

# La construcción de la imagen de Zaragoza. Propuestas de cultura e identidad urbana y desarrollo local<sup>1</sup>

(The construction of the image of Zaragoza.

Proposals in terms of culture, urban identity and local development)

López, Ángela

Univ. de Zaragoza. Fac. CC. Económicas y Empresariales.

Dpto. de Psicología y Sociología. Gran Vía, 2. 50005 Zaragoza

BIBLID [1137-439X (2003), 23; 155-172]

Recep.: 21.08.02

Acep.: 21.08.02

---

*La investigación social aplicada que aquí se presenta aspira a contribuir al conocimiento científico de la forma y de la vida urbana. Pone su atención en el análisis cultural de la ciudad para el desarrollo local, humano y sostenible. El estudio se concreta en una ciudad, Zaragoza, capital de la Comunidad Autónoma de Aragón, de 600.000 habitantes, y ciudad piloto en España para el estudio de los hábitos de consumo y de los comportamientos culturales urbanos de los españoles. La metodología de estudio es comprensiva e interdisciplinar. El estudio completo consta de ocho investigaciones. Se presentan aquí los resultados más significativos de la encuesta a una muestra representativa de la población de Zaragoza y de las conclusiones más significativas del estudio completo.*

*Palabras Clave: Ciudad. Urbanismo. Ciudadanía. Identidad. Historia urbana. Cultura urbana. Comunicación. Desarrollo local. Desarrollo urbano.*

*Hemen aurkezten den gizarte ikerketa aplikatuak hiriaren forma eta bizitzaren ezagupen zientifikoan laguntzea du helburua. Hiriaren azterketa kulturalari erreparatzen zaio, hiriaren giza garapen jasangarriari begira. Azterlan hau Zaragoza hirian gorpuztu da: Aragoiko Autonomia Erkidegoko hiriburu, 600.000 biztanle, Espainiako hiri pilotoa espainiarren hiriko kontsumo ohiturei eta kultura jokabideei dagokienez. Ikerketaren metodologia ulerkorra eta diziplina artekoa da. Guztira zortzi ikerketak osatzen dute azterlana. Hemen, Zaragozako biztanleak oderkatzen dituen lagin bati egindako inkestaren emaitza esanguratsuenak eta azterlan osoaren ondorio esanguratsuenak aurkezten dira.*

*Giltza-hitzak: Hiria. Hirigintza. Herritarrak. Identitatea. Hiri historia. Hiri kultura. Komunikazioa. Tokiko garapena. Hiri garapena.*

*La recherche sociale appliquée que l'on présente ici aspire à contribuer à la connaissance scientifique de la forme et de la vie urbaine. Elle concentre son attention sur l'analyse culturelle de la ville pour le développement local, humain et soutenable. L'étude se résume en une ville, Saragosse, capitale de la Communauté Autonome d'Aragon, de 600.000 habitants, et ville pilote en Espagne pour l'étude des habitudes de consommation et des comportements culturels urbains des espagnols. La méthodologie d'étude est compréhensive et interdisciplinaire. L'étude complète comprend huit investigations. On présente ici les résultats les plus importants de l'enquête faite sur un échantillon représentatif de la population de Saragosse et des conclusions les plus importantes de l'étude complète.*

*Mots Clés: Ville. Urbanisme. Habitants. Identité. Histoire urbaine. Culture urbaine. Communication. Développement local. Développement urbain.*

---

1. La investigación completa corresponde al Proyecto Feder 2fd1997-2004. El equipo de investigación es el siguiente. Angela López, investigadora principal. Investigadores José Aixelá, Timothy Bozman, Pilar Bernard, Paloma Bozman, Jesús Delgado, Pedro García, Ascensión Hernández, Ana Lorente y Francisco Pellicer.

## INTRODUCCIÓN

La investigación social aplicada que aquí se presenta aspira a contribuir al conocimiento científico de la forma y de la vida urbana. Considera que la cultura urbana es motor de desarrollo de las ciudades, las que logran su pervivencia mediante proyectos de creación, conservación e innovación cultural. Llama la atención sobre la importancia del análisis cultural de la ciudad para el desarrollo local, humano y sostenible. El estudio se concreta en una ciudad, Zaragoza, capital de la Comunidad Autónoma de Aragón<sup>2</sup>, de 600.000 habitantes, y ciudad piloto en España para el estudio de los hábitos de consumo y de los comportamientos culturales urbanos de los españoles. Se pregunta sobre los proyectos de vida que contribuyen a la creación de políticas identitarias, a la búsqueda de los mejores mecanismos de religación y de comunicación, intra e interurbana. Los hallazgos del estudio invitan a la elaboración de políticas orientadas a construir la ciudad con el máximo de calidad de vida para sus habitantes y la mayor apertura a la interrelación social y mercantil de aquellos con la sociedad-mundo.

### 1. EL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

El objeto de esta investigación es hallar respuesta a las siguientes preguntas ¿Qué imagen de sí misma construye la ciudad de Zaragoza, como ciudad cultural tanto para sus habitantes como para sus visitantes? ¿Qué culturas desarrollan como parte de su identidad urbana? La respuesta a estas preguntas supone la contestación a otras muchas, de carácter genérico y de carácter específico.

Las preguntas más genéricas son las siguientes. ¿Cuáles son las señas de identidad con las que la ciudad de Zaragoza, se construye a sí misma? ¿Como se configura su espacio urbano en cuanto territorio habitado, recorrido y visitado? ¿Cuáles son las expectativas de calidad de vida que la ciudad ofrece, a partir de su dinamismo económico y del deleite cultural con las formas tradicionales e innovadoras de arte y de pensamiento? Las preguntas más específicas son las siguientes, ¿Qué es lo que la ciudad concibe como patrimonio natural, social, cultural, económico y arquitectónico, en su triple condición de legado histórico, sociológico y artístico? ¿Qué valor le da, tanto en términos simbólicos como económicos? ¿Cuáles son las racionalidades y sensibilidades que subyacen en las ofertas culturales que la ciudad hace a sus habitantes, a sus visitantes y a sus turistas? ¿Cuáles son los códigos de comunicación, qué señales utilizan y cuáles los significados que con ellos elaboran? ¿Podemos avanzar en el plan estratégico de la ciudad sin contar con la voluntad, con la colaboración y con la con-

---

2. La Comunidad Autónoma de Aragón es una de las 17 regiones en las que se divide administrativamente España, siguiendo una política descentralizadora de la gestión por acuerdo legislativo de la Ley Constitucional de 1978. Así, el artículo 137 de la Constitución Española dispone: "El Estado se organiza territorialmente en municipios, en provincias y en las CC.AA. que se constituyan. Todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses".

fianza de todos los actores sociales, culturales y económicos con los que llevar a cabo cualquier proyecto de desarrollo local? Desde luego estas preguntas no se responden con meras opiniones sino con análisis de indicadores cuidadosamente elaborados que nos permitan reconocer: i) las señas de identidad con las que se construye la cultura urbana de la ciudad, ii) el proyecto de ciudad que emana de las políticas públicas (y que será diferente según lo públicas que sean), iii) la vivencia colectiva del nosotros, iv) la imagen de la ciudad que Zaragoza quiere transmitir al, y mantener en el, conjunto de ciudades europeas de las que se siente parte o de las que quiere ser parte.

