

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA

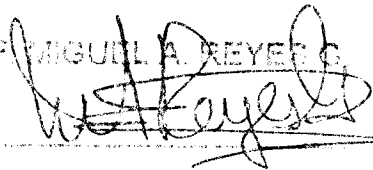
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

PSICOLOGÍA SOCIAL

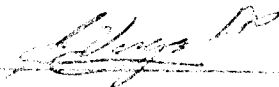
"LA FUNCIÓN DE LOS CAJES EN LAS RELACIONES
SOCIALES"

ASESOR: PROF. JESUS SEGURA HIDALGO

LECTOR: PROF. MIGUEL A. REYES G.



LECTOR: PROFRA. ESTHER VARGAS MEDINA



ALUMNAS:
HERNÁNDEZ VEGA NGEMI
JUÁREZ TERRES DIANA

JUNIO 2004

LA FUNCION DE LOS CAFES EN LAS RELACIONES SOCIALES

INDICE

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

1. MARCO TEÓRICO

A) ANTECEDENTES DE LA CIUDAD

- a) Marco Natural
- b) Población y Crecimiento

B) ANTECEDENTES DEL CAFÉ

C) TEORÍAS PSICOSOCIALES

- a) Psicología Ambiental
- b) Representación Social
- c) Conversación
 - c.1) Origen de la Conversación
 - c.2) Historia de la Conversación
 - c.3) Tipos de Conversación
 - c.4) Causas de la Conversación
- d) Interacción Simbólica
- e) Las Palabras y las Imágenes
- f) Lo Público y lo Privado
- g) El conocimiento a través de la Conversación.

2. METODOLOGÍA

A) DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

B) OBJETIVOS

C) VARIABLES

D) GRUPO DE ESTUDIO

E) INSTRUMENTO

F) TIPO DE ESTUDIO

3. ANALISIS DE CONTENIDO

A) RESULTADOS

B) ANALISIS DE RESULTADOS

C) INTERPRETACION DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

D) ALCANCES Y LIMITACIONES

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INTRODUCCION

La ciudad esta considerada como el escenario de la dinámica social, es un espacio social, una forma de organización de la sociedad, al tiempo que forma culturalmente e influye en la población.

La ciudad es aglomeración de objetos producidos y de simbolos, lo que condiciona la interacción de los individuos que viven en ella.

La ciudad es reunión y concentración de hombres, de recursos materiales y de instituciones, su finalidad, es la de satisfacer las necesidades y actividades de la sociedad; como son servicios públicos entre otros.

Una modalidad de estos últimos es la invención de modelos de uso de los espacios de tiempo libre que traspasan dicho ámbito y que faciliten el crecimiento de la esfera pública y la privada.

Esto sugiere la creación de un espacio que sustituya la casa, que no nada más sirva para satisfacer necesidades vitales; sino también una forma de comunicación entre gente de diferente casa. Un sitio de reunión de todo tipo de gente con la intención de "... que no sea casa ni calle, sino otro, semiprivado y/o semipúblico, entre cuatro paredes pero con las puertas abiertas. Ni casa ni calle por lo que se llamó "casa pública, Public House, mejor conocida por su apócope Pub, que comprende todo sobre los cafés... lugar que abre su puertas para la gente que vaya a sentarse y se ponga a platicar". (1)

De esa manera se puede ver a los cafés como sinónimo de hogar público ,donde se multiplican los contactos con el ambiente social, fuera de su grupo de pertenencia.

Debido a eso, veremos la relación que existe entre los individuos y su medio ambiente, así como las principales causas por las que acuden a este tipo de espacios.

Dicha investigación se clasifica en dos tiempos. Primero se llevará a cabo un estudio exploratorio para observar de cerca la función de los cafés, para de esa manera poder inferir algunas características acerca del lugar y los sujetos que ahí asisten. El segundo tiempo consiste en una aplicación de entrevistas, basadas en los resultados de las observaciones hechas con anterioridad para de ese modo predecir como son las relaciones sociales al interior de los cafés.

Tal estudio se llevó a cabo en distintos cafés de la Ciudad de México como son Vip`s, Tok`s, Dennys, Sanborn`s y el Café Tacuba, en un lapso de seis meses, que abarca de Agosto de 1993 a Febrero de 1994; las personas a quienes seleccionamos como punto de análisis, fueron aquellas cuyo único requisito era asistir a ese tipo de lugares.

JUSTIFICACIÓN

El propósito que surge para la investigación de este trabajo, se basa en el interés por conocer la relación que existe entre el hombre y su espacio físico y como afecta éste en el comportamiento del individuo, por lo tanto es necesario conocer dicha relación para comprender mejor la importancia que revisten los espacios públicos, como generadores de interacción y agentes socializadores.

Dicha investigación pretende contribuir como objetivo principal a determinar la importancia de los espacios públicos como centros de reunión.

La relación del hombre con su medio físico, desde siempre ha sido compleja y quizá esa sea la causa por la cual este modifica lo que encuentra y a su vez el hombre es moldeado por este mismo, parte de esta interacción es esencial para el mantenimiento de la vida.

De hecho al modificar de cierta manera el ambiente, hay de por medio, aunque sea implícitamente un objetivo concreto; por ejemplo, la elección de un lugar para la construcción de espacios públicos en donde se puedan fomentar o impedir determinadas conductas.

Los espacios públicos y en particular los cafés nos pueden dar cuenta de que manera el individuo privatiza y organiza su ambiente para satisfacer necesidades específicas. Y es ahí precisamente donde se puede notar la influencia de algunos conceptos psicológicos básicos, como son el aprendizaje, la percepción, cognición y emoción, los cuales se derivan de procesos que únicamente pueden ser atendidos en relación con su medio ambiente.

Además se espera que la investigación sea provechosa y aporte algunos beneficios por lo menos a las interesadas, al tiempo que resuelva algunas preguntas con relación a la misma. Y sobre todo señalar la importancia de los espacios públicos y en particular los cafés, los cuales no son simplemente un lugar más para tomar café y conversar, sino determinar que hay de fondo y que se genera al interior de estos.

I. MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DE LA CIUDAD

MARCO NATURAL

Dentro de las grandes ciudades de latinoamerica, México es la única situada en el corazón del continente, en un basto de altiplano, en un cuenca de fondo plano, a una altura de de 2 250m. , limitado por montañas en tres de sus lados. El valle de México se encuentra flaqueado hacia el oeste como al este por otros dos valles muy semejantes tanto por su altitud como por su marco montañoso.

El marco natural en que se inscribe la ciudad de México, ahora también en los suburbios que se han ido adentrando poco a poco a la ciudad, es notable por su variedad: los contrastes de altitud, así como la naturaleza de sus suelos, ofrecen posibilidades muy diferentes de un punto a otro, ya sea por la ocupación , que fue predominantemente agrícola hasta los últimos decenios, como por los urbanos o recreativos cuya importancia va creciendo.

Las tierras templadas presentan mejores posibilidades al sur de México, en el estado de Morelos. Las tierras forman tres valles también capaces de mantener una agricultura gracias a la humedad de los suelos debida a una estación de lluvias suficientes.

El valle de México, a la misma altura que el de Puebla, conoce sin embargo limitaciones al desarrollo de su agricultura: es una cuenca endorreica, cuyas aguas desembocan, en el lago de Texcoco; en la parte central de este se encuentran grandes cantidades de sal y natón, y su nivel natural cambia con el grado de abundancia de las lluvias de cada temporada.

El valor de estos diversos medios ha cambiado mucho en el curso de los últimos siglos: según su densidad, sus técnica agrícolas, su capacidad de organizar terrenos más o menos vastos por su administración o por su comercio , los grupos humanos lo han explotado, confiriendo valor a tal o cual aspecto.

POBLACIÓN Y CRECIMIENTO URBANO

La conquista española dejó un gran desorden dentro y fuera de la ciudad de México, pero aquí una buena parte de la vida regional se reconstruyó sobre una base comparable al sistema indígena, hacia el fin del siglo XIX .

La población de la Ciudad de México fue destruida y dispersada, y la población rural regional, reducida por epidemias sucesivas decayendo hacia fines del siglo XVI a una densidad inferior de 10 habitantes por Km².

A orillas del centro monumental, los barrios se organizan cada uno alrededor de su iglesia y de su cementerio. Muy rápido los mercados fueron reconstruidos, comunicados a los canales de agua como antes de la conquista: un sitio principal en la desembocadura de los canales del sur, al este del centro monumental. Así vuelve a crecer la Ciudad que sin duda alcanza durante el siglo XVIII la misma población de Tenochtitlán y la rebasa hacia el fin de siglo .

Durante el México Independiente, las condiciones de la vida regional cambian un poco, en lugar de ser un lugar de tránsito del poder, y del fisco, la ciudad de México se convierte una vez más en un centro autónomo. La población también fue transformándose poco a poco hasta aparecer dos grupos importantes al lado de los indios y los españoles: los criollos y los mestizos que en su inmensa mayoría lo fueron de india y de españoles y que, nacidos en la ciudad se sentían verdaderos dueños y la amaban como verdadera patria.

La Ciudad crece, pues, con bastante lentitud y conserva su fisonomía: alrededor del centro monumental viven siempre las familias aristocráticas criollas y su clientela, así como el clero, las clases populares -esencialmente mestizas- viven en la periferia y los barrios se distinguen escasamente de las villas cercanas, que sin embargo mantienen el uso de las lenguas y tienen predominantemente una actividad agrícola . Su área en 1867, media quince millones, trecientos veintinueve mil ciento trece metros cuadrados. Pero cuando realmente cambió la Ciudad fue a partir de las Leyes de Reforma.

La serie de luchas que se suscitaron a raíz de la consumación de la independencia, no dejaron atender más el progreso de la ciudad, que durante el periodo colonial había ido transformándose en uno de los mejores centros de América, del aspecto de la ciudad colonial "La ciudad de los palacios", frase célebre de Latrobe, atribuida al Barón de Humboldt, no quedan sino uno que otro edificio disperso y ahogado entre un sinnúmero de nuevas y disímolas construcciones, cayo en tal abandono que a mediados de siglo presentaba un aspecto deplorable, tanto en la parte material como en sus condiciones de salubridad e higiene.

El periodo comprendido entre 1851 y 1900 ó 1903, continuaron los trabajos de urbanización para aliviar las condiciones desastrosas que prevalecían en México como saldo de las luchas intensas.

La mitad del siglo XIX aporta los primeros cambios a la ciudad de México: después de un periodo difícil, la venta de terrenos y edificios urbanos que poseía la Ciudad da origen a los cambios en la sociedad urbana: las clases altas dejan el viejo centro, mientras que los terrenos recién adquiridos y los viejos palacios que amenazan con derrumbarse sirven de alojamientos populares.

A medida que los barrios del centro se degradan para recibir a las clases populares, más numerosas, las clases acomodadas se instalan en los nuevos barrios, y no tomadas como anteriormente se realizaba alrededor de la iglesia, sino como colonias organizadas, en fraccionamientos de mansiones, con dicho crecimiento surgen los trenes, primero de mulas y después eléctricos.

Se ensayaron diversos materiales para pavimentar la ciudad: piedras adoquines de basalto de distintas formas, adoquines de madera de pino, de asfalto, de ladrillo vitrificado y asfalto de lámina. Sólo había tres paseos: el de La Viga, el de Bucareli o Paseo Nuevo y la Alameda.

Por el plano de 1841 sabemos que la ciudad apenas había crecido pues los límites orientales lo marcan San Lázaro y el puente de San Jerónimo ; al norte el barrio de Santiago Tlatelolco; por el oeste las casas llegan hasta el convento de San Cosme y lo que hoy es Balderas, ya muy dispersas; fuera de esa arteria sólo se advierten la cárcel de la Acordada y la Ciudadela.

Para 1880 aparece ya la colonia de Guerrero en lo que fueron terrenos del panteón de Santa Paula y del cementerio de San Andrés, por el barrio de los Ángeles.

En 1883 comenzó a construirse la Penitenciaría en los terrenos desnudos y arenosos de San Lázaro, que antaño fueron riberas del lago y se inauguró en 1900. En 1885 se estableció la Aduana en el lado norte de la plazuela de Santiago Tlatelolco.

Se inició el siglo XX con paz y bienestar para la urbe mexicana. A medida que se proyectaban y formaban las nuevas colonias, la ciudad adquirió mayor expansión, algunas de ellas como las del Rastro y de Perálvillo eran de casa humildes para núcleos de gente de la clase trabajadora, en otras se agrupaba la clase media, como las de San Rafael y Santa María, la clase adinerada iba formando barrios residenciales como las colonias Juárez y Cuauhtémoc.

Exceptuando los edificios de varios pisos, la ciudad devora espacios proporcionales al aumento de su población, más holgas en los barrios ricos, hacinada en las colonias modestas y especialmente en los viejos barrios centrales venidos a menos e invadidos por la vivienda.

Durante las dos primeras décadas del siglo actual, México conservaba aún su aspecto de la Ciudad Virreinal, podían verse casas con aspecto señorial, con zaguanes muy amplios que daban acceso a un vestíbulo y tres patios grandes. En el primero, generalmente estaba la habitación del portero y las cocheras donde se guardaban los coches de la familia. En el segundo, quedaba la habitación del cochero, el pajar y las bodegas, y en el tercero las caballerizas.

En el piso siguiente que era el principal, comúnmente había una antesala, el salón principal: el comedo, las habitaciones destinadas a dormitorios y baños; la despensa, la antecocina, la cocina, y en la azotea, los cuartos de la servidumbre, los lavaderos y el planchador. En las casas donde no había coche, el primer patio era adornado con macetones de plantas de sombra.

En la mañana no era raro encontrar mujeres con su libro de oraciones y su rosario, que regresaban de misa, y otras, las cocineras -con sus delantales almidonados y sus rebozos terciados: precedidas de un muchachito cargando un gran canasto con carne, manteca, queso, huevos, etc.; cerca de las 8.

Las clases acomodadas son a menudo originarias de las ciudades o villas de provincia que pertenecen de manera prioritaria a regiones ricas y dinámicas del país. El ideal de casa individual con jardín como alojamiento urbano corresponde al modelo americano y al de la casa urbana tradicional de provincia, vasta y provista de un patio, que alberga a una familia de múltiples parientes colaterales y provista de una abundante servidumbre.

Se trata, en efecto, principalmente de gentes salidas de un medio campesino, el de los pueblos de la región central del país, campesinado que a pesar de los beneficios de la reforma agraria vive subempleado en los pequeños terrenos de laboreo. El lugar de alojamiento en la ciudad y en la relativa proximidad de las regiones de origen favorecen la conservación de los vínculos estrechos con el campo. La abundancia de líneas de autobús y su precio relativamente bajo facilitan los frecuentes viajes al lugar natal.

Con el afán de aligerar y hacer más fluido el tránsito de peatones y vehículos, desde mediados del siglo se proyectó construir vías más amplias y rápidas, las obras se iniciaron con la construcción de un circuito llamado circunvalación, luego se construyó el viaducto y más tarde el anillo periférico.

Las costumbres alimenticias del campo son también las de la población urbana, los mercados de la ciudad tienen un aspecto a menudo comparable al de los pueblos, protegidos por mantas blancas, pero regidos por una higiene más estricta las frutas y legumbres o los alimentos preparados son los mismos.

Existe pues, un medio cultural común a los campos y a las colonias populares de la ciudad. Las migraciones hacia la capital, provocan una mezcla de poblaciones de orígenes geográficos variados, que se confunden en el interior de cada colonia, la edad de los migrantes cede un sitio prioritario a los adultos jóvenes.

Pese a todo, la población de la ciudad de México, incluye una proporción elevada de inmigrantes, es decir, personas nacidas en lugares fuera de la capital, relativamente pocos extranjeros residen en la capital, menos del 2% en 1960, apenas un 1% en 1970. La mortalidad es baja en la ciudad, también la natalidad ha conocido un cambio de tendencias comienza a descender, y pasa de un 41% en 1960 a un 38% en 1966.

Se puede comprobar enseguida que la mayor parte de las colonias centrales, particularmente aquellas que forman la ciudad de México, por oposición a las delegaciones suburbanas del Distrito Federal, tienen un crecimiento por decenio inferior al crecimiento natural, que se puede atribuir: como casi siempre estas colonias ven construirse, pocos departamentos nuevos, aun obligando a la población a soportar un hacinamiento cada vez más agudo.

