), així com el terme *inner speech* (parla interior), esdevenen les bases conceptuais de la comunicació intrapersonal, on allò important d'analitzar no es troba en el procés d'autoxerrada com a tal, sinó en la

creació de significats, resultat d'una prèvia interacció simbòlica –en el cas que ens ocupa la interacció es produeix amb el paisatge– per part de l'emissor. Com s'ha pogut veure al llarg del text, Vocate va més enllà i entén la comunicació intrapersonal a mode de punt de partida de la resta de tipologies de comunicació humana.

En relació amb la segona hipòtesi que es plantejava a l'inici del treball, i en consonància amb les aportacions de diversos autors exposades en el capítol corresponent a les bases psicològiques de la comunicació intrapersonal, es constata que amb posterioritat als processos de percepció i cognició –és a dir, els processos de vivència– es produeix una apropiació del paisatge i una immediata atribució de significats que representen, *per se*, un exercici d'interpretació i/o descodificació dels simbolismes inherents al paisatge, i, per tant, també representa un exercici d'intel·ligibilitat comunicativa.

El fet de concebre el paisatge com a objecte d'estudi propi de les ciències de la comunicació, enriqueix, al meu entendre, el seu discurs, i, d'alguna manera, ajuda a entreveure el que es podria denominar com a “llenguatge del paisatge”, en un intent més d'avançar en els estudis de significació del paisatge. Un exemple paradigmàtic del “discurs del paisatge” és el que utilitzen els creatius publicitaris en el moment de dissenyar, per exemple, un spot televisiu, on el paisatge no fa funcions únicament d'embolcall, sinó que “ambienta” i suggereix quelcom més, en el que representa un exercici de concreció de la denominada “suggestió del paisatge” la qual incorpora sensacions que transmet a una determinada audiència.

La lectura simbòlica del paisatge, com a construcció social, que en essència, representa una atribució de significats compartida per una comunitat, és resultat de processos d'interacció simbòlica, els quals parteixen del nivell individual (comunicació intrapersonal), per, posteriorment, passar als nivells grupal (comunicació interpersonal), cultural i macrosocial (comunicació de masses).

Es constata també que la tradició geogràfica i la pròpia de la teoria de la comunicació presenten, quant a corrents de pensament (segona meitat del segle XX), nombroses afinitats, en especial, i pel que fa a l'interès d'aquest treball de recerca, en la posada en relació de les denominades "geografies del subjecte" i la "perspectiva interpretativa de la comunicació", en un intent d'unir diferents tradicions acadèmiques per construir un model d'anàlisi comunicativa del paisatge. En efecte, els pressupòsits teòrics proporcionats per la perspectiva interpretativa de la comunicació, encapçalada per les aportacions de les sociologies interpretatives d'Alfred Schütz, la intersubjectivitat, la fenomenologia i els mètodes de construcció i comprensió de la realitat associats a la generació de simbolismes i imaginaris individuals i col·lectius resultat de processos d'interacció simbòlica, resulten ser, al meu entendre, el marc d'estudi apropiat per afrontar l'anàlisi de les implicacions comunicatives del paisatge. Per tant, els mètodes i el marc teòric suggereixen també un plantejament epistemològic de tipus qualitatiu.

Quant als objectius plantejats d'inici, i en funció de les contribucions aportades per la filosofia i la psicologia sota un marc d'anàlisi teòrica proporcionat per les tradicions geogràfica i comunicativa, s'entreveu una anàlisi qualitativa del paisatge centrat en l'extracció dels significats que es desprenen, especialment, de la relació individu-paisatge, però també de les relacions comunitat-paisatge. El que fins ara s'havia interpretat en clau psicològica, antropològica, històrica, artística etc., ara es pretén interpretar en clau comunicativa, on s'ofereixin arguments que vagin més enllà de l'obvietat que representa l'expressió "el paisatge comunica". És en aquest sentit que es proposa un possible model teòric d'abast comunicatiu del paisatge.

El plantejament de "model comunicatiu de paisatge" contribueix també a augmentar el gruix d'estudis dedicats a estudiar la vessant intangible del

paisatge, en el camí d'intentar entreveure les seves significacions, i, també, per acabar determinar-ne el seu valor.