Para responder a estas preguntas se pretende, en primer lugar, conocer los lugares de la memoria, las tipologías arquitectónicas y urbanísticas que van acumulando su patrimonio social y cultural, interpretar la historia de su adaptación y transformación continuas, a fin de realizar las funciones materiales y sociales del espacio urbano, y entender las representaciones mentales (colectivas), las ideas y los proyectos, incluso aquellos que nunca se realizaron. En segundo lugar, comprender cuál es su capacidad de organizar el espacio y las funciones urbanas que le aseguren un lugar determinante en el recorrido cultural de sus habitantes, visitantes y turistas. En este sentido, la riqueza de la oferta cultural va ligada a las industrias culturales y a las hegemonías intelectuales<sup>3</sup>. En tercer lugar, comprender cuáles son las expectativas de progreso que sus ciudadanos tienen (medidas en términos de su cualificación y trabajo profesional, de su acceso a los saberes y técnicas de mantenimiento de la ciudad, de su conocimiento y valoración de recursos y patrimonio, y de su proyecto,- su ambición-, de vida urbana. Y en cuarto lugar, conocer cuáles son las políticas urbanas que lleguen al público, de protección, conservación y renovación de los patrimonios.

## 2. EL MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Nos encontramos con un dilema: elegir entre el reduccionismo que se basa en una estricta definición de la teoría para descartar todas las variables que no son útiles y el universalismo que contempla un mayor número de hipótesis posibles para aprehender la complejidad. Optamos por el universalismo y por la comprensión de la complejidad. De ahí la interdisciplinariedad del estudio y la puesta en marcha de una metodología comprensiva. La orientación sociológica es aquí predominante, pero va debidamente complementada con los métodos de la economía, la historia, la geografía humana, la arquitectura y la sociolingüística. Aquí se concibe a la ciudad como un espacio de tradición e innovación cultural a partir de su capacidad de mantener, potenciar y aumentar su legado histórico artístico, sociológico e identitario.

---

3. Estas industrias y hegemonías están en Nueva York, París, Londres, Tokio. Pensamos que en España, por el momento, se las disputan Madrid y Barcelona. Pero es importante entender las condiciones que tienen las ciudades intermedias como Zaragoza para constituirse en ciudades de escala humana e interesadas en su patrimonio como medio de desarrollo humano, ambiental y sostenible.

### 3. LOS ÁMBITOS Y LAS TÉCNICAS DE ESTUDIO

Las iniciativas recientes de la Unesco y de otras instituciones internacionales dan prioridad a la indagación etnológica sobre las ciudades. Se entiende que la investigación cualitativa constituye un mecanismo de defensa de la ciudad para imaginar vías autónomas de desarrollo. Es decir, para sacar a la luz las especificidades de la cultura, y los modos de vida que generan sentimientos colectivos de pertenencia y buenas relaciones con el medio. Pero se requieren también grandes encuestas transversales, que permitan identificar los modelos de desarrollo mejor adaptados a la vida social globalizada: que compaginen el mercado y el interés colectivo. Por ello los instrumentos de análisis utilizados son varios: análisis documental, observación no participante y participante de la realidad, entrevistas en profundidad, encuestas y grupos de discusión. El estudio completo, del que aquí se expone sólo una parte consta de **ocho** investigaciones, que a continuación se citan.

En primer lugar, se han identificado aquéllas señales connotativas y denotativas con las que la ciudad de Zaragoza, invita a sus ciudadanos, a los visitantes y a los turistas a recorrer, detenerse, adentrarse y abandonar el territorio preciado con su patrimonio histórico-artístico, sociológico e identitario. Se ha indagado la red espacial, mediante observación y seguimiento de las señales del espacio físico, y la red literaria y la red virtual de las guías y publicaciones turísticas mediante análisis de contenido.

En segundo lugar se han seguido las rutas turísticas, por itinerarios peatonales y de bus turístico, en recorridos de presentación del patrimonio natural, arquitectónico y urbanístico, por los museos y por la ciudad. En tercer lugar, se han analizado las guías histórico-artísticas de diferentes momentos históricos a fin de comprender la evolución de los lugares y recursos significados.

En cuarto lugar se han observado las señales tácitas<sup>4</sup>, aquellas popularmente conocidas como parte del silencio cómplice de los habitantes de la ciudad, “su as en la manga” para identificar hábilmente y conducir crípticamente por la ciudad a sus iguales en el ancho marco de la diversidad social, cultural y tecnológica de la urbe. Se hace de dos formas. Una, observando en el presente y haciendo historia de calles, plazas, paseos, parques, riberas que concentran patrimonios, funciones y actividades ciudadanas: pasado y presente concentrados en la dinámica cotidiana. La otra, identificando los lugares más preciados por quienes han participado en grupos de discusión como representantes de varias tipologías de ciudadanos con culturas urbanas afines en cada tipología.

---

4. Concepto desarrollado en López Ángela (2000) *Zaragoza ciudad hablada. Memoria colectiva de las mujeres y los hombres*. Zaragoza: Prensas Universitarias.

En quinto lugar se han explorado, mediante encuesta a una muestra representativa de población de la ciudad y mediante sesiones con grupos de discusión perfilados por culturas urbanas similares, cuales son las fuentes de la estima de la ciudad. En sexto lugar, se ha analizado mediante ficha- encuesta *in situ*, la condición social y cultural, y la ciudad y país de origen de los visitantes de lugares históricos y de los usuarios de los recursos patrimoniales. En séptimo lugar, se ha analizado la economía del turismo de la ciudad. Y en octavo lugar, se han explorado los espacios naturales de la ciudad.

El sondeo de opinión a los zaragozanos y el cuestionario respondido por los visitantes de museos aportan una visión *etic*, hecha desde fuera de los propios entrevistados, que se completa con otros capítulos de este informe: los análisis de la señalización de la ciudad, las visitas turísticas y el seguimiento de los itinerarios culturales, el análisis de la naturaleza y el río Ebro, el estudio de las guías turísticas y la historia y dinámica de los espacios públicos de la ciudad. La visión *emic* representa la perspectiva de los entrevistados, de quienes operan con conceptos y con explicaciones culturales que les son significativas, y que aquí se aborda con el análisis de las evocaciones hechas por los ciudadanos en las conversaciones mantenidas en los grupos de discusión<sup>5</sup>.