La inmensa ciudad ovoidal, toma su amplitud actual haciendo semicírculo, hacia el norte, hasta el Valle de Guadalupe, Azcapotzalco y Tacuba, sumergiéndose por el sur a lo largo de los ejes de la Avenida Insurgentes Sur y de la Calzada de Tlalpan, dirigiendo de paso Iztacalco e Iztapalapa al este, Tacubaya y San Ángel al oeste, Coyoacán al sur.

Podríamos seguir hablando infinidad de aspectos relacionados con nuestra ciudad, pero a nuestro modo de ver, hemos desarrollado puntos que a juicio personal, son los que más nos importan para los fines del trabajo.

La Ciudad cambia a pasos agigantados por lo que nunca, estaríamos al día al tratar de globalizarla en estos aspectos, cada colonia de las existentes podríamos llamarla una "ciudad pequeña" ya que en ella se desarrollan día con día infinidad de aspectos importantes para el desarrollo de este gran país: México.

ANTECEDENTES DEL CAFÉ

La necesidad de un espacio para conversar, nace por la razón, por la cual la Ciudad es demasiado grande y esta poblada de desconocidos y extraños, por lo cual es muy difícil establecer una conversación más allá de un simple saludo.

Así pues, la construcción, distribución y ocupación de espacios logrados para la comunicación originan el surgimiento de los cafés, los cuales se inaguran a partir de la ya entonces difundida costumbre de tomar café, té o chocolate; florecen entre 1680 y 1730.

Crear un espacio comunicativo, suscita la conversación,"... la cual se basa en la comunicación libre y animada sobre temas de interés común; este espacio no tenía que ser ni casa ni calle, sino otro, que fuera semipúblico y/o semiprivado, entre cuatro paredes pero con las puertas abiertas. Por lo que en un principio se le llamó Casa pública, Public House, es mejor conocida por su apócope Pub, que comprende sobre todo los cafés y todo aquel lugar que abra sus puertas para que la gente vaya a sentarse y se ponga a platicar, con el pretexto convencional de tomar café o lo que sea, ..." (2) de ese modo los cafés estaban considerados como el hogar público.

"Desde entonces, el café se ha considerado un lugar de iguales, ya que las diferencias de la calle, el trabajo, el status y el dinero no tienen validez alguna; por esta razón se ponen en práctica las reglas del tacto, la tolerancia, la urbanidad y las buenas maneras, esto último en el mejor sentido de la palabra, de oír con atención al otro a condición de que el otro lo oiga a uno."(3)

Los escenarios desarrollados para conversar, son considerados como una institución favorable y democrática de este antiguo arte, ya que daban y dan oportunidad al hombre de intercambiar ideas dentro de una atmósfera libre de restricciones formales, en las cuales las normas del laissez - faire y del laissez - passer prevalecían.

Estos eran importantes , no sólo como mediadores del contacto , directo o indirecto entre el público, sino que también servían como un medio de protegerse a sí mismos de interferencias indeseables.

En otras palabras, tales escenarios institucionales erigían fronteras entre grupos, permitían la separación y la diferenciación a la vez que constituían un escudo contra la observación.

Otra característica importante de los cafés, fué la ayuda que éstos dieron para cohesionar la opinión común de una multitud de opiniones individuales y darle forma y estabilidad; de esa forma el café ayudó a la formación de la opinión pública, de la cual hablaremos más adelante al igual que de la conversación.

De ese modo, vemos que en la vida de los cafés, impera la palabra, lo que permite, además de un diálogo fluido y enriquecedor, a la vez que ilustrativo y de esa manera percatarse de los convencionalismos sociales, cuando éstos son significativos.

Así vemos, que la sociedad del café dió origen al respeto y la tolerancia para con sus semejantes, alentadora y apta para la sociabilidad y la conversación, la cual es una actividad central en la vida de los cafés.

Los cafés servían también como niveladores de status, pues desbarataban las anteriores estructuras de categoría y diferencia de posición, también ayudaban a volver a trazar distinciones en otro nivel.

Retomando a Tarde, nos justifica la existencia de los cafés, y nos la presenta no como una vida artificial, como algunos la definen; ya que el placer de conversar en torno a ideas generales a sido en parte una de las cosas que han dado nacimiento a la vida del café.

No menos cierto, que la naturaleza sociable del hombre lo ha empujado siempre y en todas partes a construir este tipo de espacios logrados poco a poco, bajo formas diversas.

Esta necesidad absorbente se plasma en la actualidad como una cotidianidad indiferenciada que va más allá de tomar una simple taza de café y conversar.

La importancia de la conversación radica en formar opiniones acerca de determinados temas, siendo por medio de la palabra lo que hace que los sujetos le den sentido a la realidad, otra característica de la conversación es la de unificar ideas para llegar a un consenso, aunque no necesariamente y de esa manera formar una identidad social, lo cual justifica nuestro modo de pensar.

PSICOLOGÍA AMBIENTAL

La única suposición que tomaremos en cuenta en un principio . como básica consiste en afirmar que el hombre extrae información del ambiente, lo procesa y la utiliza.

La psicología ambiental no pone en tela de juicio que el hombre sea un organismo sensitivo y respondiente, lo que sugiere es que nuestro conocimiento del desempeño psicológico se ha visto limitado por un enfoque que ve el medio ambiente como un contexto dentro del cual ocurre la conducta, en vez de considerarlo parte integral. Es un campo nuevo de investigación científica, nacido de la necesidad social, su principal interés se centra en la relación del hombre con el medio físico, más específicamente con el medio físico que el ha creado.

Una de las dos corrientes principales que define al ambiente en términos puramente físicos y objetivos, y el otro, niega esencialmente la importancia del ambiente físico.

Tendemos a considerar el espacio, dentro del medio planificado, como definido por barreras físicas que son erigidas para restringir el movimiento y la percepción de estímulos visuales y auditivos. En realidad se le define también por la conducta de los organismos que ocupan el espacio.

No hace mucho todavía que numerosos investigadores comenzaron a reconocer la importancia de las influencias ambientales. Y aun así ha sido poca la importancia que se le ha dado al ambiente físico como tal. El enfoque ambientalista no es por cierto el que ha predominado en el estudio de los procesos psicológicos básicos como la percepción, cognición y aprendizaje

Así pues tenemos que el planeamiento de una forma urbana, llamense calle, vecindario o zona industrial, tiene como principal interés del planificador físico el de entender el ambiente y también contribuir a conformarlo a las finalidades de la comunidad. La psicología ambiental por su parte, estudia el papel que desempeñan las contingencias ambientales en la formación de lo que se tiene por naturaleza humana, las contingencias pasadas que desembocan en el hombre de hoy y las contingencias futuras que apuntan hacia el hombre del mañana.

Las funciones de comunicación humana sirven para transmitir informaciones a través de las líneas fronterizas del organismo humano o la organización de grupo. Resuelven específicamente el problema de representar en el interior, en términos de información, los acontecimientos que suceden en el exterior de un organismo u organización, así como el de proyectar al exterior los acontecimientos que ocurren en el interior. Las funciones de comunicación abarcan:

- La percepción, es decir, la recepción de las señales que entran.
- La evaluación, que implica también a la memoria y a la retención de experiencias pasadas, así como a la toma de decisiones.
- La transmisión y la expresión de información.

Entre los autores de esta corriente encontramos a David Canter, que en su libro Psicología del lugar nos habla de la importancia de las imágenes mentales, lo menciona como una serie de formas fotográficas de los lugares que hemos visto. Encontramos pues que dentro de una ciudad como la nuestra el desplazarnos de un lugar a otro, necesita de realizar un gran reconocimiento de los lugares y sitios que anteriormente hemos visualizado para poder llegar a nuestro destino, no pudieramos recurrir a nuestro registro organizado de lo existente ahí.

De igual manera sucede en espacios físicos, mucho más reducidos en donde se reconoce tal , por mapas cognitivos, en ocasiones totalmente manejados por el individuo, que no necesita de ningún otro implemento, ya sea visual, o de cualquier otro tipo, de la seguridad , que da al individuo al sentirse familiarizado con el lugar

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL

Las relaciones humanas, se han liberado de las limitaciones del tiempo y del espacio, al tener el mismo significado para quien habla como para quien escucha, el lenguaje permite tanto representar un objeto ausente o invisible, como evocar el pasado o el futuro.

Representar, es RE-PRESENTAR, hacer en la mente, en la conciencia, la reproducción mental de otra cosa, persona u objeto, acontecimiento material o psíquico, idea, etc. En todos estos casos, en la representación tenemos el contenido mental concreto de un acto de pensamiento que restituye algo ausente, que aproxima algo lejano, es por ello la importancia de las representaciones sociales en los actos de nuestra vida diaria.

La representación en general podría ser descrita como la conciencia individual y social, que acompaña en una sociedad determinada (una lengua) tal palabra o serie de palabras, por una parte, y por otra tal objeto o constelación de objetos.

El concepto de representación social aparece por primera vez en sociología aunque es desarrollada más detalladamente por la psicología social con Serge Moscovici para el año de 1961, pero claro está que con pequeñas modificaciones hechas por la psicología infantil. Un término que actualmente encontramos en todas las Ciencias Sociales, olvidada después de la utilización de Durkheim. Tal y como nos lo presenta Moscovici.

Conveniente es pues reflexionar acerca de diferentes concepciones que nos dan acerca del concepto de la representación. pronto veremos que para Freud dice en un texto célebre acerca de la denegación (Verneinung) es totalmente digno de interés: "La reproducción de la percepción en la representación no siempre es un regreso fiel de ésta; puede ser modificada por omisiones o cambiada por la emergencia de diferentes elementos. " (4)

Para Heidegger: "...la representación nunca es sino doble o el redoble, la sombra o el eco de una sombra de presencia perdida. La representación es pues, presentación pero debilitada y aun ocultada... en la representación se despliega el siendo y el no ser. " (5)

Hegel quien elaboró la teoría más sutil de las representaciones: "Para él como para Spinoza, pero de otro modo, la representación es una etapa, un nivel un momento del conocimiento. Es preciso pasar por ella superándola" (6)

Moscovici es sin duda quien da la mayor información acerca del concepto de representación mencionando: "El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados... En sentido más amplio. designa una forma de representación social o pensamiento social.

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material o ideal. En tanto que tales presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La caracterización de los contenidos o de los procesos de representación a de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de una interacción con el mundo y los demás"(7)

No podemos dejar de hacer notar que aunque existen diferencias entre las concepciones, convergen en varios puntos afines por llamarlo de alguna manera, y es la transposición de un acto o un objeto para traerlo a la mente, no sin dejar de lado la subjetividad que nosotros podamos aplicarle de acuerdo con los acontecimientos o referencias que en ese momento se nos presenten. El acto de representación es un acto por el cual, el sujeto se relaciona con un objeto.

Es por ello que cada individuo tiene una representación diferente de un mismo acto o quien lo percibe de una manera diferente.

El conocimiento se va generando a partir de este momento, aunque por supuesto un conocimiento diferente, aunque no podemos perdernos en los conocimientos colectivos y el cómo son generados. La información -dimensión o concepto- se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social.

Moscovici nos habla de ello: " ...la representación social se define por un contenido: informaciones, imágenes, opiniones, actitudes, etc. Este contenido se relaciona con un objeto: trabajo a realizar, un acontecimiento económico, un personaje social, etc. Por otra parte es la representación social de un sujeto, en relación con otros sujetos. De esta forma la representación es tributaria de la posición que ocupan los sujetos en la sociedad, la economía y la cultura ... toda representación social es representación de algo y de alguien, constituye un proceso por el cual se establece una relación ." (8)

La representación que elabora un grupo sobre lo que debe de llevar a cabo, define objetivos y procedimientos para sus miembros . Aquí descubrimos una forma de representación social: la elaboración por parte de una colectividad, bajo inducción social de una concepción de la tarea que no toma en consideración la realidad de la estructura funcional. Esta representación incide directamente sobre el comportamiento social y organizado del grupo que llega a modificar su propio comportamiento. Los sujetos comprenden e interpretan de manera diferente la situación en que se encuentran y no se comportan de manera similar ante un procedimiento que se mantiene idéntico. Su rendimiento es mayor cuando su representación concuerda con el ejercicio que deben realizar y menor cuando no concuerda con él.

Las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas, imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso dar un sentido a lo inesperado. Podemos observar que al representar un objeto, es al mismo tiempo conferirle la categoría de un signo, conocerlo haciéndolo significativo. Lo dominamos de un modo particular y lo internalizamos, lo hacemos nuestro. Pronto veremos que no se diferencian en verdaderas y falsas, sino en estables y móviles, en reactivas y superables, en alegorías -figuras rebundantes y repetitivas, tópicos- y en estereotipos incorporados de manera sólida a instituciones.

Así pues, la noción de representación social nos sitúa en el punto donde se intersectan lo psicológico y lo sociológico, punto de primordial interés para las cuestiones que se tratarán en el desarrollo del trabajo, tenemos pues que nosotros sujetos sociales, aprendemos los acontecimientos de los sucesos de la vida diaria las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan de las personas de nuestro entorno próximo, o lejano, son lo que se conoce en ocasiones como conocimiento del sentido común.

Es por ello que decimos que nuestro conocimiento es elaborado, compartido y práctico, ya que se encuentra en constantes cambios de acuerdo con los movimientos sociales, lo cual participa en nuestra construcción de nuestra realidad social. Moscovici considera a este conocimiento la parte principal del estudio de la psicología del conocimiento. Aunque no deja pasar por alto el riesgo que se corre al reducirla a un acontecimiento intraindividual.

Para él existen cinco características fundamentales :

- Siempre es la representación de un objeto;
- Tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto;
- Tiene un carácter simbólico y significativo;
- Tiene un carácter constructivo;
- Tiene un carácter autónomo y creativo.

Para poder llegar a la construcción de una representación social Moscovici nos habla de cinco pasos primordiales para llegar a la elaboración de está:

-En una primera óptica se limita a la actividad puramente cognitiva a través de la cual el sujeto construye su representación, presentada en dos dimensiones el contexto y la pertenencia. El primero de ello por la situación de interacción social o ante un estímulo social, y la representación aparece como un caso de cognición social, en el segundo término, siendo el sujeto un sujeto social, hace intervenir en su elaboración de ideas, valores y modelos provenientes de su grupo de pertenencia.

-Un segundo enfoque, el sujeto expresa en su representación un sentido que da una experiencia en el mundo social, utiliza la codificación e interpretación de sistemas que proporciona la sociedad.

-Una tercera corriente trata a la representación como una forma de discurso y desprende sus características de la práctica discursiva de sujetos situados en la sociedad; de la presencia social de los sujetos que hablan y de la finalidad del discurso .

- En la cuarta óptica es la práctica social, tomando al sujeto como actor inscrito en una posición o lugar, produce una representación que refleja las normas institucionales derivadas de su posición o las ideologías relacionadas con el lugar que ocupa.

-Para el quinto punto de vista las relaciones intergrupales, determinan la dinámica de las representaciones, se pueden modificar las concepciones de si mismos, de otros grupos etc.

-Finalmente una visión más sociológica nos habla del sujeto como transmisor de determinaciones sociales, reproduce esquemas de pensamiento socialmente establecidas.

Las representaciones sociales han evolucionado y uno de los cambios más importantes que han recibido se dan gracias a los medios de comunicación, como lo maneja Gabriel Tarde, quien nos dice que a partir de la comunicación de masas en la creación de la difusión de informaciones, opiniones e ideas, las conversaciones se han dado ahora en torno a acontecimientos de alcance internacional y nacional. Numerosas representaciones son sociales, gracias a que son transmitidas por los medios de comunicación. Ya que la difusión que dan de todos los aspectos de la vida llegan a tanta gente que es casi imposible pasar desapercibido de ello, y se vuelven familiares a todos nosotros, aunque no sea siempre este el caso. Desde una perspectiva esquemática, nos encontramos ante representaciones sociales cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando hacen eco de los acontecimientos seleccionados. En ocasiones dichas representaciones transmitidas por los medios de comunicación llegan a modificar la respuesta del público de acuerdo con sus expectativas y deseos y poco a poco se va generalizando por las conversaciones en torno a ello, un mismo hecho es situado y analizado dentro de los marcos de referencia a su vez articulados a una percepción ideológica. Todo esto llevó a Moscovici a caracterizar nuestro tiempo como la época por excelencia de las representaciones sociales.

Una vez dada la aparición de las representaciones sociales en la comunicación humana, resulta evidente que éstas transfieren la esfera de las simples opiniones, imágenes y actitudes, por lo que trataremos de desarrollar un poco más a fondo dichos temas, tomando como base, las premisas propuestas por Tarde, al dar una conceptualización más a fondo de dichos temas.