El fet de plantejar un possible model d'anàlisi de les connotacions de comunicació inherents al paisatge, i per tant, entendre la globalitat del procés des d'un prisma transversal (des de totes les tipologies de comunicació humana), no ha impedit mostrar, en concret, les possibilitats d'anàlisi comunicativa que es desprenen de la interacció simbòlica individu-paisatge, en el que representa, al meu entendre, una clara manifestació de comunicació intrapersonal, en el nivells d'apropiació i posterior atribució de significats, tot plegat inscrit en un context més ampli d'interpretació "d'allò que el paisatge ens transmet", és a dir, l'evocació comunicativa del paisatge.

La comunicació intrapersonal, que, en l'àmbit d'estudi de la teoria de la comunicació, representa la figura més petita d'una nina russa –utilitzo paraules literals de Miquel Rodrigo (2001: 52) – sobretot, per la poca atenció acadèmica que se l'hi ha dispensat, representa, en el treball que ens ocupa, un exemple paradigmàtic d'interpretació de la vivència i de l'experiència de l'individu amb el paisatge en termes de manifestació comunicativa. Així doncs, el procés de construcció de significats que es desprenen del paisatge, de visibilitat de la dimensió simbòlica que li és inherent o l'estudi del processos de vivència experiencial troben en la comunicació intrapersonal un ampli àmbit d'estudi.