Se presentan a continuación algunos de los resultados más significativos de la encuesta a la población, por el valor representativo de los grandes ejes de análisis que recoge y se sintetizan las conclusiones generales del estudio.

#### 4. LA ENCUESTA DE OPINIÓN

La encuesta consta de 40 preguntas, la mayor parte con baterías amplias de alternativas de respuesta. Las preguntas aúnan siete grandes ejes de información sobre la ciudad. Se recoge en el análisis de resultados tanto la respuesta general de la población entrevistada como las respuestas diferenciadas según las variables sociodemográficas. Estas variables se agruparon para el análisis en cuatro grandes bloques diferenciadores de la opinión colectiva<sup>6</sup>. La encuesta fue aplicada a una muestra representativa de población compuesta por 1.500 per-

---

5. La distinción *emic/etic*, procede del lingüista Kenneth Pike (1954) para referirse a la comprensión de la lengua de un lugar. *Emic* representa la perspectiva de los nativos, quienes operan con conceptos y con explicaciones culturales que les son significativas. *Etic* es la versión analítica del investigador que aporta el análisis científico desde fuera. Ver María Jesús Buxó y Rey 1998:238.

6. El primero viene conformado por las variables socio-demográficas del sexo, la edad y el estado civil. El segundo, por las variables socio-laborales de los niveles de formación, la situación laboral, la ocupación, los ingresos y la clase social subjetiva de pertenencia. El tercero por una serie de variables connotadoras de la cultura política: el voto en las últimas elecciones municipales y generales, y de la cultura religiosa: las creencias y prácticas. El cuarto bloque explora el arraigo mediante las variables del lugar de nacimiento y del tiempo que se lleva viviendo en la ciudad. Aquí se agrega, para ciertas problemáticas urbanas, el distrito o barrio de residencia.

sonas, distribuidas proporcionalmente por 12 distritos de la ciudad y para ambos sexos, en edades superiores a los 18 años y en cuatro cohortes de edad. La recogida de información fue realizada por Random, mediante encuestas telefónicas asistidas por ordenador (CATI) en el mes de julio de 2001. Se hizo una afijación proporcional de la muestra, según las variables de sexo y edad, datos todos ellos que quedan reflejados en el cuadro siguiente.

### Distribución por sexo, edad y zona

BARRIO	TOTAL	HOMBRES					MUJERES				
		Total	18-29	30-44	45-59	60 +	Total	18-29	30-44	45-59	60 +
Casco Histórico	100	51	7	8	13	23	49	7	11	11	20
Centro	149	67	17	16	16	18	64	16	17	2	29
Delicias	271	130	32	33	32	33	141	29	34	34	44
Universidad	151	66	19	17	11	19	85	16	18	20	31
San José	169	77	19	21	19	18	92	19	21	22	30
Las Fuentes	117	56	13	16	13	14	61	13	15	15	18
La Almozara	62	29	6	12	8	3	33	7	12	7	7
Oliver - Valdefierro	62	32	8	10	9	5	29	8	8	6	7
Torrero	85	41	11	11	9	10	35	1	11	9	14
Margen Izquierda	258	131	33	50	30	18	127	32	43	28	24
Barrios rurales Norte	47	24	5	7	5	7	23	5	8	4	6
Barrios rurales Oeste	29	15	4	5	2	4	14	4	4	3	3
TOTAL	1500	719	174	206	167	172	781	166	203	179	233

El primer eje se organiza en torno al arraigo en la ciudad, al barrio de residencia, a la confluencia entre residencia real y expectativas de movilidad espacial interbarrrial y a la valoración de la calidad de vida de los distritos urbanos y rurales. El segundo se organiza en torno a las ventajas de vivir en la ciudad, la valoración de los aspectos que la configuran y la satisfacción recibida con el tipo de vida que puede llevarse a cabo en ella. El tercero se organiza en torno a los lugares del tiempo libre semanales y de fin de semana: intraurbanos, en el territorio aragonés, en el territorio nacional y fuera de España. El cuarto eje organiza todas las indagaciones acerca del modelo de ciudad que los zaragozanos quieren para sí, al conocimiento y la opinión sobre los proyectos urbanísticos y culturales en marcha al hacerse la encuesta, a la valoración de los servicios, espacios, posición geográfica y comunicaciones. El quinto eje se organiza en torno a la valoración del patrimonio histórico artístico, cultural y natural de la ciudad. El sexto eje identifica los lugares que los encuestados consideran peligrosos, degradados y/o abandonados. El séptimo eje se organiza en torno a la valoración y tendencias de uso de las ofertas turísticas públicas, de visitas guiadas a la ciudad patrimonial y a las actividades predilectas de empleo del tiempo libre e indaga el atractivo de las diferentes tipologías comerciales de Zaragoza. Se recoge en el análisis de resultados tanto la respuesta general de la población entrevistada como las respuestas diferenciadas según las variables sociodemográficas. Por razones de espacio, aquí me referiré sólo a algu-

nos de los contenidos más significativos de las respuestas generales y según variables clasificatorias.

#### **4.1. El arraigo espacial de los zaragozanos**

La ciudad de Zaragoza tiene una población estable. Cincuenta y dos de cada cien zaragozanos mayores de 18 años ha nacido en la capital. Cuarenticuatro de cada cien lleva viviendo en ella más de 10 años, apenas dos de cada cien llegaron a la ciudad hace más de 5 años y otros dos más llegaron hace menos de cinco años. Los cambios en la configuración humana de la ciudad han sido notables en los últimos 60 años, a juzgar por el comportamiento inmigratorio de su población, que es inverso a la edad. En efecto, si sólo nació en Zaragoza poco más de un tercio de los que hoy tienen más de 60 años y poco más de la mitad de quienes tienen entre 30 y 44, el porcentaje se eleva a 80 entre los jóvenes: en el gran bloque de quienes tienen hoy entre 18 y 30 años. No puede negarse que el empleo es hoy un bien inestable. Los datos sobre las contrataciones que el Consejo Económico y Social de Aragón presenta en su informe del año 2000 dejan ver que 9 de cada 10 empleos son temporales, en una época en la que el 79% de los jóvenes españoles de entre 25 y 29 años sigue viviendo con sus padres sin poder afrontar por sí mismo detraer el coste de una vivienda alquilada de su sueldo mensual<sup>7</sup>. Ello no obsta para reconocer que la ciudad proporciona condiciones y medios de vida que invitan a quedarse. Nueve de cada diez habitantes de la ciudad piensan seguir viviendo aquí.