CONVERSACIÓN

Empezaremos por decir, que la conversación es la base para generar opinión, la cual es una agrupación momentánea, en donde se emiten juicios que responden a problemas planteados por una sociedad, con personas en igual circunstancia y en un mismo tiempo.

Así pues, la opinión en su origen fue el efecto de un pequeño número de hombres que hablaban después de haber pensado y razonado.

De ese modo, podemos ver que la conversación es "... todo diálogo sin utilidad directa e inmediata, en el que se habla sobre todo por hablar, por placer, por juego o por cortesía. Esta definición excluye de nuestro tema a los interrogatorios judiciales y a las conversaciones diplomáticas o comerciales, así como a los concilios, y, al mismo tiempo a los congresos científicos, por que todos éstos abundan en palabrería superflua. La conversación no excluye el filtro mundano, ni en general la conversación amorosa." (9)

La conversación es, por consiguiente, el agente más poderoso de la opinión, lo es también para la imitación, la propaganda de sentimientos, así como de ideas y modos de acción, en donde podemos ver que la conversación es toda comunicación interpersonal en la cual, existen otros factores que en los individuos obran los unos sobre otros, muy cerca: por el timbre de voz, por la mirada, la fisonomía, por los movimientos, y no solamente por el contenido del lenguaje.

Acerca de estos factores, Gabriel Tarde nos explica las influencias que pueden tener la conversación sobre ciertas costumbres, en donde el tono y la marcha de las conversaciones están influenciados por la actitud de los cuerpos mientras se habla.

Así pues, las conversaciones reposadas, esto es, sentadas, son las más reflexivas, las más sustanciales; son así mismo entre nosotros las más frecuentes, esto lo podemos comprobar en los cafés.

Sin embargo también existen las conversaciones ambulantes, las cuales presentan un movimiento más vivo y animado.

Vemos también, y es cierto que los discursos de pie difieren profundamente por tener un carácter más acentuado de solemnidad que los discursos sentados, los cuales son más familiares.

El autor nos explica que las mujeres, no suelen hablar entre ellas más que al hacer otra cosa, como ya sea al comer o al beber consumiciones en un café, a lo que nosotros le podemos agregar que no sólo las mujeres sino también los hombres.

Pero existen otros tipos de influencia: la conversación de la mañana difiere siempre un poco de la del comienzo de la tarde o de la del anochecer, cosa que trataremos de justificar más adelante.

Otra particularidad de la conversación que hay que considerar ante todo, es el tiempo que se puede dedicar a conversar, el número y el carácter de las personas con quienes se puede hablar, el número y la naturaleza de los temas que se pueden hablar.

Algo que vale la pena tomar en cuenta, es lo que Tarde nos explica para justificar el tiempo en el cual se puede hablar, y es que esta tiende a aumentar el ocio que proporciona la riqueza.

Según Giddings, en el libro de Gabriel Tarde "La opinión y la multitud", nos explica que cuando se encuentran dos hombres la conversación que entablan no es más que un complemento de sus miradas recíprocas mediante las cuales se exploran, se analizan e intentan saber si ellos pertenecen al mismo grupo social.

Ahora bien, existe una relación estrecha entre poder, opinión y conversación, en donde el poder se explica por la evolución de la conversación; mientras que esta, a su vez, se explica por una serie de influencias: las enseñanzas en el seno de la familia, las escuelas, el aprendizaje, los discursos políticos, los libros, los periódicos, etc.

Es así como podemos darnos cuenta, que los cafés, los clubs, los salones, las tiendas y en general todos aquellos lugares en los que se conversa, son verdaderas fábricas de poder; y de hecho es por las conversaciones como se hace aumentar o decrecer el poder, ya sea de un hombre o de un país, etc.

Así como también existen causas que originan la conversación, existe un gran peligro, que pone de manifiesto la ausencia de un lazo profundo a pesar de las señales externas de amistad, que hace indiferentes a las personas que se encuentran reunidas, siendo la palabra un vínculo de unión social y cuando este se rompe aparece el silencio como una amenaza que equivale a abismarse un navío en medio del océano.

ORIGEN DE LA CONVERSACIÓN

El origen de la conversación se remonta hacia la antigüedad humana, en donde las primeras visitas tenían por objeto principal, el visitar a los jefes por sus inferiores para presentarles lealtad y respeto, así como algún presente, que si en algún tiempo eran espontáneos e irregulares, más tarde se hicieron objeto de costumbre y por consiguiente más periódicos; al tiempo que constituían una ocasión natural para que se produjera una conversación más o menos corta, que consistía en cumplimientos exagerados de una parte y en agradecimientos protectores por la otra.

A través de esas formalidades, resulta o comienza y acaba toda conversación, costumbres que quizá con el paso del tiempo van abreviándose pero, sin embargo, siguen constituyendo el marco permanente de la conversación, e imprimen a ésta el sello de una genuina institución social.

Otro origen de las conversaciones, por lo menos de un tipo de ellas, son las obligatorias, han debido tener por causa el aburrimiento que la soledad hace padecer, y en general, a todo aquel que se encuentre ocioso.

Una de las condiciones necesarias para la conversación, es el hablar la misma lengua, el tener los mismos conocimientos y las mismas ideas comunes y el disfrutar del mismo ocio; pero no obstante, la mayor fuerza que gobierna a las conversaciones cambia todos los días y/o todas las semanas, salvo en los casos, muy raros, de obsesión nacionalista o internacionalista en favor de un tema fijo.

En la actualidad, la tendencia general de la conversación, tiende a ser cada vez menos una lucha, un debate, y cada vez más un cambio de ideas. De ese modo en los diálogos de los hombres disminuye cada vez más la discusión.

Por consiguiente, se puede afirmar que el provenir favorece a una conversación tranquila y suave, llena de cortesía y amenidad y el hecho de sentarse unos frente a otros, única y exclusivamente para hablar, no es otra cosa sino refinamiento de la civilización.

HISTORIA DE LA CONVERSACIÓN

La palabra fue en primer lugar y necesariamente un monólogo , posteriormente apareció el diálogo que empezó a desarrollarse por medio de la oración y también como consecuencia de la reciprocidad. Pero, la necesidad de conversar superó cada vez más la necesidad de orar.

Más tarde, y por esa misma necesidad , van apareciendo los narradores y auditores de narraciones que al hacer observaciones, estos las expresaban , lo que constituía el embrión del discurso; y cuando el discurso a su vez se hace recíproco, aparece la discusión, y después la conversación.

La conversación ha estado precedida de un largo período de imitación silenciosa y más tarde de una fase en que la gente le gustaba narrar u oír narrar, no conversar; esta fué la fase de las epopéyas.

Los griegos no se conocían por una raza habladora, por lo regular no se hablaban sino para interrogarse.

No obstante, eran conversaciones y por tanto útiles aunque sólo fueran narraciones alternativas. Por consiguiente, las únicas conversaciones con apariencia ociosa eran o son en sí mismas utilitarias, por ejemplo las de los enamorados.

Fue sólo al civilizarse, en la época de Platón, cuando los griegos se complacían en dialogar para matar el tiempo.

Desde esos tiempos la conversación ha sido considerada como un arte especial y/o como placer exquisito en especial la culta, la cual floreció del arte dramático y, en especial, de la comedia, siendo toda ella diálogo; se produce también en la literatura escrita, que es la fijación de la palabra.

TIPOS DE CONVERSACIÓN

Distingamos ante todo, que hay tantos tipos de conversación como temas de conversación:

	<p>Debate. Este tipo de conversación se da cuando hay controversia sobre alguna cosa, y por lo general es el principio de toda discusión.</p>
	<p>Intercambio. Esta es una de las formas más comunes y que representan el ideal de toda conversación, ya que se da una reciprocidad e igualdad de consideraciones entre sujetos en iguales circunstancias aunque no pertenezcan a la misma condición social.</p>
TIPOS DE CONVERSACIÓN	<p>Discusión. Al igual que el debate, este representa una controversia pero a la vez ésta se somete a la solución de un problema.</p>
	<p>Información. (mutua) (Esta va a desarrollarse en detrimento de la anterior.)</p>
	<p>Obligatoria. Ceremonias, rituales.</p>
	<p>Discrecional. Esta se da sólo entre iguales, lo cual favorece su progreso y contribuye a estrechar el dominio del otro.</p>

Tanto el debate como la discusión, aunque propiamente no son formas de conversación, ya que no se da exactamente un dialogo; sí representan una modalidad en cuanto a la conversación.

Entre todos los tipos de conversación, nada es más chocante que la obligatoria, la cual está impuesta por las leyes y por las conveniencias particulares de visitarse periódicamente durante cuyas visitas los individuos, sentados juntos, se sienten forzados, a torturarse el espíritu para hablarse sin decirse nada, o para decirse lo que ellos no piensan y para no decirse lo que ellos están pensando.

En cuanto a las conversaciones discursionales, su fuente principal radica en la sociabilidad humana, de los camaradas.

CAUSAS DE LA CONVERSACIÓN

LINGÜÍSTICA: Derivadas de una lengua rica, armoniosa, llena de matices, lo cual predispone a charlar. Desde el punto de vista lingüístico, la conversación conserva y enriquece las lenguas si no extiende su dominio territorial, estimula las literaturas y en particular la dramática.

RELIGIOSAS: En donde podemos ver que los temas y sobre todo la discusión giran en torno a la teología. Desde el punto de vista religioso la conversación es el medio de apostolado más fecundado, porque difunde los dogmas y el esteticismo alternativamente.

POLÍTICAS: Por ejemplo en una democracia, esta se nutre de temas que proporcionan la sociedad; en una Monarquía absoluta, esta proporcionaría los temas de conversación.

Desde el punto de vista político, la conversación es, mucho antes que la prensa, el único freno de los Gobiernos, el asilo invulnerable de la libertad; pues la conversación crea las reputaciones y los prestigios y prepara la gloria y, a través de ella, el poder. La conversación tiende a hacer iguales a los interlocutores, al comunicar a unos con otros, y facilita la expresión.

ECONÓMICAS: Una de las principales, es el ocio, la satisfacción de las necesidades más urgentes.

Desde el punto de vista económico, la conversación uniformiza los juicios sobre la utilidad de las diferentes riquezas y construye y precisa la idea del valor al tiempo que establece una escala y un sistema de valores.

Es sobre todo en la vida económica, donde la conversación tiene una importancia fundamental, ya que al conversar o intercambiar ideas se inicia el preámbulo del intercambio de servicios; y vale redundar que ante todo, es por medio de la palabra, cuando los hombres de una misma sociedad se comunican unos a otros sus necesidades y sus deseos de consumo o también de producción.

Desde el punto de vista moral la conversación lucha constante y frecuentemente con éxito contra la inclinación de la conducta a perseguir fines exclusivamente individuales; oponiéndose a esta teleología individual una teleología totalmente social, en favor de la cual, fortalece las ilusiones saludables o las mentiras convencionales.

El hecho de que exista una mutua compenetración de los espíritus y de las almas, la conversación hace germinar y progresar la psicología social y la moral.

Desde el punto de vista estético, la conversación fomenta el refinamiento mediante el desprecio unilaterial primero, y después hecho recíproco; tiende también a concertar los juicios sobre el gusto, y a la larga consigue y elabora así un arte poético, un código estético, el cual es y ha sido obedecido en cada época y en cada país.

En una palabra, no hay ningún aspecto de la actividad social que no esté en relación íntima con la conversación y cuyos cambios no la modifiquen, así mismo la conversación trabaja eficazmente en la obra de la civilización, de la cortesía, la educación y el arte son las primeras condiciones fundamentales.

INTERACCIÓN SIMBÓLICA

En lo que respecta a la teoría de George Mead, éste retoma el término "imitación", interés que proviene de W. Wundt, el cual fue usado como base para toda una teoría del francés Gabriel Tarde, en la cual explica que el origen del lenguaje y/o gesto vocal se explica en parte por la imitación, en donde supone que nosotros imitamos los sonidos que escuchamos.

Así pues, para hablar de la imitación y su relación con la conversación es necesario precisar en principio el concepto psicosocial de la Interacción, en donde podemos ver la influencia de una persona sobre otra, que pudiera ser accidental y/o propositiva, lo cual nos indica que las relaciones que se dan entre dichos sujetos o entre personas y su ambiente físico, es un acontecimiento psicosocial.

En cuanto al papel de la imitación vimos que Mead, nos habla de esta como un elemento más de la conversación, ya que al hablar nosotros tendemos a imitar en un principio los sonidos y posteriormente, cuando estos se vuelven sociales y adquirimos conciencia de ello, se vuelven autónomos.

Existen situaciones tales como las representadas por la conversación de gestos, situaciones en las que ciertas fases del acto se convierten en estímulos, que no son otra cosa que los gestos, y estos representan al acto en el gesto en que afecta a otras formas involucradas.

En otras palabras, cuando sentimos la amenaza a cierto peligro, tratamos de defendernos, ese es el estímulo el cual lleva en sí el sentido del acto mismo, en términos de conducta.

Ahora bien si suponemos que no solamente esta presente el estímulo en forma de sensación, sino que existe también una relación con la idea; esa es la visión que tenemos ante la sensación de ese peligro. Dicha relación entre idea y sensación se da en el símbolo mismo de la conversación de gestos.

Así pues, lo que el lenguaje expresa son una serie de símbolos que corresponden a cierto contenido mensurable idéntico en la experiencia de otros individuos. Por lo tanto, si ha de haber comunicación, el símbolo tiene que significar lo mismo para todos los individuos involucrados; sin embargo, dicha significación puede provocar diferentes reacciones.

Es así, como podemos afirmar que entre los hombres existe una tendencia a imitar, y en particular a reproducir gestos vocales; por ejemplo, si determinada persona posee algún amaneramiento, cabe descubrir que nosotros mismos tendemos a repetirlo cuando esa persona surge en nuestra mente. Eso es lo Mead llama "imitación".

Lo que confiere especial importancia al gesto vocal, son los estímulos sociales que afectan a la forma que los produce del mismo modo que afecta cuando es producido por otro; es decir, cuando nos escuchamos hablar el sentido de lo que decimos es lo mismo para nosotros que para otros.

La "imitación" depende de que el individuo influya sobre sí mismo como otros influyen sobre él, de modo que se encuentre bajo la influencia, no sólo del otro, sino también de sí, en cuanto a su empleo del mismo gesto vocal; el cual más tarde estará presente como imagen mental.

Al igual que Tarde, Mead considera que los sonidos son exclamatorios (gritos, etc.) no tienen relación estrecha con la conversación significativa. De modo que sólo cuando se emplean símbolos significantes se provocan una serie de reacciones que provocan en el individuo la relación que se da entre el símbolo y el gesto vocal.

Es así como una gran amplitud en nuestro empleo del lenguaje, constituye una parte de un proceso social, y es siempre la parte por medio de la cual nos afectamos a nosotros mismos y a los demás, e intervenimos en la situación social gracias a esa comprensión de lo que decimos.

Dicho proceso social, es en el cual surge la persona en donde está involucrada la interacción de los individuos, en la cual tiene lugar la conversación como un elemento de vital importancia.

El proceso de la conversación es un proceso en el que el individuo tiene que interactuar con los demás, para que de esa manera la sociedad progrese con una conciencia de identidad.

Al respecto Mead nos dice, que ese surgimiento de conciencia se da en el proceso de experiencia social en donde los individuos experimentan su cuerpo como una parte inmediata de su medio. Gracias a la conciencia del sí, el organismo individual se integra al ambiente; convirtiéndose en parte, de la serie de estímulos ambientales a los cuales reacciona.

"La esencia de la persona, ... , es cognoscitiva: reside en la conversación de gestos subjetivada que constituye el pensamiento, o términos de la cual opera el pensamiento o la reflexión. Y de ahí que el origen y las bases de la persona , como los del pensamiento, sean sociales." (10)

LAS PALABRAS Y LAS IMAGENES

"El espíritu colectivo es el aire que respiramos,... ", son palabras de Pablo Fernández para definir a los espacios comunicativos, así como sus interiores, su gente, sus actividades, sus objetos, etc. ; los cuales están formados por palabras e imágenes. A partir de ahí es donde se gesta todo tipo de interacción, estímulos que percibimos de todo el medio que nos rodea.

Metafóricamente hablando , las palabras son aire, el cual incluye todos los nombres, frases, oraciones, textos, que describen imágenes: el lenguaje trae imágenes, ya sea inventadas o existentes, pero todas traen adheridas una imagen.

De modo que la imagen es el significado de las palabras; piénsese por ejemplo, en la palabra "cafetería" y aparecerá su imagen: ése es su significado, el cual constituye parte de un proceso social mediante la relación con los otros. Dicho proceso crea una relación entre la idea (imagen) que se tiene y lo que se dice; dando como resultado un mismo símbolo de conversación.