## UN POSSIBLE MODEL D'ANÀLISI COMUNICATIVA DEL PAISATGE

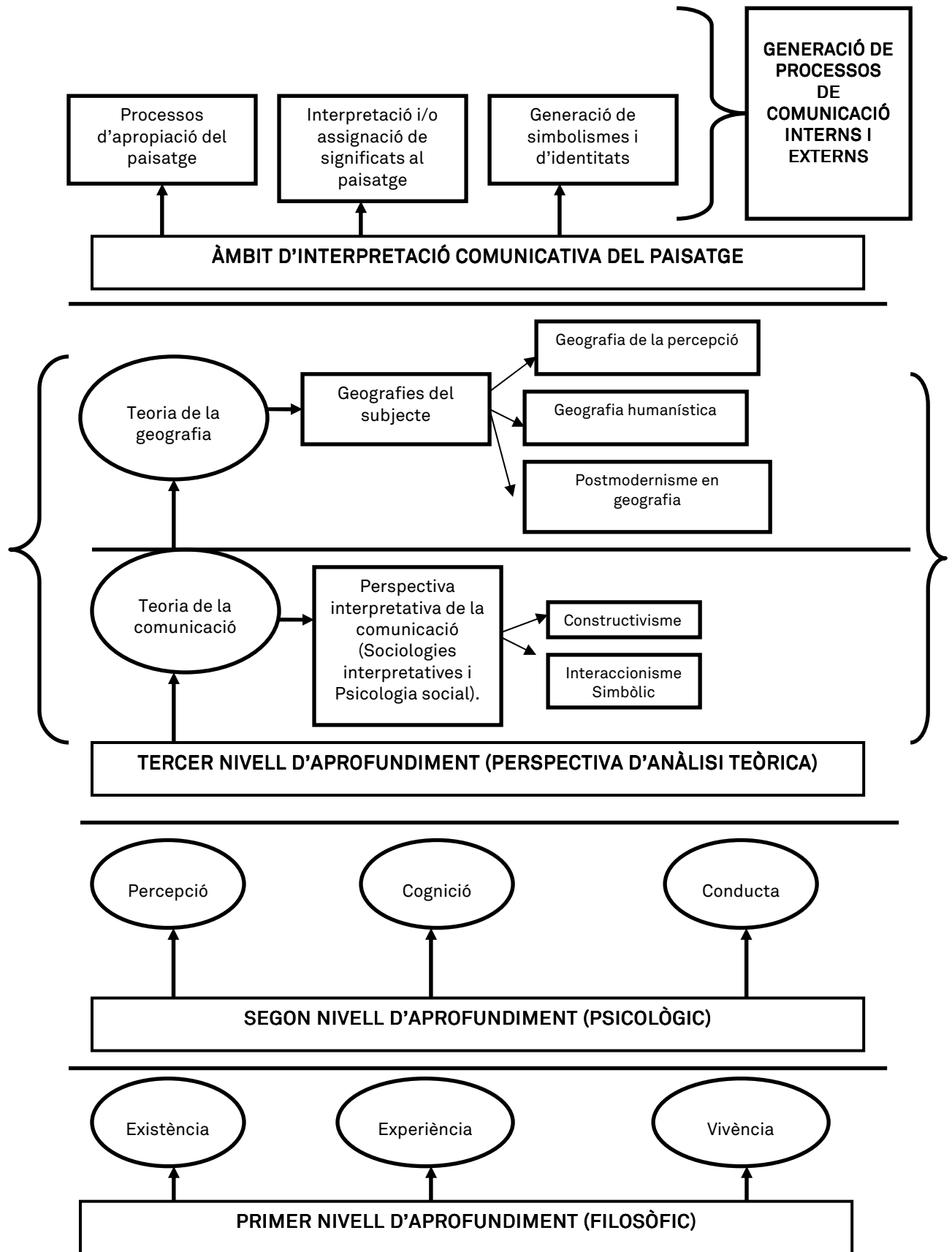


Fig. 16: Un possible model d'interpretació comunicativa del paisatge. Font: elaboració pròpia.

## Capítol 7. Bibliografia

Abbagnano, N. (1994): *Historia de la Filosofía*. Volum III. Barcelona. Editorial Hora.

Abril, G. (1997): *Teoría general de la información. Datos, relatos y mitos*. Madrid. Ediciones Cátedra.

Aladro, E. (2004): “Comunicación como proceso simpático” en *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, pàg. 117-128.

Albet, A. (1994): “Geografia, postmodernisme, geografia postmoderna: aportacions al debat”, *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 24, pàg. 7-11.

Ales A. (1995): “Teleo-logía y teo-logía en Edmund Husserl”, *Anuario Filosófico*, 25, pàg. 11-18.

Allison, H.E. (1992): *El idealismo trascendental de Kant: una interpretación y defensa*. Barcelona. Editorial Anthropos.

Altman, I. i Low, S.M. (1992): *Place attachment*. New York. Plenum Press.

Appleton, J. (1986): *The experience of landscape*. United Kingdom. Hull University Press.

Aranguren, J.L. (1975): *La comunicación humana*. Madrid. Ediciones Guadarrama.

Augé, M. (1993): *Los “no lugares”, espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona. Gedisa.

Banyard, P. *et al.* (1995) [1991]: *Introducción a los procesos cognitivos*. Barcelona. Ariel.

Baylon, C. i Mignot, X. (1994): *La comunicación*. Madrid. Ediciones Cátedra.

Bech, J.M. (2001): *De Husserl a Heidegger: la transformación del pensamiento fenomenológico*. Barcelona. Edicions de la Universitat de Barcelona.

Beck, R. (1978): “El significado espacial y las propiedades del ambiente”, Prohasnky *et al.* [eds.]. *Psicología ambiental. El hombre y su entorno físico*. México. Editorial Trillas.

Bélanger, J. (1978 [1999]): *Imágenes y realidades del conductismo*. Oviedo. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

Berger, P.L. i Luckmann, T. (1993): *La construcción social de la realidad*. Barcelona. Editorial Herder.

Berjano E. i Pinazo, S. (2001): *Interacción social y comunicación*. València. Editorial Tirant lo Blanch.

Blumer, H. (1982): *El Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona. Editorial Hora.

Bréhier, E. (2002): *Història de la filosofia*. Volum III. Bellaterra. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Briceño, M. i Gil, B.M. (2005): “Ciudad, imagen y percepción”, *Revista Geográfica Venezolana*, 46, pàg. 11-33.



Broadbent, D.E. (1958): *Percepción y comunicación*. Madrid. Editorial Debate.

Brown, J.F. et al. (1966): *Sistemas de psicología. Fenomenología, psicología de la Gestalt, psicología del individuo*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Bunge, W. (1966). *Theoretical geography*. Lund. University of Lund.

Buttimer, A. (1983). *The practice of geography*. London. Longman.

Capel, H. (1981): *Filosofía y ciencia en la geografía contemporánea*. Barcelona. Editorial Barcanova.

Carr, S. (1978): “La ciudad de la mente”, Prohasnky et al. [eds.]. *Psicología ambiental. El hombre y su entorno físico*. México. Editorial Trillas.

Carretero M. i García J. A. (comp.) (1984): *Lecturas de psicología del pensamiento*. Madrid. Alianza Editorial.

Carretero, M. (1997): *Introducción a la psicología cognitiva*. Buenos Aires. Editorial Aique.

Castells, M. (1996 [1997]). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (3 vols.). Madrid. Alianza.