Tienen más estudios y de niveles más altos de cualificación los nacidos en la ciudad, que además son los más jóvenes, parte de los cuáles aún se están formando. La relación inversa entre edad y formación refleja el cambio que ha experimentado España a lo largo de su reciente historia. La educación reglada y obligatoria es muy reciente en nuestro país, en las generaciones mayores aún vivas son escasos los índices de quienes han recibido estas enseñanzas y a principios de siglo el 56% de los españoles eran analfabetos.

#### **4.2. Haciendo ciudad, ¿Qué es lo que en opinión de los entrevistados hace la ciudad tal cual es, y como valoran cada uno de los aspectos que la configuran?**

La encuesta contiene indicadores que abarcan: espacios de uso público para el asueto, equipamientos y servicios urbanos, medios de transporte, instituciones de gestión, elementos ornamentales y clima de seguridad ciudadana. Proponemos a nuestros encuestados valorar de 0 a 10 puntos cada uno de los aspectos indicados en donde 0 es la nota mínima y 10 la máxima. Si atendemos a las puntuaciones medias, concluimos que el 50% de los indicadores de ciudad escogidos

---

7. *Informe Económico y Social de Aragón de 2000*. Zaragoza: Consejo Económico y Social de Aragón. Ver la Introducción y el capítulo dedicado al empleo.

obtienen una puntuación media de entre 6 y 7 puntos. Aquí se sitúan algunos de los espacios públicos, (en concreto los parques y plazas), algunos equipamientos públicos, (en concreto los deportivos, culturales y escolares), algunos servicios urbanos, en concreto, los bares. Se sitúan por encima del 7 las zonas comerciales y por debajo del 5 las riberas de los ríos. Es decir, que la ciudad ha hecho prevalecer aquellos equipamientos, servicios y funcionalidades orientados a satisfacer la demanda de la población adulta más que la infantil y con descuido de los espacios naturales de ríos y riberas. Puntúan entre 5 y 6 puntos los maceteros, las guarderías, las zonas de juego infantil, la seguridad ciudadana y la gestión de las administraciones públicas. El aprobado de la administración tiene sus matices. El 5 es para el Ayuntamiento, 5,5 para la Diputación Provincial y 6 para el gobierno autonómico.

Hay contraposición de opiniones entre los más jóvenes y los mayores de 60 años, entre las mujeres y los hombres. Los más jóvenes valoran más los bares, la seguridad ciudadana y la cercanía entre barrios y distritos, justo lo que valoran menos los mayores. Las mujeres son más apreciativas y menos críticas en todo a excepción de los bares y zonas de tapeo. Podría decirse que la inseguridad ciudadana que perciben los mayores va unida al despliegue de jóvenes que en las calles se sienten seguros con su masiva presencia en torno a los bares. La población más crítica, es la que tiene de 45 a 59 años, aumenta con la educación formal y con el empleo en puestos de rangos intermedios y altos.

### **4.3. Las ventajas de vivir en la ciudad**

Con todo ello, las ventajas de vivir en la ciudad son notables. Poco menos del 50% de los zaragozanos las sitúa dentro de tres grandes ejes: la dimensión humana del espacio que facilita el uso de los equipamientos y servicios, la calidad de sus gentes y los sentimientos de confort que afloran gracias a la identidad lograda en la combinación de espacio y gentes. A grandes rasgos puede decirse que aumentan con la edad los sentimientos de bienestar, de apropiación del espacio como lugar propio, y la valoración de la tranquilidad y la calma urbanas. Y crece en relación inversa a la edad la valoración del tamaño y de los servicios que la ciudad brinda.

Pero la ciudad tiene inconvenientes para 6 de cada diez habitantes. El mayor porcentaje de respuestas apuntan al malestar con las infraestructuras físicas y las redes de comunicación, transporte y abastecimiento (tráfico, comunicaciones y transportes, falta de agua, exceso de ruido y contaminación) los atascos y la falta de semáforos. Le siguen todos los inconvenientes ligados a las condiciones climatológicas y geográficas (clima, falta de mar y playa, viento, aire o cierzo). Porcentajes descendentes creen que la ciudad está masificada y con insuficientes servicios culturales y educativos.

De todas formas es alta la satisfacción con la ciudad para ocho de cada diez entrevistados, porque ofrece calidad de vida tanto por su tamaño a escala humana, como por sus ofertas. Las más valoradas son la oferta comercial, que luego

analizaremos, y los bares y zonas de tapeo, seguida de los paseos y plazas, los parques, los museos y el transporte público) y por las formas posibles de relación humana.

#### **4.4. Los lugares del tiempo libre**

Los lugares del tiempo libre varían según se trate de intercalar actividades libres entre las rutinarias de trabajo y estudio propias de los días laborales y lectivos, o se trate de realizar actividades libres en los días de descanso laboral y estudiantil, es decir en los fines de semana.

En primer lugar, hay diferencias notables entre los lugares elegidos durante la semana y los escogidos durante los fines de semana. En segundo lugar, la disponibilidad de tiempo tanto como las expectativas de ocio juegan aquí un papel importante. En tercer lugar, las salidas de la ciudad están marcadas tanto por la disponibilidad económica derivada de la posición social en el mercado de los bienes como por los estilos de vida, y hábitos de consumo, de las generaciones.

Hechas estas precisiones se observa que lo habitual durante la semana es quedarse en el barrio en el que se vive. Ochenta de cada cien zaragozanos pasa su tiempo libre en el barrio donde habita. Van a otros lugares fuera del barrio los veinte restantes. La mitad de ellos van al centro, un tercio se dirigen a otros barrios y el 15.6% restante sale de la ciudad. La salida del barrio crece en números a medida que disminuye la edad, las mujeres salen menos que los hombres y los casados menos que los divorciados y mucho menos que los solteros, los jubilados salen menos que los activos. Cuando la gente sale de su barrio lo hace principalmente para irse al centro salvo en un caso: en la cohorte de edad más avanzada que se va a otros barrios, en los que mantienen a través de los años los contactos, encuentros y relaciones de amistad y parentesco.

Si durante la semana lo habitual es quedarse en el barrio donde se reside, durante los fines de semana, los porcentajes se invierten. El 56,3% de la población pasa su tiempo libre fuera del barrio, mientras el 43,7% permanece en él. Estas salidas siguen afectando a porcentajes mayores de los jóvenes, que menguan progresivamente con el aumento de la edad, más numerosos también los porcentajes de los solteros y de los divorciados. Hay sin embargo un impulso común: el deseo de conocer o disfrutar más de lo menos conocido.