Por otra parte, toda imagen son espíritu sentido y no necesitan ser dichas , por ejemplo al oler u oír; de tal modo que nadie cambiaría un beso por la palabra que lo designa o el olor del café y cualquier imagen que aunque no son dichas, son sentidas.

De hecho, todas las cosas son palabras e imágenes en los cuales se depositan ideas, afectos e incluso sentimientos de propiedad; al igual que las cosas, la gente también está constituida de palabras e imágenes, porque según el autor las palabras e imágenes fabrican cosas y gentes a su imagen y semejanza.

Dicha relación entre la palabra y la imagen se estructura en la lógica del lenguaje, al irse armando, va adquiriendo en sí misma una imagen, que se siente a manera de pensamiento, y lo que se piensa, a manera de sentimiento.

Así pues, cuando imágenes y palabras se mezclan, ahí interviene la comunicación; por ejemplo los cafés como espacios, han sido pensados para algo, para cocinar, por ejemplo, que al cumplirlo configura una imagen querida, y por eso a veces uno puede desprenderse de algún viejo objeto.

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO.

La comunicación está presente en todo lugar, no obstante el grado de diferencia que existe entre un lugar y otro. De hecho, el autor argumenta que el entender y no entender no es una cuestión de inteligencia, sino de lugar: una conferencia de ciencias exactas no es un lugar para hablar de amor y por eso no se entendería, aunque todos sus asistentes lo sientan.

Cada lugar tiene su forma propia de entender, su forma de ordenar y proporcionar las palabras y las imágenes para que sean comprensibles, correctas, válidas y, en última instancia reales; ya que ciertas prácticas si se hacen fuera de sus lugares son incompletas, incorrectas, falsas e irreales.

Lo público y lo privado: aquí es donde se mueve el espíritu colectivo, es un intento de la modernidad para moverse y comunicarse; palabras opuestas, pero, que sin embargo son similares en cuanto a la perspectiva de comunicación.

"Por público se puede entender todo aquello (ideas, sensaciones, gestos, objetos, colores, ropas, reglas, funciones, espacios, lo que sea) que es comprensible en un momento y lugar dados, pero que en otros ni es comprensible ni sabido, ni compartido, ni conocido, ni real, ni público, y por lo tanto es privado, que es todo aquello que no cabe en un momento y lugar dados, y que no funciona como real ahí, aunque en otros tenga una realidad sólida y duradera. Así, los conocimientos de la historia de la civilización valen en la Universidades y afortunadamente en alguna que otra cafetería, pero todavía no ... para muchos gobiernos Y ciertamente cuando algo público se pone en privado, lo real se vuelve irreal. Y viceversa, cuando lo privado se hace público es que lo irreal se hace real. Los cambios entre público y privado no son cambios de tema, sino cambios de lógica, de estética, de palabras y de imágenes." (11)

En lo que respecta al espacio privado, es todo aquello que se deriva de la memoria, es todo lo cotidiano pero que a la vez es inconsciente.

Es así como las zonas públicas y privadas de los diversos espacios se han utilizado para guardar la realidad, con el único fin de que el individuo lo utilice de modo que dentro, haya una relación social; en donde la gente, es un elemento más del espacio y este viene siendo una creación de los individuos.

Y depende de cada espacio, el tipo de gente, pues se sabe que la gente que habita los bares es distinta de la gente que habita las calles o los cafés en este caso: no usan las mismas palabras o no conversan lo mismo y tampoco las imágenes de la misma manera, ni piensan y siente del mismo modo.

Podemos decir, que la zona privada de cualquier espacio, está compuesta de todos los sitios que se extienden detrás de las puertas, al final de los corredores, escaleras, etc. todo aquel espacio que en su conjunto resulta un lugar acogedor.

Los lugares privados, están separados de los lugares públicos (simbólicamente, porque ya habíamos dicho que aunque palabras opuestas guardan una gran relación), mediante espacios angostos, que se estrechan para dejar pasar la vida, para que no pasen al otro lado ni todas las gentes ni todas las voces, ni todas las miradas, sino sólo unas cuantas disminuidas. Todo esto es lo que nos da el carácter de lo público y lo privado.

Toda barrera (real o simbólica) puesta en un lugar se refiere a lo privado: las plantas de ornato que dividan una sección y otra dentro de los cafés; la forma en como estan acomodadas las mesas, dando la espalda a los demás comensales, paredes levantadas en mica transparente que permiten entre ver y oír.

Del lado público de estos desfiladeros tenemos el mobiliario; todo lo que no se mueve ni se corrompe, ni se estima pero sí adorna, como los cuadros, los sillones, los ceniceros, lo limpio, lo nuevo, lo intocable, incluídas las gentes que ahí atienden con su cara de visita y buenas maneras, con su lenguaje de domingo, todo esto con una frialdad despersonalizada que bien puede contemplarse en las salas, los comedores, los recibidores, los baños de los cafés o cualquier otro establecimiento público.

Así mismo, todo lo que no se dice se expresa gesticulando, siendo un espacio para gestos, y a falta de buen idioma hay abrazos, mutismos, risas, miradas, roces, comisuras que tuercen, cejas que se levantan, dedos que tamborilean; de esa manera puede verse en cualquier reunión de plática ligera de sobremesa, tarde de descanso, noche de amigos, cena familiar, etc., todo es comunicación y un constante interactuar a cualquier nivel tanto vocal como simbólico.

Y por cierto una comunicación basada en sobreentendidos de lo que ya se sabe, lo que se comunica es una ambientación: por ejemplo, la imagen difusa adherida a todas las voces, gentes, actividades, utensilios, rutinas y/o cotidianidades, de que todo está hoy igual que ayer y, por supuesto, que mañana.

Desde el punto de vista del espíritu colectivo, de lo privado y lo público, y de la comunicación, el espacio contiguo a la casa son los sitios de reunión en este caso nos referimos en especial a los cafés, con sus cuatro paredes cerradas pero sus puertas y ventanas de par en par.

EL ESPACIO SEMIPRIVADO-SEMIPÚBLICO

Los sitios de reunión se han multiplicado en sus giros y son, además de los cafés y los bares, cualquier otro lugar donde pueda entrar toda persona de acuerdo con cierto precio, horario, etiqueta, edad, y otras formas de reservarse el derecho de admisión, que es el límite que todo espacio lleva consigo.

Este tipo de espacios como centros de reunión, funcionan como pretexto para echar a volar la comunicación; la importancia de los cafés consiste, por ejemplo: una taza de café alrededor de la cual se "arregla el mundo", una película que concentra la atención, una exposición en torno a la cual se arremolina el interés y se discute, se recuerda, se anecdotiza la situación social o se habla del clima en espera de mejor temática.

Los espacios abiertos de reunión no tienen divisiones interiores establecidas: mientras que el individuo se subdivide por dentro mediante cancelas y plafones implícitos, o bien hacen sus separaciones internas ante lo privado y lo público con otro material, muy práctico y versátil: la gente.

Las partes privadas se hacen con las espaldas de la gente, que forman un círculo cerrado con su propio pretexto, su privada razón de estar reunidos, dándole la espalda y la indiferencia al resto del espacio.

Dentro del espacio de reunión se forma una asamblea en cada corrillo, y cualquier extrañío que pase sabe de antemano que ahí no puede sentarse y para que se note se utilizan diversos dispositivos por ejemplo: la gente que se congrega en una mesa o en una barra, completa el círculo iniciado con sus espaldas, con el truco de extender los brazos, colgar paraguas, papeles, cigarros, agendas, relojes de pulso, sacos y bolsos de manera que cubran los huecos entre los cuerpos y de esa manera poblar el territorio que colinda con ellos, como para señalar que ahí no hay lugar, que se trata de un sitio privado aunque el lugar sea de acceso libre.

En lo que respecta a la parte pública, esta se hace con las caras de la gente, esto es, que está compuesta por aquella parte del espacio que es afín para todos y donde todos están frente a él, y dada la disposición circular del lugar, se da una comunicación cara a cara.

En los sitios de reunión donde se busca más la privatización de la comunicación, el motivo común que dirige a todos es la mera observancia de los requisitos de admisión; como sucede en algunos cafés o cualquier otro lugar donde la gente va a lo suyo. No obstante donde se conserva más el lugar semipúblico es en los teatros en donde existe un gran círculo generalizado, en donde tiene prioridad el consenso como una voluntad común de llegar a un acuerdo válido para todos ahí reunidos en ese espacio; todo esto por medio de la conversación y a veces de la discusión; factores que en lo público y lo privado son básicos.

Este es el lugar preferido para conversar, porque es aquí donde las palabras se escuchan con más detenimiento, es el lazo que une la comunicación, construyéndose así realidades entre la gente que habla el mismo idioma, con un mismo símbolo y un mismo significado.

Así, el lenguaje de los espacios semiprivados y semipúblicos, es más articulado, más continuo y más respetuoso; para llenar de afectos las frases dichas, en una palabra, para dibujar con las manos lo que se va narrando con la voz.

Al igual que Tarde, Pablo Fernández nos dice que los gestos tienen la función de organizar y regular el flujo de la conversación entre los interlocutores, porque para tomar la palabra o para quitarla, no dejársela arrebatada o perderla, se emplean los gestos incluyendo el cuerpo así como el tono de voz. Mientras la gente conversa, también se desarrolla un debate de miradas.

Como todo espacio, los sitios semipúblicos de reunión tienen sus partes que los delimitan y separan de la calle, con el cual se contacta y se aparta. Dicho límite está construido en este caso por el menú y el dinero, que invitan a entrar, pero que cierran el paso a la vez, el menú funciona como esa parte interior que enseña lo que hay adentro y te invita a pasar, pero también le pone precio que desalienta a muchos de manera que te cierran el paso, como ya habíamos mencionado, se reserva el derecho de admisión de muchas maneras: los horarios, los requisitos de edad, los precios, la etiqueta en el vestir, el nivel académico, etc., impidiendo con los cuales que estos espacios se alejen de la calle.

EL CONOCIMIENTO ADQUIRIDO A TRAVÉS DE LA CONVERSACIÓN

Para poder explicar como entienden los individuos su entorno social, es necesario conocer la relación que existe entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental, que aunque desde una perspectiva diferente, ambas contribuyen a comprender como piensan los sujetos respecto a su vida cotidiana desde una visión más lógica y racional.

Sin embargo, al entrar al juego de la ciencia, los individuos la transforman para comunicarse entre ellos de una forma más adecuada, esto es, en un sentido común, explicación de la que da cuenta la teoría de las representaciones sociales. Esto nos lleva a diferenciar dos modos de conocimiento .

Por una parte, el pensamiento normalizado y reflexivo que no es otra cosa que la teoría para invalidar o reafirmar razonamientos y por la otra el pensamiento no normalizado o innato que se adquiere de las experiencias particulares. Una forma de conocimiento es a partir de las imágenes y los lazos que se dan entre estas para formar aquello que pensamos, para transmitirlo después y en su conjunto darle un sentido común a todas esas experiencias que no podría ser posible sino es por medio de la conversación, en donde las ideas son clasificadas de acuerdo a un código común, durante la acción y la comunicación cotidianas.

Retomando a Moscovici, de esa forma podemos ver que el sentido común representa un cuerpo de conocimientos reconocido por todos y que no se da sino es a través del lenguaje, dentro del sentido común se observan las cosas tal y como suceden, más tarde son modificadas por medio de la razón, así la ciencia no es otra cosa más que el sentido común sistematizado.

Los avances de la comunicación en nuestros tiempos, han generado en los sujetos un mayor interés por poseer los mínimos conocimientos requeridos para poder participar en cada una de las conversaciones que se nos presentan. Actualmente el sentido común es transformado y no se da únicamente a través de las conversaciones y el rumor sino que se este se va explicar por medio de una serie de influencias más avanzadas como son la prensa, los satélites espaciales, fax, etc.

Es así como podemos ver que la conversación es el agente más poderoso de la comunicación ya que unifica o desintegra ideas y modos de acción, en donde esta influye en los individuos, los cuales influyen unos sobre otros teniendo como consecuencia el fortalecimiento o disminución del poder; el cual es consecuencia de la conversación.

II. METODOLOGÍA

A) DEFINICION DEL PROBLEMA

El comportamiento humano está presente y muy relacionado con los atributos del entorno físico.

De esa manera vemos que las posibilidades de comprensión del entorno urbano se estructuran a través de imágenes urbanas y sociales en su conjunto.

Así pues los problemas que surgen del crecimiento urbano , provocan una serie de necesidades que conllevan al surgimiento de espacios públicos o semiprivados; los cuales forman parte de nuestra actividad cotidiana que posibilitan la comunicación y la conversación.

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico, orientadas hacia la comunicación y el dominio del entorno social y por lo tanto al manejo de interrelaciones entre cada uno de los participantes de esta muchedumbre social.

Presentamos así, la aparición de un sin fin de lugares, en donde se maneja la relación interpersonal como base de éstos, donde el individuo se presenta como agente socializador.

Sólo analizando detalladamente los encuentros sociales, las ocasiones de interacción, se pueden establecer las reglas que las personas inconscientemente siguen al mezclarse con los demás.

De ahí surge la inquietud por investigar la importancia de los cafés como centro de reunión y su relación con el hombre; y como planteamiento del problema **"CUAL ES LA FUNCIÓN DE LOS CAFÉS EN LAS RELACIONES SOCIALES"**.

La importancia de la psicología en esta rama se observa a través de todos los estudios que actualmente se realizan, tanto en psicología organizacional como ambiental.

De esa manera vemos que al interior de los cafés o de cualquier espacio público y/o privado, se gestan un gran número de posibilidades de interacción que difieren en las causas por las que acuden a estos lugares.

B) OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

GENERAL: Determinar la importancia de los cafés como espacios públicos y privados

PARTICULAR:

* Identificar las principales causas por las que asisten a los cafés.

* Identificar a los espacios públicos como una posibilidad de comunicación

* Describir el tipo de comportamiento que se da al interior del medio ambiente (construido) de los cafés

* Explicar cual es la diferencia que existe en los cafés desde la dimensión de lo público y de lo privado

* Determinar a los cafés como lugares donde se generan relaciones afectivas entre los usuarios

* Identificar a los cafés (espacios públicos) como lugares donde se genera la conversación antes que la opinión.

C) VARIABLES

- 1) SEXO
- 2) ESCOLARIDAD
- 3) EDAD

D) GRUPO DE ESTUDIO

PROCEDIMIENTO:

UNIDAD DE ANALISIS:

La unidad de análisis será la conversación en algunos cafés ubicados en distintos puntos de la Ciudad de México, para determinar con base en éstos su importancia y la función social que generan.

Una vez definida nuestra unidad de análisis, delimitaremos el grupo de estudio sobre el cual se pretende generalizar los resultados.

GRUPO DE ESTUDIO:

Este comprende todos aquellos sujetos que asistan a dicho café, como requisito indispensable.

Las observaciones del grupo de análisis nos llevarán al estudio de caso del uso del espacio, como generador de relaciones que consecuentemente trae consigo la conversación y la opinión.

E) INSTRUMENTO

La elaboración del instrumento de la recolección de datos se detallará a continuación:

* descripción gráfica (mapa) y valorativa del lugar así como de los usuarios, para explicar el tiempo y el lugar de las unidades de observación.

*La casuística nos servirá para adentrarnos en lo que hablan los usuarios para tratar de formular hipótesis e inferir.

*Registros observacionales participante y no participante (levantamientos para tratar de delimitar la importancia de los cafés y la frecuencia con la gente asiste) A partir de las observaciones, describiremos escenas objetivas de los hechos que ahí ocurren. (Diario de Campo)

*Cuestionarios de preguntas abiertas y cerradas para recolectar datos para medir los indicadores y/o variables, el cual se les dará a los sujetos para que ellos responda.

Los criterios que se utilizarán para seleccionar a los sujetos será en un primer momento aquellos que vayan en parejas o solos, este se llevará a cabo por espacio de seis meses, acudiendo indistintamente cualquier día de la semana, con un horario también indistinto que se fijará de acuerdo a las necesidades de la investigación.

*Guía de entrevista semi-estructurada, después de haber llevado a cabo los puntos anteriores para corroborar la información.

*Análisis de contenido nos servirá para describir de una manera más objetiva, sistemática y cuantitativa la información. Para inferir con respecto al contexto estudiado pero sobre todo en las conversaciones.

En cuanto a los registros observacionales, trataremos de ser lo más apegadas a la realidad, para que de esa manera se sesgue lo menos posible la información.