Castillo, E. (2000): “La fenomenología interpretativa como alternativa apropiada para estudiar los fenómenos humanos”, *Investigación y Educación en Enfermería*, 18 (1), pàg. 1-8.

Cohen, G. (1983): *Psicología cognitiva*. Madrid. Editorial Alhambra.

Colom, R. i de Juan, M. (1990): *Estudios sobre los fundamentos de la cognición*. Valencia. Promolibro.

Cooley, Ch. H. (1964) *Human Nature and The Social Order*. New York. Scribner's.

Corominas, M. (2001): *Los estudios de recepción*. Portal de la Comunicación. Bellaterra. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.

Corraliza, J.A. (1987). *La experiencia del ambiente. Percepción y significado del medio construido*. Madrid: Tecnos.

Corraliza, J.A. (1998): "Emoción y ambiente", Aragonés, J.I. i Amérigo, M. [eds.] *Psicología Ambiental*. Madrid. Ediciones Pirámide.

Cosgrove, D. (1985): *Social formation and symbolic landscape*. Totowa. Barnes and Noble.

Day, R.H. (1981) [1973]: *Psicología de la percepción humana*. México. Editorial Limusa.

De Bolós, M. (1992): *Manual de ciencia del paisaje. Teoría, métodos y aplicaciones*. Barcelona. Editorial Masson.

DeFleur M.L. *et al.* (2005): *Fundamentos de comunicación humana*. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

De Fleur M.L. i Ball-Rokeach, S.J. (1970 [1993]<sup>5</sup>) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Paidós.

De Vega, M. (1984): *Introducción a la psicología cognitiva*. Madrid. Alianza Editorial.

Downs, R.M. (1970): "Geographic space perception: part approaches and future prospects", *Progress in Geography*, 2, pàg. 66-108.

Eco, U. i Fabbri, P. (1978): "Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambiental", a *Problemi dell'Informazione*, 4.

Elías, C. (2003): "Adaptación de la metodología de observación participante al estudio de los gabinetes de prensa como fuentes periodísticas", *Empiria*, 6, pàg. 145-159.

Esquirol, J.M. (1992): *Responsabilitat i món de la vida. Estudi sobre la fenomenologia Husserliana*. Barcelona. Editorial Anthropos, Col·lecció Estudis de filosofia, 6.

Estébanez, J. (1986): *Tendencias y problemática actual de la geografía*. Madrid. Cincel.

Estrada, A. i Rodrigo, M. (2008): *L'estudi de la teoria de la comunicació i la informació*. Barcelona. Fundació de la Universitat Oberta de Catalunya.

Farré, J. (2005): *Invitació a la teoria de la comunicació*. Valls. Cossetània Edicions, Col·lecció Eina, 30.

Fernández, P. (1999): *Fenomenología del ser espacial*. Salamanca. Servicio de Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.

Fernández Christlieb, P. (2000): "El territorio instantáneo de la comunidad posmoderna", Lindón, A. (dir.) *La vida cotidiana y su espacio temporalidad*. Barcelona. Editorial Anthropos, pàg. 147-170.

Ferrater Mora, J. (1994): *Diccionario de filosofía*. Barcelona. Ariel.

Festinger, L. (1975): *Teoría de la Disonancia Cognoscitiva*. Madrid. Instituto de Estudios Políticos.

Forgus, R.H. i Melamed L.E. (1972 [1989<sup>2</sup>]): *Percepción. Estudio del desarrollo cognoscitivo*. México. Editorial Trillas.

Fortuny, F. *et al.* (1995): *Breu història de la filosofia. Les grans etapes del pensament filosòfic*. Barcelona. Editorial Columna.

Foulquié, P. (1973): *El existencialismo*. Vilassar de Mar. Ediciones Oikos-Tau.

Gaona, C (2007): “Nuevos símbolos urbanos desde la publicidad”, Baladrón, A. *et al. Publicidad y Ciudad*. Sevilla-Zamora. Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.

García Ballesteros, A. (1986): *Teoría y práctica de la geografía*. Madrid. Alhambra.

García Jiménez, Leonarda (2008): “Algunos apuntes sobre una posible historia del pensamiento comunicológico”, a *Razón y Palabra*, 61, pàg. 1.605-4.806.

\_\_\_\_\_ (2007): *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid. Editorial Tecnos.

García Madrigal F. i Vicén, C. (1994): *Fundamentos de comunicación humana*. Zaragoza. Mira Editores.

Gibson, J.J. (1979). *An ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.