Los destinos de los que abandonan la ciudad el fin de semana son tres: el pueblo de origen familiar, el campo o montaña y el mar. Los destinos de quienes se quedan son, de preferencia el centro y luego otros barrios. En todo caso los más urbanos entre los ociosos son los jóvenes. ¿A dónde va el veinte por ciento de los zaragozanos que salen fuera de Aragón los fines de semana? El 97,8% de ellos se queda en territorio español. Los más van hacia las ciudades del Mediterráneo: Tarragona, Barcelona, Valencia, Castellón, Málaga, Alicante, Baleares, Gerona. Los demás se distribuyen por casi todo el país. El destino de quien sale del país es Francia.

#### **4.5. Invitación a pensar la ciudad. ¿Qué proyectos urbanísticos conocen y con cuáles están más familiarizados?**

Los ciudadanos tienen un conocimiento mayor de aquellos proyectos que reciben impulso regional, es decir, que son parte de la razón de estado autonómico y que se llevan a cabo, coordinadamente, entre el gobierno autonómico y el local. Estos van orientados al desarrollo de las comunicaciones desde y hacia la ciudad. Los más conocidos son el cinturón de ronda, la estación intermodal de autobuses, el plan de riberas de los ríos canal, la Expo 2008<sup>8</sup> y la llegada del AVE (tren de alta velocidad).

**¿Cómo valoran la ejecución de los proyectos conocidos?** La sensibilidad de los zaragozanos es muy alta en lo que se refiere al transporte y comunicaciones inter e intra urbanas. Con una puntuación que va de 1 para los que satisfacen menos a 4 para los que satisfacen más, los que puntúan más son el AVE, y la construcción de la estación intermodal (entre 2,99 y 2,89). Obtienen una puntuación intermedia los cinturones de ronda y la propuesta de implantación de servicios comunes: transporte público intraurbano y recogida de basuras (en torno a 2,80 puntos) Los proyectos menos valorados son Ebrópolis y la red ferroviaria regional: se echa en falta la de cercanías.

#### **4.6. ¿Se apuesta por una ciudad que fija su atención en el centro o por una ciudad multicéntrica, es decir, desplegada en varias zonas multifuncionales?**

Cada alternativa requiere intervenciones urbanísticas distintas: una planificación singular de los transportes, de los equipamientos y de los servicios. Se hacen aquí cuatro observaciones importantes.

En primer lugar, que los zaragozanos optan masivamente por la potenciación de la ciudad ya construida y compactada en torno a su centro frente a la propuesta de hacer crecer la ciudad en los terrenos periféricos. Despunta la preocupación por vivir en una ciudad ligada, interconectada en su trama urbana, en la que se llenen los vacíos que la fragmentan. En segundo lugar, se defiende una ciudad que da funciones residenciales a su centro histórico: se opta claramente por un centro habitado, y por dotar de equipamientos y servicios de calidad y uso cotidiano a los barrios tradicionales de residencia. Se mantiene así el modelo de ciudad existente con respuestas decididas en lo que se refiere a la rehabilitación, renovación y provisión de servicios de sus áreas residenciales. Se aspira a una ciudad que satisfaga las necesidades de ocio de los ciudadanos allí donde habitan. En tercer lugar, hay una actitud alerta a la conservación, mantenimiento y mejora de los transportes existentes frente a la creación de nuevas fórmulas de comunicación. Y en cuarto lugar, hay un dilema que opone a partes iguales a los ciudadanos que prefieren

---

8. El Proyecto de Exposición previsto para el 2008.

disponer de grandes centros comerciales y de ocio en los barrios de residencia frente a los que optan por tenerlos en el centro de la urbe.

Establecido con claridad el modelo de vida cotidiana más aceptado, el respeto a las funciones residenciales del centro y la exigencia de equipamientos y recursos en el propio barrio de residencia, los ciudadanos se dividen a partes iguales entre los que optan por el desarrollo del centro como lugar principal de ocio y comercio y los que se inclinan a la construcción de grandes superficies comerciales y de ocio en todos los barrios. Y se dividen también entre los que prefieren una estética urbana conformada por barrios donde las casas tengan cierta homogeneidad: el mismo aspecto, alturas, materiales, aquí se sitúan los más, y los que prefieren que las casas sean distintas, los menos.

#### **4.7. Planificación urbana, comunicaciones, servicios y relaciones humanas. Valoración del patrimonio urbano: lugares, edificios o rincones, espacios naturales más valorados**

¿Está bien urbanizada la ciudad? Poco más de la mitad de la población considera que Zaragoza es un espacio bien urbanizado y planificado frente al resto que no lo cree así. Los porcentajes varían en lo que respecta a las comunicaciones intra urbanas: 8 de cada diez acuerda que es buena la red de transporte público que conecta el centro con los distintos barrios, buenos los servicios de autobús para desplazarse a nivel autonómico y nacional, escaso y pobre el servicio de ferrocarril regional y, bajo mínimos, el servicio aéreo. Poco más de la mitad de la población opina que los servicios públicos, escuelas y hospitales se concentran demasiado en algunas zonas, mientras que el resto considera que están bien repartidos. Porcentajes entorno al 47% de la población opinan, que Zaragoza no está preservando su entorno natural. Y nadie duda del lugar estratégico que ocupa la ciudad.

En cuanto a los lugares históricos más conocidos, y ya agrupados por categorías vemos que el 81,9% de los encuestados mencionan preferentemente palacios, edificios histórico-artísticos y torres, el 44,9% destaca alguna plaza y el 36,4% algún parque.

Tres edificios forman parte del imaginario popular zaragozano. El más valorado es la Seo, mencionado por 58 de cada cien habitantes, le sigue la Basílica del Pilar, para 53 de cada cien y ya por debajo del 50% se sitúa el palacio de la Aljafería. Aunque se mencionan otros como la Lonja, el Palacio de Argillo o el arco del Deán, ocupan un lugar mucho más humilde que los anteriores. Las plazas más populares son, la plaza del Pilar y, muy de lejos, la de España<sup>9</sup>. El par-

---

9. En una obra reciente analizo el concepto de la plaza del Pilar y lo que constituye como seña de identidad para las clases medias urbanas a partir de una investigación cualitativa sobre la forma y la experiencia urbana. Véase mi obra *Zaragoza, ciudad hablada. Memoria colectiva de las mujeres y los hombres*, publicada por las Prensas Universitarias de la Universidad de Zaragoza en 2001. pp. 66-74 y 154-170.

que más valorado es el parque Primo de Rivera, que es el más grande de la ciudad, su pulmón. Pero además de las categorías anteriores de edificios históricos, plazas y parques las hay que incorporan a los lugares más valorados de la ciudad otros de sus espacios y rincones. Minorías de zaragozanos que van en descenso desde el 13 al 1%, valoran barrios o zonas enteras de la ciudad, edificios de nueva planta, ríos, galachos y canales, restos arqueológicos, iglesias, paseos, museos, puentes, calles, teatros, fuentes, restaurantes y hoteles.