F) TIPO DE ESTUDIO

La investigación será de campo, dentro de un ambiente natural* con respecto a los sujetos.

El tipo de diseño será no experimental, ya que se realizará, sin manipular deliberadamente las variables.

Se observará el fenómeno tal y como se da en su ambiente natural, es decir, en su realidad, para después analizarla.

En este tipo de investigación no se construye la situación sino que ésta está dada por naturaleza y las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas. No hay manipulación intencional ni asignación al azar.

Dicha investigación se clasifica por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan los datos.

La investigación será en dos etapas. En la primera etapa, el estudio será exploratorio, lo cual nos servirá para preparar el terreno; pues el estado de conocimiento que se tiene acerca del tema de investigación está poco estudiado. Dentro de este primer tiempo tenemos la observación en tres fases:

- a) participativa
- b) casuística, y
- c) propositiva.

Aunque ya se hayan hecho otras investigaciones acerca del uso de los espacios, para nuestra necesidad la forma particular de abordarlo será diferente y única.

* Natural en el sentido de que no será efectuado en un laboratorio. Pero no natural desde el punto de vista de la Psicología Ambiental.

De hecho será exploratorio (al menos en sus inicios), al comenzar a preguntar lo que la gente opina de los cafés. Los estudios exploratorios consisten en saber de algo o alguien que no conocemos, del cual no tenemos ningún conocimiento (a pesar de que hemos buscado información al respecto), sólo una breve noción de lo que se pretende investigar.

"Este tipo de estudios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto de la vida real, investigar problemas de comportamiento humano que se consideran primordiales, identificar conceptos o variables promisoras, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables" (12).

La segunda etapa, consistirá en la aplicación de entrevistas semi-estructuradas, basadas en los resultados obtenidos de la información que se recabó con anterioridad; así podemos observar dos fases principales:

a) Cuestionarios de respuestas cerradas (para formular indicadores)

b) Entrevistas de respuestas abiertas

Este tipo de estudio en pocas ocasiones consituyen un fin en sí mismos, se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos y son más amplios y dispersos que los otros dos.

Del mismo modo, implican un mayor riesgo y requieren gran paciencia y receptividad por parte del investigador. Los estudios descriptivos consisten, como su nombre lo dice, en describir situaciones y eventos, es decir, de que manera se manifiesta determinado fenómeno. Buscan especificar las propiedades del fenómeno en cuestión y someterlo al análisis.

Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, así como los conceptos o variables con los que tiene que ver, con la precisión posible.

En este tipo de investigación se requiere tener preguntas específicas que se buscan responder. También ofrece la posibilidad de predicción.

El análisis de los datos prácticamente será cualitativo y en forma mínima cuantitativo, por lo tanto no utilizaremos ningún paquete estadístico.

El análisis cualitativo dependerá de dos factores:

a) Tipo de Variables

b) Objetivos de investigación.

En general, se llevará a cabo con todos los factores, del análisis de contenido, así como con la ayuda de los instrumentos mencionados.

**III. ANÁLISIS
DE
CONTENIDO**

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

El cuestionario se aplico a 40 sujetos, después se categorizó, teneindo así los siguientes resultados para su posterior análisis:

1. Cómo describiría el tiempo que pasa en el café?

SERVICIO/COMODIDAD			
	Comodo	6	
	Servicial	3	
		9	22.5%
AMBIENTE AFECTIVO			
	Agradable	9	
	tranquilo	4	
	Placentero	3	
	Relajamiento	5	
	Pacifico	2	
		23	57.5%
AMBIENTE FISICO			
	Visualmente agradables	8	
		8	20.0%
	TOTAL	40	100%

2. De los lugares públicos a cuales prefiere asistir y por que?

NECESIDADES FUNCIONALES			
	Restaurantes	4	
		4	10.0%
CONSUMO			
	C.C.	7	
	Tiendas de A.	2	
		9	22.5%

ESPARCIMIENTO			
Cine, Teatro	10		
Cafés	12		
Discotecas	5		
		27	67.5%
TOTAL		40	100%

3. Qué podría decir del ambiente de los cafés ?

RELAJANTE			
Tranquilos	18		
Divertidos	5		
Padre	6		
Interesantes	2		
		31	77.4%
ESTRESANTES			
Tensos	2		
Mal servicio	3		
Tardados	2		
		7	17.5%
INDIFERENTES			
		2	
		2	5.0%
TOTAL		40	100%

4. De que manera aprecia el café, como un espacio público o privado?

PÚBLICO	28	70%
PRIVADO	9	22.5%
AMBAS	3	7.5%
TOTAL	40	100%

5. Reviste cierta importancia para Ud. venir a este café?

72.5%	NO	29	
	SI	7	17.5%
	INDIFERENTE	4	10.0%
	TOTAL	40	100%

6. Que factores o motivos lo impulsan a asistir al café?

REL. NEGOCIOS			
	Trabajo	2	
	Citas <i>cl</i> cliente	3	
		10	25%
REL. SOCIALES			
	Reuniones	18	
	Novios	5	
		18	45%
REL. AFECTIVAS			
	Comidas Fam.	8	
		8	20.0%
NECESIDADES FUNCIONALES			
	Comer Unicamente	4	
		4	10.0%
	TOTAL	40	100%

7. Considera este lugar como una distracción personal? Por qué?

SI	17		
		Distracción	19 47.5%
NO	23		
		Negocios	9 22.5%
		Relaciones Lab.	8 20.0%
		Comer	4 10.0%
		TOTAL	40 100%

8. Qué es lo que más hace en este lugar?

		CONVERSAR, Chisme	21 52.5%
		CENTRO DE REUNION	14 35.0%
		SATISFACCION DE NECESIDADES	5 12.5%
		TOTAL	40 100%

9. Cómo fue que empezó a asistir a este tipo de lugares?

		SOCIABILIDAD	
		Reuniones	18
		Hacer amigos	9
		Conversación	6
			33 82.5%
		IMITACIÓN	
		Por amigos	7
			7 17.5%
		TOTAL	40 100%

10. Prefiere asistir a este lugar? Con qué frecuencia?

NO	16	16	40.0%
SI	11	11	27.5%
RELATIVO	13	13	32.5%
TOTAL		40	100%

11. Cómo son las personas que asisten a estos lugares , desde su punto de vista?

ADULTOS	9	22.5%
JOVENES	12	30.0%
FAMILIAS	19	22.5%
TOTAL	40	100%

12. Considera Ud. necesario la existencia de este tipo de espacios?
Porqué?

SI	40		
ESPARCIMIENTO	11	27.5%	
CENTRO DE REUNION	13	32.5%	
COMODIDAD	9	22.5%	
ESPACIO AGRADABLE	7	17.5%	
NO	0		
TOTAL		40	100%

13. Aproximadamente cuánto tiempo pasa en este lugar?

MENOS DE 1 HR.	6	15.0%
1 A 2 HRS.	16	40.0%
2 O MÁS HRS.	18	45.0%
TOTAL	40	100%

14. Platica aquí lo mismo que en otros lugares? Por qué y en que difieren?

NO,	11		
	INSEGURIDAD	11	27.5%
SI,	24		
	AMBIENTE PROPICIO	24	60.0%
	SIN RELACIÓN		5
12.5%			
	TOTAL	40	100%

B) ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede inferir acerca de "la función de los cafés en las relaciones sociales", en donde podemos ver que el grupo de estudio observado, mostró que existe una pequeña diferencia en cuanto al sexo de los entrevistados, siendo mayor número de mujeres las entrevistadas, que asisten a dichos lugares.

En el nivel sociocultural observado, se encontró que el 55% de los asistentes, tienen un nivel medio superior, mientras que el porcentaje restante está equilibradamente repartido en el nivel básico y superior; la edad de los entrevistados, presenta cierta diversidad, ya que el 52.5%, lo representa gente adulta, de 23 a 35 años; el 35% correspondió a la gente de 36 años en adelante y el 12.5% restante correspondió a jóvenes de entre 15-22 años quienes no acuden tan seguido por diversos motivos, como son entre otros: no tener suficiente dinero.

La mayoría de las personas que asisten a los cafés describen el tiempo que pasan dentro, en un ambiente afectivo, el cual describen como agradable y muy tranquilo, un espacio para relajarse, así como placentero. El 22% de los entrevistados describen al café como un servicio que representa sólo cierta comodidad, así como el 20% restante los ven desde el punto de vista más objetivo, pues éstos se presentan sólo visualmente agradables a la vista, por que son bonitos, lujosos y muy amplios.

Tenemos pues, que de los lugares públicos, la gente prefiere asistir a aquellos que representan alguna diversión, como son el cine, teatro, cafés y discotecas; y sólo el 30% aproximadamente prefiere ir a Centros Comerciales y restaurantes por necesidades funcionales.

De ese modo la gente que asiste a los cafés, los considera acogedores y muy íntimos, se puede platicar sin ser interrumpidos y pasar un rato agradable. Con esto podemos ver que los cafés representan un espacio público, en un 77.5%, ya que los consideran como un lugar en donde cualquier persona puede entrar, sin embargo existe cierta privacidad ya que, al estar instalados en su mesa se tiene un lugar íntimo, en donde se puede platicar libremente sin necesidad de estar bajo presión, el 15% lo considera un lugar privado .

Otro de los parametros que se pudieron medir fue que aunque no es indispensable la asistencia a un determinado tipo de lugar, si es necesario que existan espacios como este, lo reflejo el 72.5%.

Las relaciones sociales dentro del café, son de los principales motivos que impulsan a los usuarios a asistir a este tipo de lugares, llamese, reuniones con las amigos(a), principalmente en las mujeres que son las que ocupan este tipo de establecimiento para realizar todo tipo de eventos.

Las citas de pareja son también muy comunes entre los entrevistados y de acuerdo a las observaciones que se realizaron en un principio.

Encontramos a las reuniones familiares, también de gran peso entre los asistentes y sobre todo los fines de semana, que es cuando las amas de casa se dan un pequeño descanso para cocinar y se asiste a este tipo de lugares, con la idea de dar un menor trabajo.

Las entrevistas o citas de trabajo, ocupan tan solo el 12.5 % de las entrevistas, y al parecer son un poco más forzadas las asistencias a este tipo de lugares. Se complementan con la comida como único interés para asistir a los establecimientos.

Aunque todo esto se contrapone con la idea de llegar al lugar como una distracción, más bien lo emplean como un medio, para poder lograr algunos contactos sociales, por ello no se toma como distracción personal, la utilización del café se maneja en este caso como una necesidad sin llegar a ser de su total agrado, contraponiéndose con la idea de ser lugares tranquilos, en donde la conversación se maneja en todos los sentidos.

De acuerdo a las respuestas de nuestros entrevistados, lo que más realizan en su permanencia dentro del café es la plática, el contar los eventos del momento (chisme), así como algunos problemas o situaciones cotidianas. El tiempo de permanencia dentro del lugar se estima entre 2 hrs. o más ya que las pláticas se extienden y la mayoría de las ocasiones se va el tiempo muy rápido y no se dan cuenta del tiempo de permanencia dentro del lugar.

Los cafés son considerados como centros de reunión y no lugares de esparcimiento. Se complementa dicha idea, con la suposición de que existen gran cantidad de estos lugares, que en gran medida se pueden aprovechar como mediadores de distancias en los casos donde las amistades se encuentran muy lejanas de nuestros domicilios o centros de trabajo. De aquí derivamos que en algunos casos, la manera como se fueron allegando a este tipo de lugares, fue por imitación, en cuanto a que sus amigas las citaban en este tipo de lugares y se les fue haciendo una cierta costumbre, el asistir a este tipo de lugares.

La frecuencia con la que asisten a este tipo de lugares no está claramente determinada, ya que los días de asistencia son indeterminados y se van dando de acuerdo con las circunstancias.

La idea que tienen los usuarios de las personas que asisten a este tipo de lugares es considerada como un lugar de jóvenes, en donde los adultos siguen en cuanto a cantidad de asistencia.

La plática que se realiza dentro de los cafés, de acuerdo con los resultados podemos decir que se da en mayor proporción, que en otros lugares, ya que lo consideran un ambiente propicio para este tipo de actividad. No así, en otros donde se muestra inseguridad para llevar a cabo la conversación.

De esto podemos deducir que los cafés son centros de reunión en los que se generan y crecen las relaciones sociales, ya que se encuentra un ambiente propicio para la conversación, se fomentan las relaciones afectivas y en un menor número de casos se asisten por compromisos de negocios.

C) INTERPRETACION Y CONCLUSIÓN DE RESULTADOS

Gran parte de lo que ingresa en nuestras mentes proviene de la percepción de nuestro ambiente, el hecho de que nos ocupemos de la conducta en relación con los ambientes físicos definidos por el hombre nos lleva a conocer alguno de los problemas sociales del mismo, que muestra la diversidad de su existencia en un medio complicado y cambiante.

Y aquí es donde la Psicología Social trata de dar cuenta de la relación que guardan entre sí, el ambiente físico y la conducta humana, esta relación puede definirse y analizarse al nivel del individuo que pasa por experiencias internas en forma de percepciones, sentimientos y motivaciones que suponen un gran significado para determinar lo que el ambiente es para el individuo, como la forma que este responde a él. Esa relación, tan importante se puede explicar teniendo en cuenta a la Psicología ambiental y que junto con la representación social nos explican que cualquier acto de pensamiento es representado y dado a conocer por medio del lenguaje el cual nos permite a la vez hacer una representación de eso que escuchamos y por consiguiente a comprender y organizar el entorno social, en donde existe una interacción entre el medio y los demás, de una forma más objetiva.

Esto lo podemos constatar con el análisis de resultados donde vemos que la gente se siente familiarizada con el lugar, ya que la mayoría se identifica con el lugar al que asiste, organizando de esa manera su vida a través de un espacio que representa y resuelve una función.

Las representaciones inciden directamente sobre el comportamiento social organizado del grupo, esto lo vemos en los cafés, en donde los sujetos comprenden e interpretan de manera diferente la situación en la que se encuentran y por lo tanto no piensan ni se comportan de manera similar ante un fenómeno que se mantiene idéntico; esto viene siendo una modalidad de pensamiento el cual está orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, en otras palabras el acto de representación es un acto por el cual el sujeto se relaciona con el objeto, o con otros sujetos, y que va a constituir una relación, definiéndose así objetivos que representan su realidad social.

Es por ello que vemos que dentro de un grupo, en este caso la gente que asiste a los cafés mantienen un punto de vista diferente en cuanto a la percepción de los mismos, no obstante, el espacio representa el mismo para todos; así también representan cierta similitud en cuanto algunas actitudes, lo cual se debe a que gran parte de lo que hacemos, tendemos a imitarlo y/o estereotiparlo, incorporándolo en forma muy particular, ésto no es otra cosa sino el sentido común: la gente que asiste a los cafés comparte en un sentido práctico una realidad en la cual participa e intercambia ideas, comunica e interactúa.

Es decir, construye su representación en términos de contexto y pertenencia, para luego interpretarla y practicarla discursivamente en otros sujetos que hablan con la misma finalidad y que se relacionan con el espacio en el que ocupan, lo cual va a determinar la dinámica de dichas representaciones.

Todo esto se ve claramente en los cafés, los cuáles son representados por los sujetos como su lugar parecido a nuestra propia casa en donde conversamos con otros sujetos afines a nosotros.

Ahora bien, las representaciones sociales se han transformado gracias a los medios de comunicación como nos dice Tarde, que es a partir de la comunicación donde surge todo acontecimiento (representación) el cual es transmitido por el público y generalizado por medio de la conversación, esto se da en los cafés cuando los individuos debaten temas de interés mutuo, y es ahí precisamente donde encontramos la importancia de que existan este tipo de lugares, ya que la gente los considera sino indispensables, sí necesarios ya que son una fuente donde se genera todo tipo de comunicación y que responden a una necesidad planteada por la sociedad con sujetos en iguales circunstancias y en un mismo tiempo.

Es por ello que podemos suponer que los cafés representan un espacio público donde se enriquecen las relaciones sociales en donde se dan múltiples acontecimientos tanto de manera individual como grupal y es de hecho uno de los principales motivos que impulsan a los sujetos a asistir a ese tipo de lugares.

Tal y como lo maneja Tarde, la gente se reúne a conversar ya sea por placer o por cortesía, pero todos acuden a los cafés a conversar, por consiguiente la conversación en una de las formas de comunicación interpersonal más poderosa en donde los individuos influyen unos sobre otros y no sólo con lo que se habla, sino con la actitud de los cuerpos, esto es parte de lo que Mead llama experiencia social, en donde los individuos experimentan su propio cuerpo, como parte inmediata de su medio.