Gifreu, J. (1991): *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona. Pòrtic.

Goffman, E. (1979): *Relaciones en público*. Madrid. Alianza Editorial.

Gómez, J. (2004): “El paisaje y la gestión del territorio”. Taula rodona organitzada pel Col·legi de Geògrafs. Residència d’estudiants de Madrid.

González Alonso, (1989). *Principios básicos de comunicación*. México. Editorial Trillas.

González Labra, M.J. (1998 [2001<sup>2</sup>]): *Introducción a la psicología del pensamiento*. Madrid. Editorial Trotta.

González, J. (1995): *El paisaje: entre la figura y el fondo*. Eutopías, 2<sup>a</sup> Época. Documentos de trabajo. Valencia. Centro de Semiótica y Teoría del espectáculo de la Universitat de València y Asociación Vasca de Semiótica.

González, F. (1981). *Ecología y paisaje*. Madrid. Editorial Hermann Blume.

Gould, P. (1974). *Mental maps*. Harmondsworth. Penguin Books.

Graumann, C.F. (1983): “On multiple identities”, *International Social Sciences Journal*, 35, pàg. 309-321.

Gustafson, P. (2001a): “Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations”, *Journal of Environmental Psychology*, 21, pàg. 5-16.

Gustafson, P. (2001b): “Roots and routes. Exploring the relationship between place attachment and mobility”, *Environment and Behavior*, 33, pàg. 667-686.

Habermas, Jürgen (1983): *The theory of communicative action*. Boston. Beacon Press.

Haggett, P. (1976): *Análisis locacional en la geografía humana*. Barcelona. Gustavo Gili.

Harvey, D. (1983): *Teorías, leyes y modelos en geografía*. Madrid. Alianza editorial.

Heidegger, M. (1974): *El ser y el tiempo*. México. Fondo de Cultura Económica.

Hervás, G. (1998): *La comunicación verbal y no verbal*. Madrid. Editorial Playor.

Holahan, C.J. (1994): *Psicología ambiental. Un enfoque general*. México. Editorial Limusa.

Humphrey, G. (1973): *Psicología del pensamiento. Teorías e investigaciones*. México. Editorial Trillas.

Husserl, E. (1999): *Fenomenología*. Barcelona. Edicions 62.

\_\_\_\_\_ (1992): *Invitación a la fenomenología*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica.

Jiménez, F. (1986): "Historia, concepto y teorías en psicología ambiental", Jiménez, F. i Aragonés, J. I. [eds.], *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid. Alianza Editorial.

Ittelson, W. H. (1973): *Environment and cognition*. New York. Seminar Press.

Karam, T. (2006): *Introducción a la semiótica*. Bellaterra. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.

Knapp, M. L. (1982): *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Barcelona. Editorial Paidós.

Koffka, K. (1973): *Principios de psicología de la forma*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Kohler, W. *et al.* (1963 [1973]): *Psicología de la forma*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Korosec-Serfaty, P. (1976). *Appropriation of space. Proceedings of the Strasbourg Conference. IAPC-3*. Strasbourg-Lovaine La Neuve. CIACO.

Lazarsfeld, P.F. i Boudon, R. (1973 [1985]): *Metodología de las ciencias sociales*. Barcelona. Editorial Laia.

Lévy-Leboyer, C. (1980 [1985]): *Psicología y medio ambiente*. Madrid. Ediciones Morata.

Lowenthal, D. (1977): "Geografía, experiencia e imaginación: hacia una epistemología geográfica" a Randle, P. (ed.) *Teoría de la geografía*. Buenos Aires. Sociedad Argentina de Estudios Geográficos, pàg. 189-230.

Mackenzie, B.D. (1977 [1982]): *El behaviorismo y los límites del método científico*. Bilbao. Editorial Desclée de Brouwer.

McLuhan, M. (1998): *La galaxia Gutenberg. Génesis del Homo Typographicus*. Barcelona. Círculo de Lectores.

Maderuelo, J. [dir.] (2006): *Paisaje y pensamiento*. Madrid. Abada Editores.

\_\_\_\_\_ (2005): *El paisaje. Génesis de un concepto*. Madrid. Abada Editores.

Martín Serrano, M. (1982): "Relaciones entre comunicación, ecosistema y organización social", *Sociología y Medio Ambiente*, pàg. 289-304

\_\_\_\_\_ (1985 [1993]): *La producción social de la comunicación*. Madrid. Alianza Editorial.