**¿Son suficientes o insuficientes las zonas verdes que se despliegan actualmente por los entresijos de la ciudad?** La percepción de insuficiencia es porcentualmente superior a la de suficiencia. Se echan en falta grandes espacios naturales y vergeles urbanos, y existe cierta saturación con la sustitución que la ciudad ha hecho de los jardines por las macetas. Bien entendido que estas han sido incorporadas a la ciudad para dotar de cierto verdor a espacios de cemento y que en ningún caso se han superpuesto a los espacios de naturaleza de amplio alcance. A quienes conocen las riberas del Ebro se les pedía manifestar su acuerdo o desacuerdo con las propuestas urbanísticas que constan en cuatro grandes ejes de intervención: la ampliación del espacio dedicado a parques y paseos, la disyuntiva entre el espacio natural público o su privatización, la opción por los parques temáticos y la construcción de muros de contención. Conocen el río Ebro y han paseado por sus riberas 8 de cada 10 zaragozanos. Las propuestas urbanísticas de remodelación de las riberas del río hechas por 8 de cada 10 zaragozanos tienden hacia la ampliación del espacio dedicado a parques y paseos, hacia la gestión pública del espacio natural, hacia la incardinación del río en la urbe y hacia la integración de las riberas en el conjunto de la naturaleza urbana sin aislarlas tras muros de contención.

#### **4.8. La respuesta ciudadana a las ofertas turísticas y comerciales**

Hasta ahora hemos centrado la encuesta en el conocimiento de la ciudad y de los proyectos urbanísticos que están en marcha, y en la satisfacción con el modo de vida y la calidad de las áreas residenciales, los equipamientos y los servicios que la ciudad ofrece a sus ciudadanos. Los dos bloques de preguntas siguientes aportan información sobre dos otras tipologías de oferta urbana. El primer bloque se centra en las ofertas turísticas del Ayuntamiento de la ciudad y el segundo en los entornos y zonas comerciales<sup>10</sup>.

**Las ofertas turísticas que realiza el ayuntamiento. Conocimiento y participación.** El Ayuntamiento de Zaragoza tiene un proyecto turístico de amplio alcance en el momento en el que se lleva a cabo la encuesta, que supone el despliegue de actividades orientadas al conocimiento de la ciudad, de su patrimonio cultural y natural, de su espacio y de sus señas de identi-

---

10. Un tercero se centra en las actividades de tiempo libre que no desarrollo aquí por falta de espacio.

dad<sup>11</sup> ¿Conocen los ciudadanos la existencia de tal oferta? Si la respuesta es afirmativa ¿en cuáles de las actividades programadas han participado?

Seis de cada diez de los encuestados conocen las actividades turísticas que lleva a cabo el ayuntamiento, frente a los cuatro restantes que dice ignorarlas. Si tenemos en cuenta que tales actividades han sido pensadas tanto para los visitantes de la ciudad como para sus habitantes hay que reconocer que es alto el porcentaje de quienes las desconocen. Por tanto, limitamos el análisis a quienes la conocen. Y aquí hay que reconocer que la respuesta ciudadana a la oferta municipal no es muy alta. En efecto, seis de cada diez entrevistados no ha participado en ninguna de las actividades ofrecidas, dos de cada diez ha realizado alguna visita guiada y el resto ha acudido a los puntos de información turística distribuidos en distintas zonas de la ciudad pero siempre en la calle, el 14,9% ha realizado el viaje en el bus turístico y el 6,4% ha realizado alguno de los paseos de color. El 0,7% no responde. Parece derivarse de estas respuestas que los ciudadanos de la ciudad tienen una cierta timidez a la hora de aprovechar los recursos disponibles en su ciudad, como si pensarán que van dirigidos a los visitantes más que a ellos mismos. El peso porcentual mayor de los conocedores de las ofertas turísticas está entre los adultos jóvenes: de 30 a 59 años, entre los más arraigados, entre los varones y entre los que tienen mayor formación.

**En cuanto a la oferta comercial**, la definición de entornos o zonas ha respondido a las siguientes tipologías de comercio urbano: zonas o sectores comerciales, almacenes y grandes superficies, mercadillos o rastrillos y mercados. La definición de actividad ciudadana posible en estos entornos es la de compra, paseo, mirada o muestra a los amigos. Tengamos en cuenta que los sectores se sitúan en distintas áreas de la ciudad, que algunos de ellos son parte del entramado central de la ciudad, y de fácil acceso peatonal mientras que a otros se llega mediante transportes motorizados.

Considerando todo ello, el despliegue de actividades en cada una de las tipologías comerciales varía. Hay tipologías de comercio que son puntos de compra, pero que son mucho más que eso. Se trata de las zonas o sectores comerciales del centro urbano. Invitan al paseo ciudadano, a la expectación como si de una exposición artística se tratara y transforman al ciudadano en anfitrión del amigo y del visitante. Se trata de las tipologías de comercio tradicional de la trama urbana del centro de la ciudad, de su núcleo histórico y de sus primeros ensanches, con sus calles y paseos, tanto el ensanche burgués (que en el caso de esta ciudad se incluye hoy en la zona centro) como de los distritos de la clase obrera y de los sectores sociales subalternos: en el caso de esta ciudad el distrito comercial más consolidado es el que corresponde a la calle Delicias, en el barrio de las Delicias, habitado por la antigua clase obrera y los nuevos sectores subalternos.

---

11. A modo de ejemplo hacemos constar aquí la oferta turística que ha sido estudiada en el desarrollo de este proyecto sociológico. Los recorridos del bus turístico, las visitas guiadas a edificios, museos e itinerarios urbanísticos de diferentes épocas históricas, paseos de color, información turística en la calle.

En cuanto a los almacenes o grandes superficies. Aunque estos centros tienen peso mayor en su conjunto en lo que se refiere a la especialidad de la compra, es notable la importancia que algunos de ellos adquieren en el desarrollo de las actividades de mirar, pasear y mostrar a otros: en concreto Gran Casa, centro comercial de gran superficie, situado en el distrito del Actur que es la zona residencial más exitosa del urbanismo reciente de la ciudad y que ha sido capaz de acabar con las reticencias de la población a vivir en la Margen Izquierda del Ebro. Gran Casa despliega programas de actividades que la convierten en un centro de ocio y entretenimiento, además de consumo, de popularidad similar a la del centro tradicional, tanto para los habitantes de la ciudad en su conjunto como para los del distrito en el que se sitúa.