Al igual que en la teoría, pudimos corroborar que son las mujeres, las que principalmente ocupan este tipo de establecimientos, pudiéndose constatar en los porcentajes de resultados; al igual que el tomar café es sólo un pretexto para conversar, es así como pudimos observar que la conversación va a depender de el horario y del tiempo que se tenga, pues hacia el atardecer es cuando la gente permanece más en el lugar y plática sus problemas, pues tratan de relajarse del estrés del día.

Ahora bien, la conversación la podemos explicar por medio de una serie de influencias que se aprenden desde la familia y por supuesto en todo lugar público siendo esta un vínculo de unión social, siempre y cuando se hable bajo un mismo código y se tengan ciertas ideas comunes; ya que al no participar en un fin común, no podríamos hablar de conversación; en este caso los sujetos tenían una misma finalidad y practicaban un mismo lenguaje, esto se puede reflejar en el tiempo que permanecían en el lugar pues la mayoría de los casos la gente se metía tanto en la conversación que perdía la noción del tiempo.

Es así como podemos darnos cuenta que los cafés y en general todo lugar público en donde se conversa son fuentes de comunicación y por consiguiente de poder, lo que nos llevo a distinguir el tipo de conversación, siendo la más común la de intercambio en donde se da una igualdad entre sujetos en iguales circunstancias, aunque no pertenezcan a la misma condición social.

Dentro de las características de la conversación encontramos al debate, como una modalidad de esta, en donde se tiene como principio la discusión, el intercambio representa una de las formas más comunes de plática ya que se pudo constatar en los resultados, en donde se observó la reciprocidad y la igualdad entre los sujetos. Otra modalidad observada fué la conversación obligatoria siendo esta última una de las más tediosas reflejado en los sujetos que asistían al café en plan de trabajo y comprometidos permanecían en dicho lugar, sin otro quehacer que el escuchar a quien esta hablando y no decir lo que uno piensa.

Por otro lado, Mead retoma el término "imitación" basandose en Tarde, del cual no podemos hablar si no lo relacionamos con la conversación, ya que parte de esta la podemos explicar por la imitación y no sólo esta, sino ciertas conductas, para lo que es necesario saber que todo acontecimiento psicosocial conlleva la interacción en donde podemos apreciar la influencia de una persona sobre otra, por lo que hacemos aquello que los demás quieren que hagamos. Nuestra apreciación basada en que muchos empezaron a asistir porque los amigos los persuadían a asistir a esos lugares, haciéndose de esto una costumbre que posteriormene se volvía autónoma.

De hecho no existe ningún aspecto de la actividad social que no este en relación íntima con la conversación y es así como podemos afirmar que entre los hombres existe una tendencia a imitar . Tarde y Mead, están de acuerdo en que existe una estrecha relación de la conversación y el símbolo significativo, que es lo que determina que exista comunicación, supuesto que comprobamos a lo largo de toda la investigación, fenómenos que producen una conciencia de identidad.

La importancia de los cafés como centros públicos de reunión son lugares clave donde se dan multiples acontecimientos tanto de manera individual como grupal. Que en relación con nuestra hipótesis da respuesta a ello, incluyendo la opinión como consecuencia directa de la conversación generada a través de las relaciones sociales que se forman dentro de nuestros centros de estudio (cafés).

En lo que respecta a determinar si este tipo de espacios son públicos y/o privados, vemos que la gente entiende por público todo aquello que tiene que ver con la objetividad del espacio como son: funciones que son comprensibles en su momento y lugar dados, como algunos decían: son cómodos, espaciosos, y muy bonitos, en donde existen barreras reales que dividen una sección de otra, plantas, biombos, etc. No así en lo privado en donde todo es subjetivo pues es todo aquello que cabe en un momento y lugares dados y que no funcionan como real ahí, aunque en otros tenga una realidad, en este caso la conversación viene siendo ese cambio que los define como privado pues sus cambios constantes tanto de palabras como de imágenes, memoria y a la vez inconsciente; en donde la barreras son los mismos usuarios, levantando paredes simbólicas, como darle la espalda a los demás, poner objetos personales abarcando un espacio vital para limitar su privacidad.

De ese modo vemos que los espacios públicos-privados se utilizan para guardar la realidad en donde haya una relación social: donde la gente es un elemento más del espacio y que a la vez éste es creado por los individuos. De ahí se desprende lo que se encontro en el análisis, en donde la gente que asistía a los cafés no platica lo mismo ahí que en un bar por ejemplo, y también no usan las mismas palabras, así como tampoco las imágenes o símbolos, ni piensan ni

sienten del mismo modo. Palabras opuestas pero que sin embargo son similares en términos de comunicación.

Es por ello que podemos decir que de acuerdo con los resultados podemos decir que los cafés son espacios propicios para la comunicación en donde se generan relaciones afectivas de todo tipo y la principal causa de asistencia, es la conversación ya que este tipo de espacios, representan un lugar propicio para realizar este tipo de actividades.

Así mismo queremos hacer patente que los objetivos propuestos en un principio fueron alcanzados, al comprobar la importancia de que existan este tipo de lugares, reviste en la necesidad de encontrar un espacio como dice Pablo Fernández, que no sea ni casa ni calle, que sea un lugar público pero a la vez privado, características con las que cuentan los cafés, motivo por el cual una de las principales causas por las que ahí asisten es la de conversar para que esta sea un vínculo que refuerce la ciencia, las normas, la moral, y que a la vez sea un cambio de ideas y de representaciones sociales que generen una identidad social y de ese modo ser un espacio importante donde sea posible la comunicación.

Finalmente sabemos que es un hecho que el individuo, no puede desarrollarse y vivir aislado ya que toda su experiencia está definida por su pertenencia a toda una diversidad de grupos en donde constantemente se encuentra e interactúa con sus semejantes.

D) ALCANCES Y LIMITACIONES

Nuestro tipo de estudio, al ser no experimental nos permite observar el fenómeno en su realidad, sin embargo presenta en cierto modo una ventaja, ya que al no poder manipular las variables, podemos predecir.

Otra de las ventajas de este tipo de estudio es que nos permite sugerir o establecer afirmaciones susceptibles de verificar, así como su flexibilidad en cuanto a su metodología.

Una limitación la presenta el hecho de que el estudio no es concluyente, pues se caracteriza por ser temporal y por lo tanto no podemos generalizar por que el fenómeno se encuentra en constante cambio.

Dentro de las limitaciones vemos también la desventaja de que al transcribir lo que se observa, se corre un gran riesgo, ya que se puede sesgar la información de acuerdo con los criterios del investigador. Requieren de tiempo, paciencia y receptividad por parte del investigador.

BIBLIOGRAFÍA

- *Bataillon, Claude. La Ciudad de México, S.E.P. Diana, México, 1975. pp.340
- *Canter, David. Psicología del lugar. Sigma, México, 1987, pp 250.
- *Fernández, C. Pablo. El Espíritu de la Calle, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991. pp. 138.
- *Hernández, Sampieri Roberto. Metodología de la Investigación, Mc. Graw Hill, 1991, México, pp. 505.
- *Himstra, Norman. W. Psicología Ambiental, Manual Moderno, México, 1979. pp. 263.
- *Lefebvre, Henry. La Ausencia y la Presencia, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, pp.255
- *Lynch, Kevin. La Planificación del Sitio,
- *Mead, Herbert George. Espíritu, Persona y Sociedad, Buenos Aires, Paidós. 1972, pp.393.
- *Moscovici, Serge. Psicología Social. "La Representación social: fenómenos, concepto y teoría", "De la Ciencia al Sentido Común", Paidós, Vol. II, Buenos Aires, pág. 471-505 y 678-710.
- *Proshansky, Harold. Psicología Ambiental, Trillas, México, 1978, pp.875
- *Sennett, Richard. El Declive del Hombre Público, Península, Barcelona, 1978, pp.433.
- *Simmel, George. Sociología 2, Madrid, Alianza Universitaria, 1986, pp.320
- *Tarde, Gabriel. La Opinión y la Multitud, Taurus Comunicación, 2a. Ed., 1986, Madrid, pp.183.

*Terres, Ma. Elodia. La Ciudad de México: Sus Origenes y Desarrollo, Porrúa, México, 1977, pp. 120.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Pablo Fernández. El Espíritu de la Calle. pág. 42.
2. Ibid., pág. 42.
3. Ibid., pág. 45
4. Henry Lefebvre . La ausencia y la presencia. pág. 19
5. Ibid ., pág.19
6. Ibid . , pág 21.
7. Serge Moscovici. Psicología Social. tomo II , pág. 474-475.
8. Ibid. , pág. 475.
9. Gabriel Tarde. La Opinión y la Multitud. pág. 93.
10. George Mead. Espíritu, Persona y Sociedad. pág 201 .
11. Pablo Fernández . El Espíritu de la calle. pág. 86.
12. Roberto Hernández. Metodología de la Investigación. pág. 356.

ANEXOS

CUESTIONARIO

1. Cómo describiría el tiempo que pasa en el café?
2. De los lugares públicos a cuales prefiere asistir, y por qué ?
3. Qué podría Ud decir del ambiente de los cafés?
4. De qué manera aprecia el café, como un espacio público o privado?
5. Reviste cierta importancia para Ud. venir a este café?
6. Qué factores o motivos lo impulsan a asistir al café?

7. Considera este lugar como una distracción personal ? Por qué?

8. Qué es lo que más hace en este lugar?

9. Cómo fue que empezó a asistir a este tipo de lugares?

10. Le es necesario asistir a este lugar? Con qué frecuencia?

11. Cómo son las personas que asisten a estos lugares, desde su punto de vista?

12. Considera Ud. necesario la existencia de este tipo de espacios? Porqué?

14. Platica aquí lo mismo que en otros lugares? Porqué y en que difieren?

TABLA
CONCENTRACIÓN
DE
DATOS.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	3	1	1	3	1	3	2
2	1	2	1	1	3	1	1	1	4	3	3	1	1	1	3	1	1
3	1	1	2	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2
4	2	2	1	2	3	1	1	1	2	4	3	2	1	2	3	2	2
5	1	3	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	3	1
6	2	3	2	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	4	2	2
7	2	2	3	2	2	2	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2
8	2	2	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2
9	2	3	3	2	3	1	1	3	1	3	1	2	1	2	4	3	2
10	2	2	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	3	2	3	3	2
11	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	1	1
12	2	1	1	2	3	1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	2	2
13	2	2	2	2	3	2	2	1	4	1	1	1	3	3	2	3	2
14	2	3	2	3	2	2	3	1	1	2	1	1	3	3	3	2	2
15	2	2	3	2	1	3	1	1	1	4	1	2	1	2	2	2	2
16	1	3	2	2	3	1	3	1	1	1	3	1	2	1	4	3	3
17	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	3	1	1	2	1	3	1
18	2	2	3	3	3	1	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	2
19	1	2	3	2	3	1	3	2	1	3	3	1	1	3	1	1	2
20	2	2	2	3	2	1	1	3	2	1	1	1	3	3	4	1	2
21	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	3	3
22	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	3	2
23	1	1	2	1	3	1	1	1	2	2	2	1	2	2	4	2	1
24	1	1	3	2	3	1	2	1	3	1	1	2	3	1	3	3	1
25	2	1	3	3	3	2	1	1	2	1	3	1	1	2	1	2	2
26	2	2	3	2	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	4	3	2
27	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1
28	1	1	3	2	3	1	1	2	2	1	1	1	3	1	4	2	2
29	2	1	2	1	3	1	1	1	1	2	2	1	3	3	2	2	1
30	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	4	3	2
31	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	3	1
32	2	1	3	2	3	1	1	3	2	4	1	1	3	3	1	3	1
33	2	1	2	3	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	2	2
34	2	2	3	1	3	1	1	1	2	2	3	1	2	2	4	2	2
35	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	3	1	3	3	3	3	3
36	2	3	2	1	3	1	2	1	2	3	1	1	3	3	4	2	1
37	2	3	2	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	3	2
38	1	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	3	2	3
39	1	2	3	2	2	1	1	2	4	3	3	2	3	3	4	1	3
40	2	2	2	3	3	1	1	2	4	4	3	2	1	3	2	3	2

CÓDIGOS DE CATEGORIZACIÓN

COLUMNA	CÓDIGO		
A	HOMBRE	1	
	MUJER	2	
B	ESCOLARIDAD		
	BÁSICA	1	
	MEDIA		2
	SUPERIOR	3	
C	EDAD		
	16 A 25 AÑOS	1	
	26 A 35 AÑOS	2	
	36 A 64 AÑOS	3	
D	PREGUNTA UNO		
	SERVICIO/COMODIDAD	1	
	AMBIENTE AFECTIVO	2	
	AMBIENTE FISICO	3	
E	PREGUNTA DOS		
	NECESIDADES GAST.	1	
	CONSUMO		2
	ESPARCIMIENTO	3	
F	PREGUNTA TRES		
	RELAJANTE	1	
	ESTRESANTE	2	
	INDIFERENTES	3	
G	PREGUNTA CUATRO		
	PÚBLICO	1	
	PRIVADO		2
	AMBAS	3	

	PREGUNTA CINCO	
H	NO	1
	SI	2
	INDIFERENTES	3
	PREGUNTA SEIS	
I	REL. NEGOCIOS	1
	REL. SOCIALES	2
	REL. AFECTIVAS	3
	NEC. GASTRONOMICAS	4
	PREGUNTA SIETE	
J	SI, DISTRACCIÓN	1
	NO, NEGOCIOS	2
	REL. LABORALES	3
	NEC. GASTRONO.	4
	PREGUNTA OCHO	
K	CONVERSAR	1
	SATISFACCIÓN	2
	CENTRO DE REUNIÓN	3
	PREGUNTA NUEVE	
L	SOCIABILIDAD	1
	IMITACIÓN	2
	PREGUNTA DIEZ	
M	NO	1
	SI	2
	RELATIVO	3
	PREGUNTA ONCE	
N	ADULTOS	1
	FAMILIAS	2
	JOVENES	3

	PREGUNTA DOCE	
O	COMODIDAD	1
	ESPACIO	2
	CENTRO DE REUNION	3
	ESPARCIMIENTO	4

	PREGUNTA TRECE	
P	MENOS DE 1HR.	1
	1HR A 2HRS.	2
	2 HRS O MÁS	3

	PREGUNTA CATORCE	
Q	NO, INSEGURIDAD	1
	SI, AMBIENTE PROPICIO	2
	SIN RELACIÓN	3

ANÁLISIS DE LAS GRÁFICAS

Para realizar el análisis de las gráficas, están divididas en tres categorías bien definidas, todas en general se cruzaron contra las preguntas que a nuestro criterio fueron las más significativas (pregunta 1,4, 6, 7, 9, y 14), de acuerdo con ello se dividieron en tres rubros principales de acuerdo con las variables preestablecidas: Sexo, Edad y Escolaridad.

La gráfica 1, 7 y 13 corresponden al análisis del tiempo que pasan dentro del café, como podemos observar, no hubo distinciones al contestar de acuerdo con la escolaridad y la edad, ya que se observan porcentajes muy similares, en su manera de ver que se presenta muy buen servicio dentro del café, que es cómodo y a consecuencia hay un buen ambiente. Como dato curioso podemos manejar que dentro de la gráfica del aspecto físico, las mujeres lo toman más en cuenta y esto podría ser traducido en su papel que tienen frente a una sociedad que las cuestiona en los aspectos estéticos de cualquier sitio, pero relacionado estrechamente con el trabajo diario dentro de sus hogares. (gráfica1)

Al mencionar el café como un espacio privado (gráfica 2,7,14) es de resaltar, que las discrepancias se dan en torno a la escolaridad nuevamente en donde los entrevistados con escolaridad "superior" llamese de cualquier licenciatura en adelante, tomaron el café como un espacio público-privado, queremos pensar que es cuando se analizan un poco más los fenómenos de nuestra sociedad de acuerdo al vagaje cultural que tienen, siendo en los otros dos casos sólo un lugar más a donde asistir.

Podemos observar como también de ser únicamente un lugar público, va aumentando la manera de asimilarlo a un espacio privado de acuerdo a como se incrementa la escolaridad de los entrevistados. Por otro lado tenemos que de acuerdo con el sexo y la edad, no existe una gran diferencia en cuanto a su manera de ver los cafés, que son esencialmente tomados como lugares públicos, las mujeres sin embargo son menos candidatas a manejarlos como espacios netamente privados.