Martínez de Pisón, E. (1983): "Cultura y ciencia del paisaje", *Agricultura y Sociedad*, 27, pàg. 9-32.

Másmela, C. (2000): *Martin Heidegger: el tiempo del ser*. Madrid. Editorial Trotta.

Mattelart, A. i Mattelart, M. (2005): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona. Editorial Paidós.

McQuail, D. (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Paidós.

Mead, G. H. (1983): *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona. Editorial Paidós.

Mehrabian, A. (1976): *Public places and private spaces: the psychology of work, play and living environments*. New York. Basic Books Inc.

Merleau-Ponty M. (1997): *Fenomenología de la percepción*. Barcelona. Editorial Península.



Merton, R.K. (1984): *La sociología de la ciencia: investigaciones teóricas y empíricas*. Madrid. Alianza editorial.

Moles A. (1992): *Finestres tancades sobre el món: Les comunicacions?* Conferència amb motiu del lliurament dels IV Premis a la investigació sobre comunicació de masses. Barcelona. Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya.

\_\_\_\_\_ (1972): "Socio-économie des mass-media: vers une écologie de la communication" a *Économie et Sociétés*, Cahiers de l'Institut de Science Economique Appliquée, vol. IV, pàg. 731-773.

Montero, F. (1990): *La fenomenología del mundo de Husserl y Heidegger*. Taula: Quaderns de Pensament, 13-14, pàg. 113-129.

Moragas, M. (1981 [1990<sup>4</sup>]): *Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

\_\_\_\_\_ (1985): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Mucchielli, A. (1998): *Psicología de la comunicación*. Barcelona. Editorial Paidós.

Muñiz, N. (2007): "Marketing de ciudades: de la gestión estratégica y de infraestructuras a la creatividad y los valores" a Baladrón, A. *et al. Publicidad y Ciudad*. Sevilla-Zamora. Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.

Musitu, G. *et al.* (1993): *Psicología de la comunicación humana*. Buenos Aires. Editorial Lumen.

Nogué, J. (1985): *Una lectura geogràfico-humanista del paisatge de la Garrotxa*. Girona. Col·legi Universitari de Girona.

\_\_\_\_\_ (1985): “Geografía humanista y paisaje”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, núm. 5, pàg. 93-107.

\_\_\_\_\_ (2006): *Las otras geografías*. València. Editorial Tirant lo Blanch.

Nogué, J. [ed.] (2007): *La construcción social del paisaje*. Madrid. Editorial Biblioteca Nueva.

Ortega Cantero, N. (2004): “Naturaleza y cultura en la visión geográfica moderna del paisaje”, Ortega N. (ed.), *Naturaleza y cultura del paisaje*. Madrid. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, pàg. 9-35.

Ortega Valcárcel, J. (2000): *Los horizontes de la geografía*. Barcelona. Editorial Ariel.

Ovejero, A. (1993): “Leon Festinger y la psicología social experimental: la teoría de la disonancia cognoscitiva 35 años después”, *Psicothema*, 5, 1, pàg. 185-199.

Pacheco, M. (2007): “La ciudad como escenario de la comunicación” a Baladrón, A. *et al. Publicidad y Ciudad*. Sevilla-Zamora. Ediciones y publicaciones Comunicación Social.

Patocka, J. (2005): *Introducción a la fenomenología*. Barcelona. Editorial Herder.

Peet, R. (1977): *Radical geography: alternative viewpoints on contemporary social issues*. Chicago. Maaroufa Press.

Pena, R. (2001): "Aprendiendo a percibir la ciudad. Metodología y estrategias didácticas, *Íber: Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*. Volum 8, 27, pàg. 41-48.

Piñuel J.L. i Lozano, C. (2006): *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona. Editorial Paidós.

Piñuel J.L. (1999): *Abraham A. Moles (1920-1992) y la Teoría de la Información*. CIC, 4, pàg. 157-185.

Pol, E. (1981): *Psicología del medio ambiente*. Vilassar de Mar. Ediciones Olkos-Tau.

\_\_\_\_\_ (1988): *La psicología ambiental en Europa. Anàlisis sociohistórico*. Barcelona. Editorial Anthropos.