Le sigue en importancia el Corte Inglés, si bien cuando se trata de mirar comparte importancia con el Centro comercial Augusta aunque sus ofertas sean distintas. Tengamos en cuenta que el Corte Inglés es un comercio de gran superficie con varios edificios engarzados en el centro clásico de la ciudad (por tanto en su multifuncionalidad de plaza pública y mercado al que contribuye con su mezcla de oferta comercial, exposiciones diversas, presentaciones de libros, recitales y demás) y el Centro comercial Augusta responde al modelo de gran superficie de ocio y entretenimiento de los mall anglosajones: se llega en coche y reúne en sí multicines, restaurantes de comida rápida, cafés y galerías, zonas de recreo infantil y demás actividades propias del ocio urbano contemporáneo. Es destacable así mismo que aquellos comercios de gran superficie que no disponen de áreas de ocio alternativas a las de compra son mucho menos populares incluso como zonas de compra. Tal es el caso de Pryca y Alcampo.

En cuanto a los mercadillos y rastrillos. Pueden clasificarse en dos grandes categorías. La primera la integran los mercadillos de productos ordinarios, en nuestro caso de ropa y complementos tipo bazar. Teniendo en cuenta que prácticamente ya no existen bazares en la ciudad, el mercadillo de esta tipología, sito en la Romareda<sup>12</sup>, se ha convertido en el más popular de cuantos existen. Funciona dos veces por semana: los miércoles y los domingos. Pues bien, cincuenta y dos de cada cien zaragozanos lo aprecian como lugar de compra, cuarenta de cada cien como lugar que mostrar a los amigos y poco menos del 40% lo aprecian como lugar de paseo y mirada.

Responden a la segunda tipología los mercadillos de productos extraordinarios, en nuestro caso de varios tipos y que funcionan los domingos en plazas típicas del centro de la ciudad: i) rastrillo de objetos diversos, objetos viejos y en algunos casos de cierto valor de antigüedad o almoneda: el de la Plaza de Toros, ii) mercadillo de antigüedades, almoneda y objetos diversos y viejos: el de la Plaza de San Bruno, iii) mercadillos de arte callejero: de monedas y, muy recientemente, de acuarelas como el de Plaza San Francisco, de exposiciones de pintura al aire libre, como el de la plaza Santa Cruz. Pues bien,

---

12. Distrito habitado por las clases medias y que concentra gran parte de equipamientos públicos tales como el stadium de fútbol y el auditorio.

estos mercadillos son interesantes para minorías de ciudadanos y los mencionan, por orden de mayor a menor número de ciudadanos interesados en comprar: el mercadillo de antigüedades de la plaza de San Bruno, el rastrillo de objetos diversos de la plaza de Toros, el mercadillo de monedas (y últimamente de acuarelas) de la plaza de San Francisco y por último, el mercadillo de pinturas de la plaza Santa Cruz.

En cuanto a los mercados de alimentación. Los mercados sobre los que interrogamos se dividen en dos grandes categorías. En la primera están tres mercados del centro de la ciudad: el Central, de valor emblemático por esa centralidad que queda significada en su propio nombre y porque su edificio modernista permanece en pie y en pleno uso de las funciones mercantiles gracias a la movilización de la ciudadanía. Están también otros dos mercados sitios dentro de su centro histórico el primero: el mercado de San Vicente de Paúl, y en el entorno del primer ensanche decimonónico el segundo: el mercado de la calle San Miguel. Responden a la segunda categoría los mercadillos de cada barrio. Pues bien, el mercado más valorado es el central, que cumple a su vez funciones mercantiles, de paseo ciudadano y de interés para mostrar al que viene de fuera. El segundo mercado en importancia es el del propio barrio, fundamentalmente como lugar de compra.

## **CONCLUSIONES DERIVADAS DEL ESTUDIO COMPLETO**

Cuatro son los grandes ejes en los que puede sintetizarse el diagnóstico que de la ciudad hacen sus ciudadanos. El primero agrupa sus debilidades, el segundo las fortalezas, el tercero las amenazas y el cuarto las potencialidades. Cada uno de estos ejes contiene dos apartados. El primero se refiere a la población y a las prácticas sociales y culturales más relevantes, el segundo al espacio, las infraestructuras y los servicios.

En cuanto a los ejes que analizan las debilidades y amenazas, puede decirse que en Zaragoza, aunque hay un dinamismo demográfico algo superior al del conjunto de Aragón y un grado de envejecimiento menor, pierde peso la población joven, potencial recurso productivo en el futuro. Alrededor de la mitad de los jóvenes se mueven en la franja más baja de educación, que hace necesaria una política educativa más activa. Además, desaprovecha los recursos humanos altamente cualificados que ya ha generado. La falta de proyecto político de largo alcance y las malas prácticas políticas cotidianas hacen que, si bien la ciudad y la comunidad autónoma invierten mucho en educar y especializar a los jóvenes, éstos carecen de posibilidades laborales acordes con sus expectativas. Y, sin embargo, tales expectativas podrían muy bien satisfacerse, al tiempo que la actividad laboral juvenil contribuiría al desarrollo sostenible de la ciudad y de Aragón.

Los habitantes de la ciudad son conscientes de que el sistema meritocrático de movilidad social se pervierte constantemente por los familismos y clientelismos que dominan las organizaciones económicas. Las élites locales entorpe-

cen iniciativas e impulsos creativos e innovadores de quienes no pertenecen a sus redes y debilitan la acción política. Las consecuencias son notables, tanto en la valoración de sí mismos que hacen los habitantes de la ciudad como en las prácticas sociales cotidianas. Es escasa la autoestima de los zaragozanos en general, que valoran más a los que llegan que a los que se socializaron en la ciudad. Su falta de estima va pareja a la convicción de que la ciudad no ha progresado tanto como otras, por el individualismo extremo de unas élites económicas que la asfixian: prácticas económicas especuladoras y resistentes a los cambios que puedan debilitar su poder y disminuir sus privilegios. La falta de proyectos que respondan al interés común ha dado lugar a la reclusión de los zaragozanos en redes primarias, familiares y de amigos. Gran parte de los ciudadanos desconocen todo aquello que se escapa de las urgencias defensivas cotidianas y centran sus preocupaciones en la calidad de vida intramuros y en la búsqueda de las condiciones de vida posibles más que de las deseables. Las consecuencias son importantes para la argamasa social: la movilización social y la organización colectiva en defensa de intereses comunes es menor a la necesaria para invertir estas tendencias. Y la debilidad organizativa de la sociedad civil repercute en la ordenación del territorio, en el estado de las infraestructuras, de los equipamientos y de los servicios. Algunas de las carencias más notables para el despegue de la ciudad son las de infraestructuras, especialmente las que conectan con el exterior: es escaso el dinamismo del aeropuerto y del ferrocarril y dispersa la comunicación por carretera; falta una estación intermodal. Zaragoza recoge el 80% de la ocupación regional, pero gran parte en sectores de demanda débil como el textil, el cuero y el calzado. Es escasa su importancia como receptora de inversión extranjera directa en relación a su participación en el PIB. Poca es también la importancia del turismo extranjero, nacional y de la propia comunidad autónoma e inferior a la media nacional la dotación de plazas hoteleras. Pocos son los servicios de ámbito internacional. El propio sistema de señalización de la ciudad, con grandes vacíos informativos de lo que es su patrimonio histórico artístico y cultural, es a veces contradictorio y confuso y no informa sobre eventos y acontecimientos culturales. En fin, la falta de visión y de planificación produce mal aprovechamiento del enclave privilegiado que la ciudad es y le resta proyección exterior y competitividad internacional. Pero tales debilidades son contrarrestadas por fortalezas evidentes que pueden reforzarse con la transformación de las oportunidades en realidades. Los zaragozanos tienen un fuerte sentimiento de arraigo al territorio, valoran la escala humana de la ciudad, cultivan el trato directo en la calle y quieren seguir viviendo en una ciudad con calidad de vida, con buena oferta comercial y con creciente riqueza cultural. Valoran el modelo de ciudad compacta, nucleada en torno a su centro y a la vida de plaza y calle que tal modelo favorece. La movilización colectiva en defensa del medio ambiente y de las reivindicaciones de equipamientos y servicios ha dado lugar a proyectos defensivos de gran relevancia internacional. Zaragoza tiene una posición geográfica buena, en el eje de expansión económica del Valle Medio del Ebro y dentro de la gran dorsal del sudoeste europeo. Es alto el valor medioambiental y patrimonial de la ciudad y de la comarca a la que pertenece. La comarca de Zaragoza se ha consolidado como zona industrial y puede hacerlo más con la inversión en las infraestructuras de transporte, comunicaciones y servicios, entre las que la plataforma logística es importante. Ciudad y comarca