Al hablar de los motivos que impulsan a los usuarios a asistir a este tipo de lugares, nos referimos a cuatro puntos que a nuestro criterio es donde mejor se incluían todas las respuestas que nos fueron dando el total de los entrevistados.

Mencionamos pues que, en su mayoría los hombres y las mujeres asisten a este tipo de establecimientos por el desarrollo de las relaciones sociales, en menor cantidad, lo consideraron relaciones afectivas como podría ser estar con la pareja, o relaciones más estrechas que una amistad. En donde decrece notablemente el porcentaje es en el aspecto de que las mujeres son muy pocas las que lo consideraron un lugar para satisfacer necesidades funcionales(comer), el rol de la mujer siempre ha estado definido a la postura de ver "mal" a una mujer sola comiendo, siendo más un rol a desempeñar por los hombres.(gráfica3)

De acuerdo con la edad, las discrepancias entre las diferentes categorías se fueron haciendo más notorias, siendo los jóvenes, los que más ocupan el lugar para realizar reuniones de amigos, y en muy pocas ocasiones para comer. podríamos interpretar este rublo, al comprender que en esta edad, la mayoría sus ocupaciones son de estudiantes y el aspecto económico es más limitado, siendo ya en etapas posteriores donde se puede tener una mayor solvencia y a consecuencia de ello realizar, mayores visitas pero con diferentes fines, como lo podríamos observar que en el rublo de los adultos donde ya son más afectivas, y al ir avanzando la edad se realizan, reuniones de amigos y necesidades funcionales. (gráfica 9)

En la gráfica 15 volvemos a notar esta diferencia pero ahora en los aspectos de escolaridad en donde los de mayor escolaridad, se presentan al café con, la idea de arreglar negocios, suponemos que por su escolaridad-trabajo, su asistencia al café se relaciona estrechamente con este rublo, para arreglar negocios, citas de trabajo etc, y va disminuyendo hacia las relaciones sociales y en tercer término las relaciones afectivas, para usos meramente funcionales, es muy disperso y en las personas de mayor escolaridad nulo.

El café tomado únicamente como distracción personal, es observado sin diferencias tanto en hombres como en mujeres (de acuerdo con la gráfica 4) siendo más usado por las mujeres para comer, pero como observación pertinente, podríamos mencionar que no es como necesidad funcional, sino que se toma como acompañante del cafecito dentro de la conversación, pero si se realiza dicha actividad.

De acuerdo con la edad si existen diferencias y las personas mayores son las que ocupan el sitio para negocios y relaciones labores, sin embargo los de menor edad, no participan dentro de los negocios en el café, aunque si aumenta en las relaciones laborales como podrían ser las citas de trabajo. A los jóvenes se toma como una distracción personal, mientras que a los de mayor edad no les parece tanto una distracción y si lo toman como simple satisfactor de necesidades. (gráfica 10)

La escolaridad denota un factor importante en la detección de discrepancias entre los diferentes rubros, al mencionar que en los niveles medio y superior existe gran similitud en cuanto a las acciones que realizan dentro de los cafés, en los niveles básicos, no existen tantas relaciones de negocios, como se observa en los otros niveles sin embargo no desaparecen. (gráfica 16)

Existe más porcentaje de mujeres y hombres que empezaron a asistir a este tipo de lugares por sociabilidad, esto es para hacer amigos, las típicas reuniones con compañeros de escuela, que después de un tiempo se va haciendo costumbre y el simple hecho de tener alguien con quien conversar y por ello se asiste a este tipo de lugares, hay un notable descenso en el porcentaje en comparación de los que asisten por imitación, pero que a nuestro modo de ver tendría que ver un poco también por la idea de que nuestras amistades asisten al café y caemos en la rutina de seguirlos. (gráfica 5)

Al realizar el análisis de este mismo rubro pero ahora comparandolo con la edad tenemos que (en la gráfica 11) son las personas de entre 26 y 35 años las que asisten más a los cafés por sociabilidad, teniendo ya este como un sitio en donde definir relaciones sociales, las personas más jóvenes entre los 16 a 25, tienen un poco más a imitar que a tomarlo como un sitio de sociabilidad, y por último las personas de 36 años en adelante aunque con un porcentaje mayor que los anteriores pero no tan significativo que primeros asisten en su mayoría a los cafés como un medio para reunirse y platicar con los amigos etc.

Podemos pensar que de acuerdo con su escolaridad los sujetos que más asisten al café de acuerdo con el rango de la sociabilidad son los de educación básica con un 90%, disminuyendo paulativamente de acuerdo a como va aumentando su escolaridad, 86.3 % en la media y 75% en la escolaridad superior, traduciríamos a esto que se tienen otro tipo de actividades por lo que ir a tomar café pasa a un segundo plano. (gráfica 17)

La platica que se realiza dentro del lugar, prodríar ser en mayor cantidad que en otros lugares, y al observar la gráfica 6, lo podemos constatar en el espacio correspondiente a las mujeres donde se observa un porcentaje mayor, mientras que los hombres no lo ven de esa manera, y se sienten de acuerdo a lo reflejado en la gráfica más inseguridad de realizar este tipo de actividad dentro del café, en muy pocos casos se dieron contestaciones sin relación al tema.

La comparación con la edad y los que menos se sienten seguros de platicar en el lugar son las personas de 35 años en adelante, después son los más jóvenes y por último las personas que se encontraban en el segundo rublo de 25 -35 años, es curioso ver como los entrevistados más jóvenes fueron los que no tuvieron respuestas sin relación al tema. (gráfica 12)

En la última gráfica (18), pudimos observar que los entrevistados de escolaridad media son los que presentaron mayor seguridad para platicar dentro de este tipo de espacios públicos, a los de escolaridad básica y superior, la mitad de los entrevistados pertenecientes a este rublo siente mayor seguridad y por lo mismo platican más en el interior de los cafés, mientras que los índices de respuestas sin relación se reparten equitativamente dentro de las tres categorías.