\_\_\_\_\_ (1996): "La apropiación del espacio" a L. Íniguez i E. Pol (eds.) *Cognición, representación y apropiación del espacio*. Col·lecció Monografies Psico-Socio-Ambientals (vol. 9, pp. 45-62). Barcelona. Publicacions de la Universitat de Barcelona. (Original, 1994, a *Família y Sociedad*, 12, 233-249).

\_\_\_\_\_ (2002): "El modelo dual de la apropiación del espacio", García Mira, R.; Sabucedo, J.M. i Romay, J. (eds.). *Psicología y Medio Ambiente. Aspectos psicosociales, educativos y metodológicos*, pàg. 123-132.

Prini, P. (1992): *Historia del existencialismo. De Kierkegaard a hoy*. Barcelona. Editorial Herder.

Quivy, R. i Van Campenhoudt, L. (1997): *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona. Editorial Herder.

Rachlin, H. (1977): *Introducción al conductismo moderno*. Madrid. Editorial Debate.

Rock, I. (1985): *La percepción*. Barcelona. Editorial Labor.

Rizo, M. (2006): "La psicología social como fuente teórica de la comunicología. Breves reflexiones para explorar un espacio conceptual común", *Andamios. Revista de Investigación Social*, 3, pàg. 163-184.

\_\_\_\_\_ (2006): "La interacción y la comunicación desde los enfoques de la Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Breve exploración teórica", *Anàlisi, Quaderns de Comunicació i Cultura*, 33, pàg. 45-62.

\_\_\_\_\_ (2006): "George Simmel, Sociabilidad e Interacción. Aportes a la ciencia de la comunicación", *Cinta de Moebio. Revista de epistemología y ciencias sociales*, 27, pàg. 43-60.

\_\_\_\_\_ (2007): "Intersubjetividad, Comunicación e Interacción. Los aportes de Alfred Schütz a la Comunicología", *Razón y Palabra*, 57. Article en línia. Disponible a: <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/mrizo.html> [Data de consulta: 24 d'abril de 2008].

Rodrigo, M. (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

\_\_\_\_\_ (2006): *Modelos de la comunicación*. Portal de la Comunicación. Bellaterra. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.

Roger, A. (2007): *Breve tratado del paisaje*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Romano, V. (1993): *Desarrollo y progreso: por una Ecología de la Comunicación*. Barcelona. Editorial Teide.

\_\_\_\_\_ (1998): *El tiempo y el espacio en la comunicación: la razón pervertida*. Hondarribia. Editorial Hiru.

\_\_\_\_\_ (2000): “Espacio y comunicación en Andalucía”, *Filosofía, política y economía en el Laberinto*, 4, pàg. 39-45.

\_\_\_\_\_ (2001): “Ecología de la comunicación”, *Filosofía, política y economía en el Laberinto*, 5, pàg. 39-44.

Ruesch, J. i Kees, W. (1978): “Función y significado en el ambiente físico”, Prohasnky *et al.* [ed.]. *Psicología ambiental. El hombre y su entorno físico*. México. Editorial Trillas.

Russell, J.A. i Pratt, G. (1980): “A description of the affective quality attributed to environments”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, pàg. 311-322.

Sack, R. D. (1993): “The power of place and space” a *Geographical Review*, 83, pàg. 326-329.

Sánchez, J.A. (1980): *Percepción del espacio, del movimiento y del tiempo* dins de Ardila, J. “Psicología de la Percepción”. México. Editorial Trillas.

San Eugenio, J.d. (2007): “La delimitación de los elementos intangibles del paisaje: indicios de comunicación”, *Actas del XX Congreso de Geógrafos Españoles*. Sevilla 23 a 28 de octubre.

San Martín J. (1987): *La fenomenología de Husserl como utopía de la razón*. Barcelona. Editorial Anthropos.

Santarelli, S. i Campos, M. (2002): *Corrientes epistemológicas, metodología y prácticas en geografía*. Buenos Aires. Editorial de la Universidad Nacional del Sur.

Saperas, E. (1998). *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona. Editorial CIMS.

Sartre, J.P. (1980): *El existencialismo es un humanismo*. Barcelona. Ediciones Orbis.

\_\_\_\_\_ (1982): *Fenomenología i existencialisme*. Barcelona. Editorial Laia.

\_\_\_\_\_ (1984): *El ser y la nada*. Madrid. Alianza Editorial.

\_\_\_\_\_ (1989): *Verdad y existencia*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica.