son focos de atracción comercial y han desarrollado el turismo rural, la gastronomía, la hostelería, los deportes y eventos atractivos para el gran público y para públicos de gustos específicos. El Ebro es un referente identitario en torno al que emergen proyectos culturales de largo alcance, como la Exposición Internacional proyectada para el 2008.

Potenciar el ejercicio de la capitalidad de Aragón, facilitar el desarrollo de proyectos culturales innovadores de la población más creativa, democratizar las redes locales con la apertura a liderazgos nuevos y a la transparencia en las organizaciones, convertir en activo turístico su carácter de ciudad interior, aprovechar la valoración cada vez mayor del medio ambiente, de los patrimonios naturales y culturales, aprovechar los atractivos turísticos de balnearios y grandes espacios feriales, mejorar las redes de equipamientos y servicios para la población autóctona y para los visitantes, son algunas de sus oportunidades. Y desde luego, invertir más en investigación para el desarrollo.

En la época de la globalización económica, la aplicación al ámbito local de los beneficios de la sociedad del conocimiento tienen como reto la sostenibilidad de la población en el territorio mediante estrategias de desarrollo surgidas, impulsadas y sostenidas por ayuntamientos decididos a involucrar a los actores sociales en la toma de decisiones últimas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ALONSO, L.E. (1998). *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid: Fundamentos.
- BATJIN, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza.
- BAUDELAIRE, CH. (1995). *El pintor de la vida moderna y otros ensayos*. Murcia: Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos.
- BAUDRILLARD, J. (1964). *El intercambio simbólico*. Caracas: Monteávila Editores (1990). Cool Memories. Londres: Verso.
- BAUMAN, Z. (1995). "Da pellegrino a turista", *Rasegna Italiana di Sociología*, XXXVI, nº1 (enero-marzo), pp 13-26.
- BERGER, P., (1990). *El sentido de la vista*. Madrid: Alianza.
- BERGER, P., y T. LUCKMANN (1973). *The Social Construction of Reality*. Londres: Penguin University Books.
- BETRAN ABADÍA, R. (1992). *La forma de la ciudad. Las ciudades de Aragón en la Edad Media*. Zaragoza: Colegio Oficial de Arquitectos de Aragón.
- BLASCO IJAZO, J. (1954). "¡Aquí...Zaragoza!" Zaragoza: *El Noticiero*, 6 vols.
- BLONSKY, M. (1985). *On Signs*. Oxford: Blackwell.

López, Á.: La construcción de la imagen de Zaragoza. Propuestas de cultura e identidad urbana y ...

BORJA, J., et. al., eds (1990). *Las grandes ciudades en la década de los noventa*. Madrid: Sistema.

CALVINO, I. (1987). *Colección de Arena*. Madrid: Siruela.

FERNÁNDEZ CLEMENTE, E. (1998) *Historia de Zaragoza. Zaragoza en el siglo XX*. Zaragoza: Ayuntamiento/CAI, vol.13.

FORCADELL, C. (1998) *Historia de Zaragoza. Vol.12. Zaragoza en el siglo XIX (1808-1908)*. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza. Caja de Ahorros de la Inmaculada.

GARCÍA LASAOSA, J. (1979). *Desarrollo urbanístico de Zaragoza, 1885-1908*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico.

GIDDENS, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.

LÓPEZ JIMÉNEZ, Á. (1987 a). *Los bienatados. Jóvenes de l centro histórico*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, CSIC. 2 vols.

- (1987b). *Mujeres en Zaragoza de convivencia, trabajo y participación*. Zaragoza: Ayuntamiento, Delegación de Servicios Sociales.

- (1997). "La ciudad de los jóvenes", en Á. López Jiménez y CH. Marcuello (1997). *Zaragoza y sus jóvenes de fin de siglo*. Zaragoza: Ayuntamiento.

- (1999). "Área estratégica 3. Bienestar comunitario y calidad de vida", en Plan Estratégico de Zaragoza y su área de influencia, Proyecto de Zaragoza 2010 en sus dimensiones estratégicas, socioeconómicas y culturales. Zaragoza: Ebrópolis.

- (2001) *Zaragoza ciudad hablada. Memoria colectiva de las mujeres y los hombres*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

MATURANA, H., y E. VARELA (1990). *El árbol del conocimiento. Las bases sociales del conocimiento*. Madrid: Debate.

PIKE, B. (1981). *The Image os the City in Modern Literature*. Princeton: Princeton University Press.

SENNET, R. (1978). *Vida urbana e identidad personal. Los usos del desorden*. Barcelona: Península.

SAN ROMAN, T. (1986). *Entre la Marginación y el Racismo (comp.)*. Madrid: Ed. Grijalbo

SIMMEL, G. (1997). "The Metropolitan and Mental Life", en D. Frisby y M. Featherstone (eds) (1997). *Simmel on Culture*. Londres: Sage, pp. 174-185.

WOLF, J. (1985). "The Invisible Flaneuse: Woman and the Literature of Modernity", *Theory, Culture and Society*, nº 2-3, pp. 37-47.