Schütz, A. (1974a): *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

\_\_\_\_\_ (1974b): *El problema de la realidad social*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

\_\_\_\_\_ (1977): *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

\_\_\_\_\_ (1993): *La construcción significativa del mundo social: introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona. Editorial Paidós.

Silverstein, A. (1985): *Comunicación humana. Exploraciones teóricas*. México. Editorial Trillas.

Simmel, G. (1986): *El individuo y la libertad: ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona. Península.

Skinner B. F. (1982): *Reflexiones sobre conductismo y sociedad*. México. Editorial Trillas.

Skinner B.F. (1977): *Sobre el conductismo*. Barcelona. Editorial Fontanella.

Skinner B.F. (1970): *Ciencia y conducta humana*. Barcelona. Editorial Fontanella.

Sperber, D. i Wilson, D. (1994). *La relevancia*. Madrid. Editorial Visor.

Strongman, K.T. (1978). *The psychology of emotion*. London. John Wiley and sons.

Sust, X. (comp.) (1972): *La significación del entorno*. Barcelona. Publicacions del Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya i Balears

Tuan, Yi-Fu (2007). *Topofilia. Un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. Barcelona. Editorial Melusina.

Unwin, P.T.H. (1995): *El lugar de la geografía*. Madrid. Cátedra.

Valbuena, F. (1979): *La comunicación y sus clases. Aplicaciones a diversos campos de la actividad humana*. Zaragoza. Editorial Luis Vives.

Valera, S. (1993): *El simbolismo en la ciudad. Funcions de l'espai simbòlic urbà*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.

\_\_\_\_\_ (1996). “Análisis de los aspectos simbólicos del espacio urbano. Perspectivas desde la psicología ambiental”, *Revista de Psicología. Universitas Tarraconensis*, 18, pàg. 63-84.

\_\_\_\_\_ (1997). “Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social”, *Revista de Psicología Social*, 12, pàg. 17-30.

Valera, S., Guàrdia, J. i Pol, E. (1998): “A study of the symbolic aspects of space using nonquantitative techniques of analysis”, *Quality and Quantity*, 32, pàg. 367-381.

Valera, S. i Pol, E. (1994a): “El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental”, *Anuario de Psicología*, 62, pàg. 5-24.

Valera, S. i Pol, E. (1994b): “El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental”, *Anuario de Psicología*, 62, pàg. 5-24.

Vidal, T. i Pol, E. (2005): “La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares”, *Anuario de Psicología*, vol. 36, 3, pàg. 281-297.

Vidal, B. (2002): *El procés d'apropiació de l'entorn. Una proposta explicativa i la seva contrastació*. Tesis doctoral. Departament de Psicologia Social. Universitat de Barcelona.

Vidal, T., Pol, E., Guàrdia, J. i Però, M. (2004): “Un modelo de apropiación del espacio mediante ecuaciones estructurales”, *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 5(1 i 2), pàg. 27-52.



Vilà Valentí, J. (1973): “¿Una nueva geografía?”, *Revista de Geografía*, 1-2, pàg. 5-57.

Vizcaíno-Laorga, R. (2007): “La ciudad percibida: tradición y tecnología”, Baladrón, A. *et al.* (eds.). *Publicidad y Ciudad*. Sevilla-Zamora. Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.

Vocate, D.R. (1994): *Intrapersonal communication: different voices, different minds*. New Jersey. Lawrence Erlbaum associates publishers.

Warm, J.S. (1990): *Psicología de la percepción*. Madrid. Alianza Editorial.

Watson J. B. (1972): *El conductismo*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Watzlawick, P. (1974): *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo.

\_\_\_\_\_ (1979): *¿Es real la realidad?: confusión-desinformación-comunicación*. Barcelona. Herder.

Weber, M. (1977): *Economía y sociedad*. México. Fondo de Cultura Económica.

Winkin, Y. (1994): *La nueva comunicación*. Barcelona. Editorial Kair.

Wolf, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona. Ediciones Paidós.

## **Webgrafia**

[http://webpages.ull.es/users/mach/Numeros/V\\_8\\_1y2.htm](http://webpages.ull.es/users/mach/Numeros/V_8_1y2.htm)

[Data de consulta: 20.05.2008]

<http://pmid.proves.ub.edu/becari/psicamb/uni1/index.htm>

[Data de consulta: 14.06.2008]

<http://www.fti.uab.es/sgolden/docencia/3worlds/3worlds.htm>

[Data de consulta: 07.07.2008]