GRÁFICAS

SERIE A - CATEGORIA 1

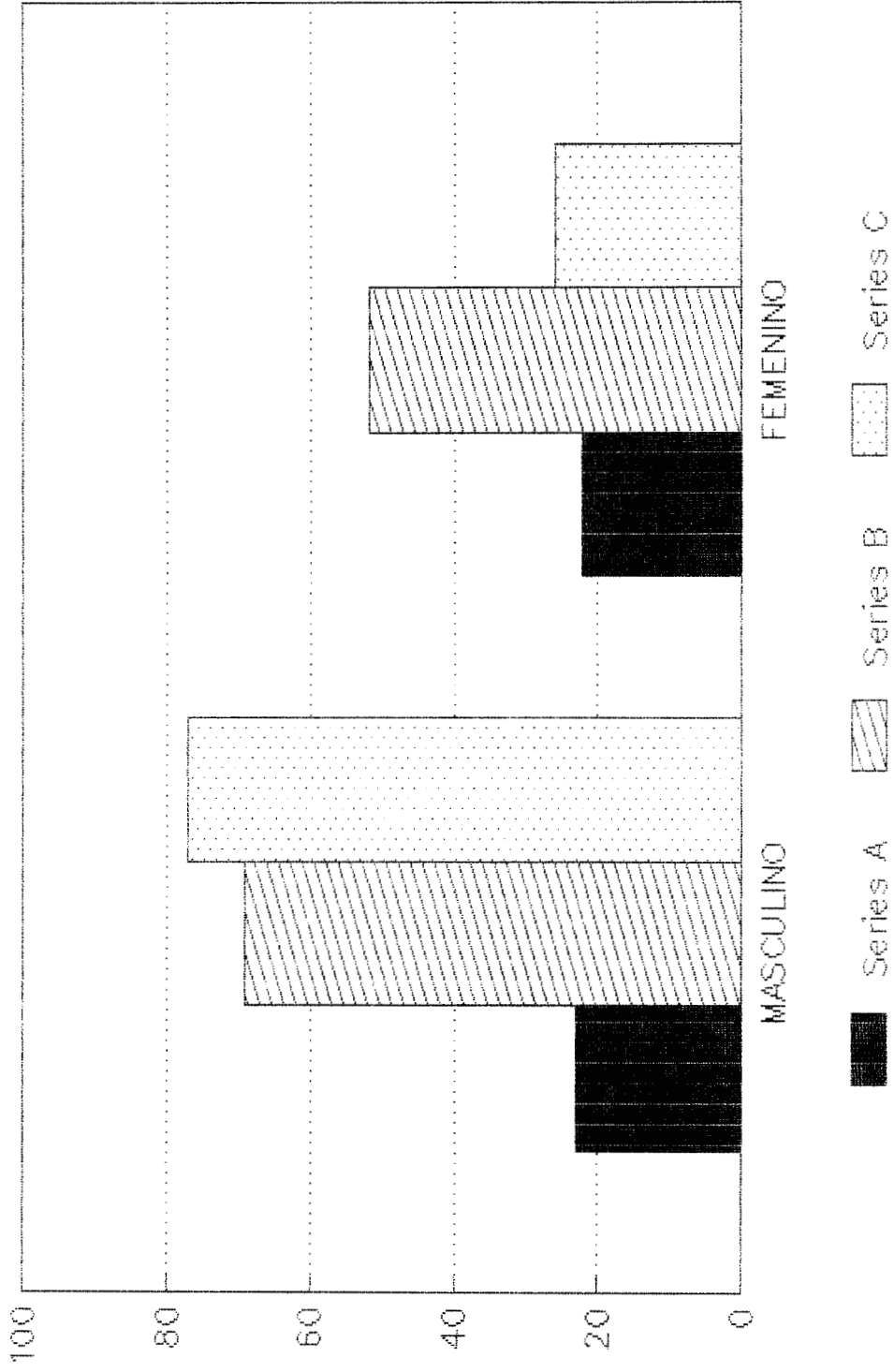
SERIE B - CATEGORIA 2

SERIE C - CATEGORIA 3

SERIE D - CATEGORIA 4

GRAFICA 1

PREGUNTA 1



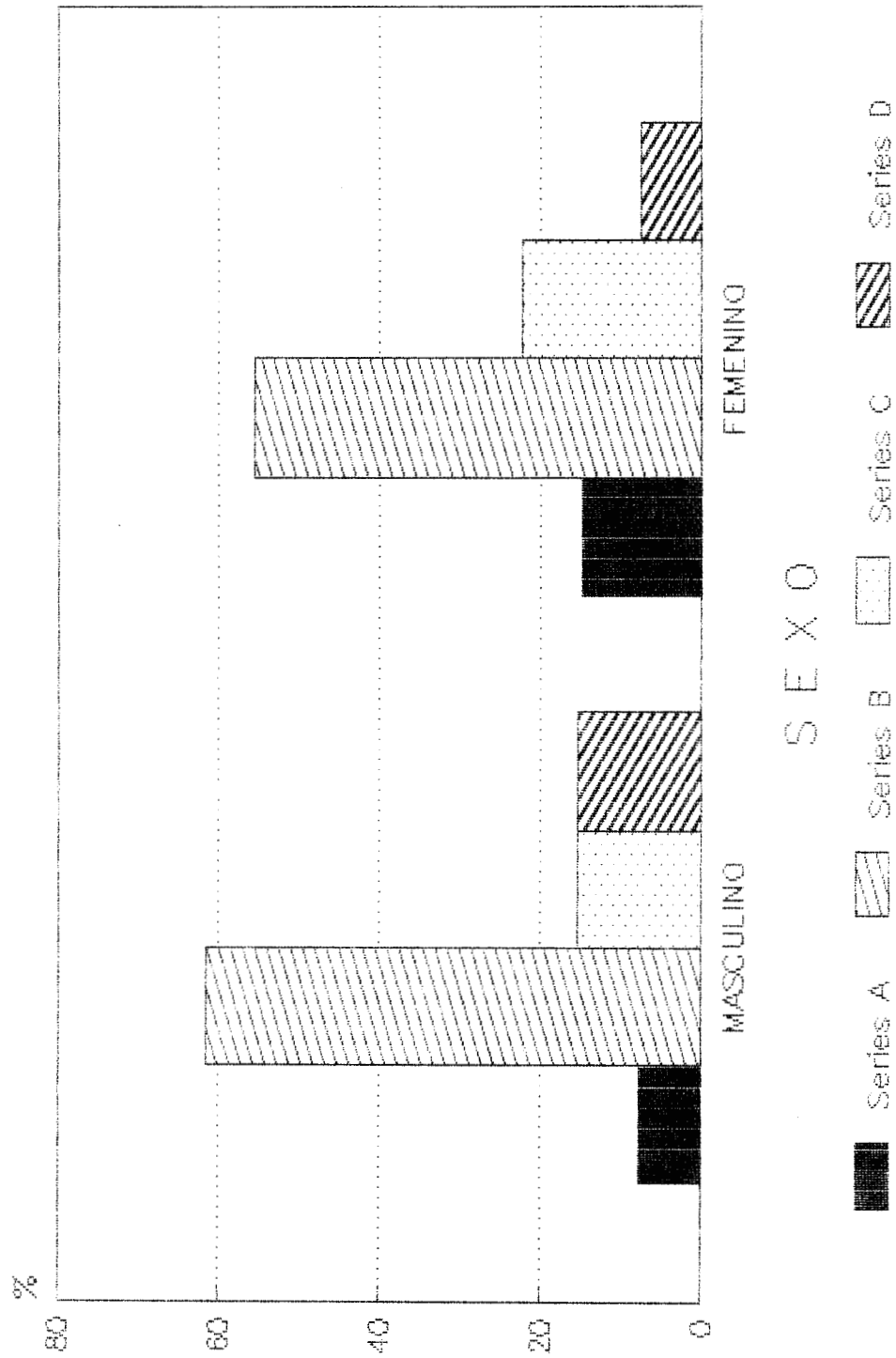
GRAFICA 2

PREGUNTA 4



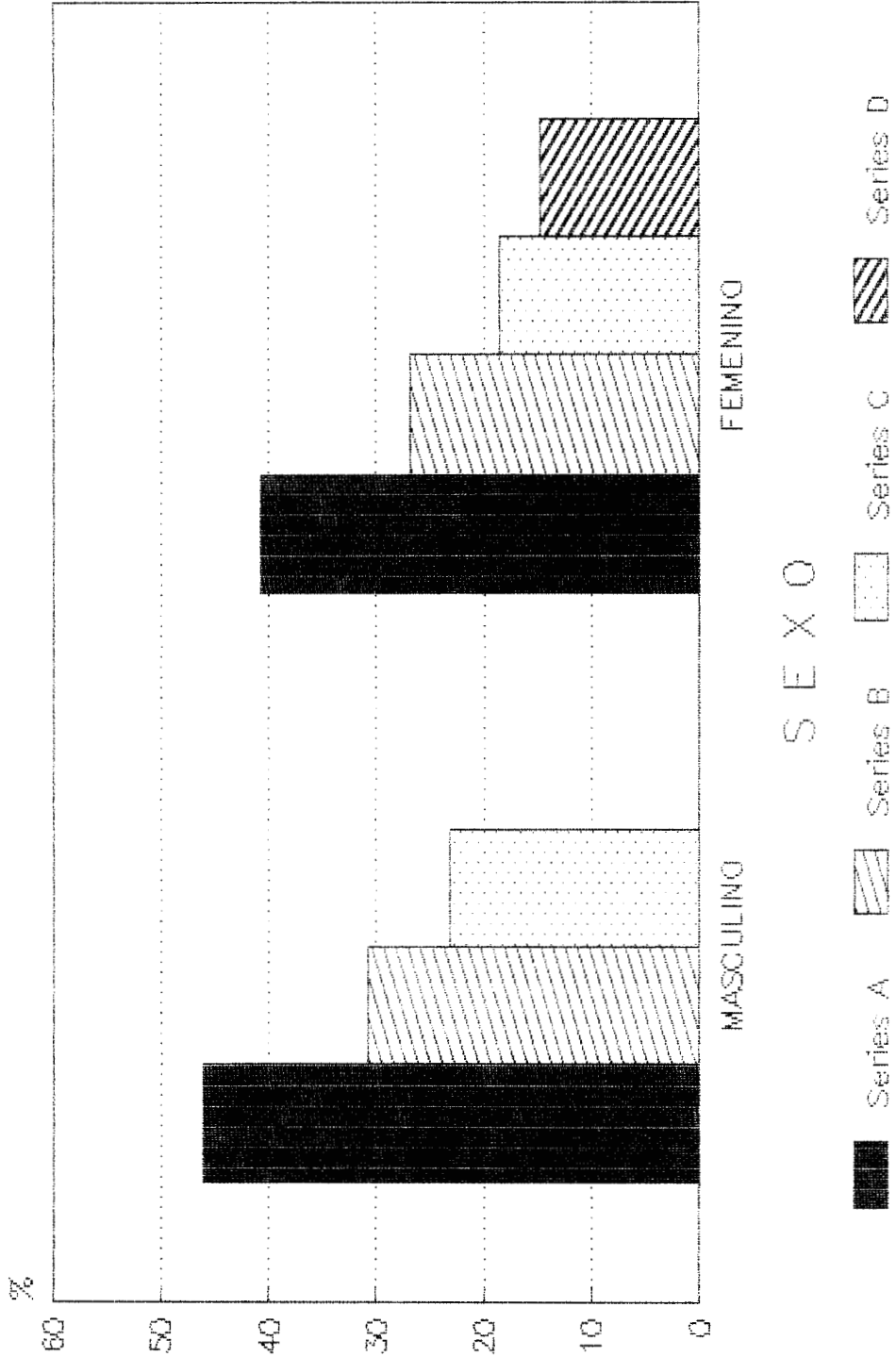
GRAFICA 3

PREGUNTA 6



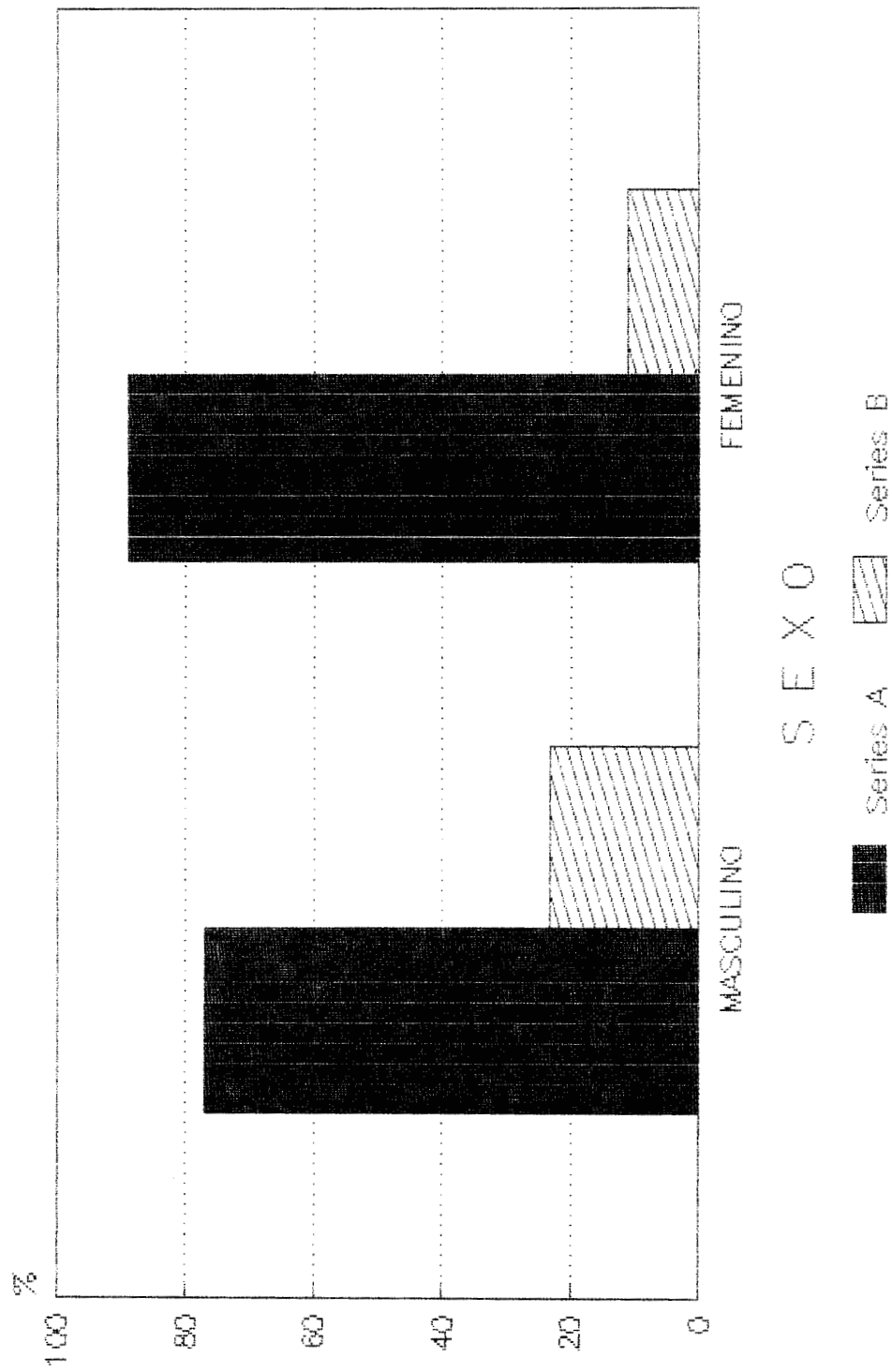
GRAFICA 4

PREGUNTA 7



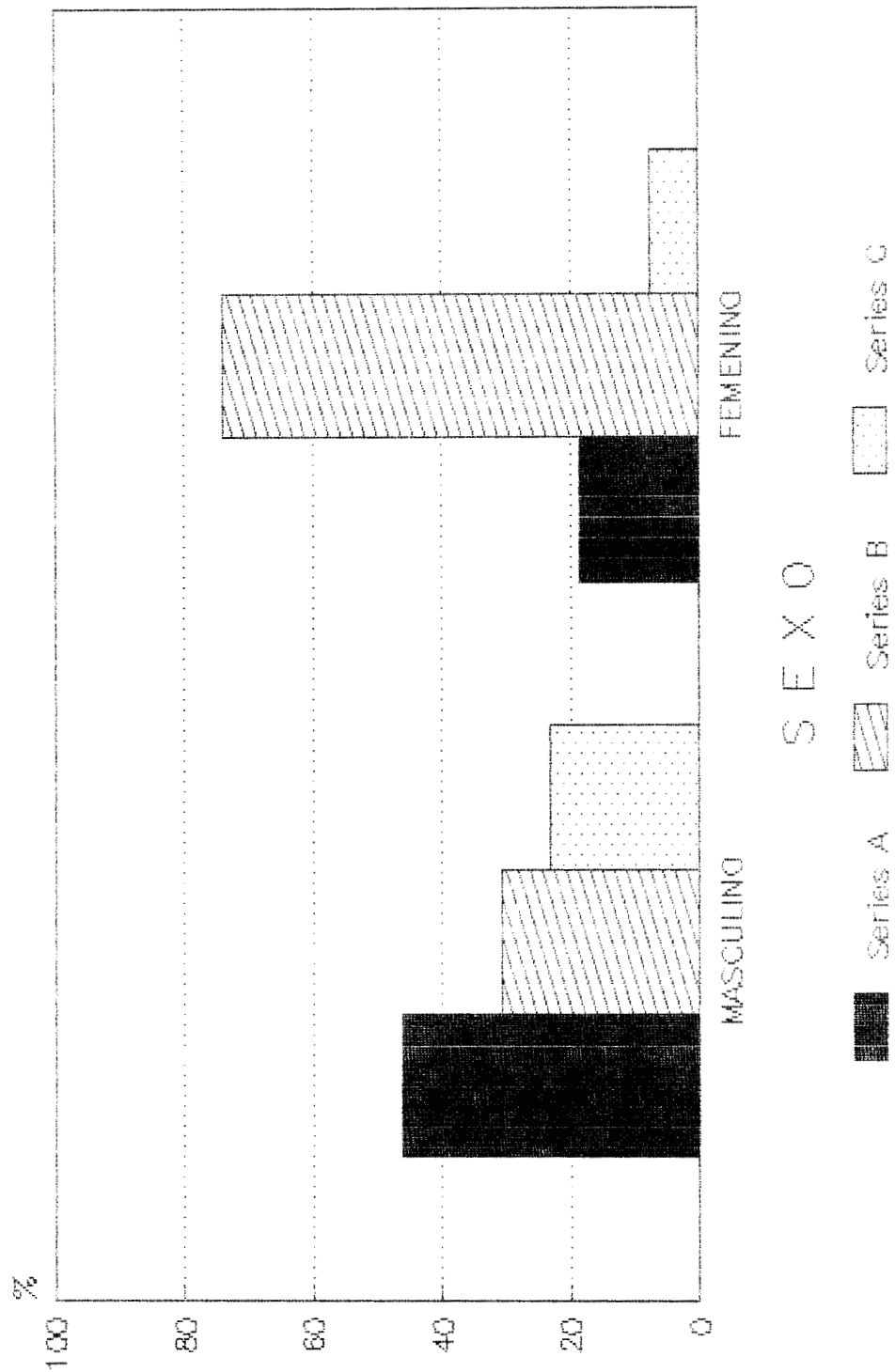
GRAFICA 5

PREGUNTA 9



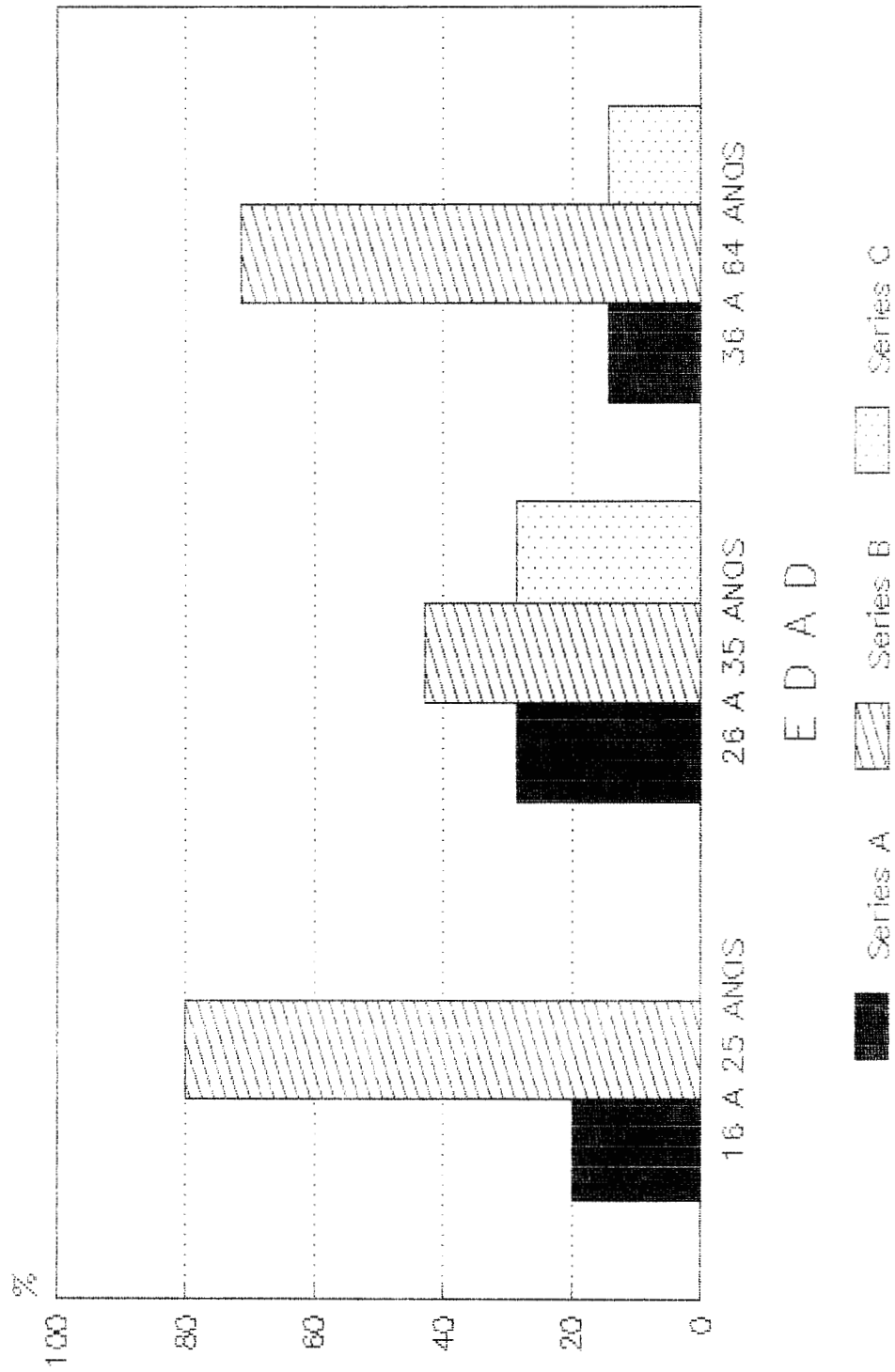
GRAFICA 6

PREGUNTA 14



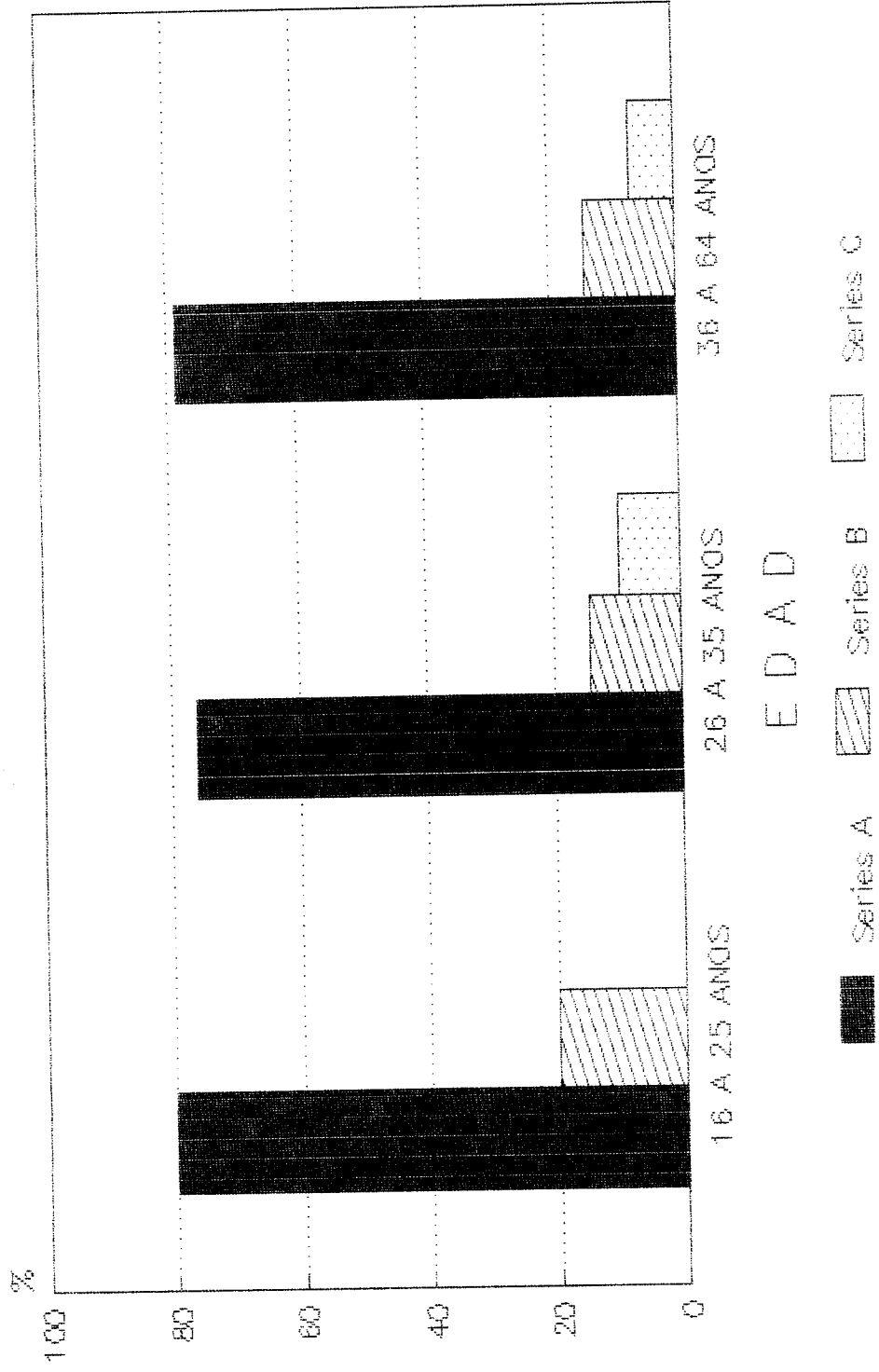
GRAFICA 7

PREGUNTA 1



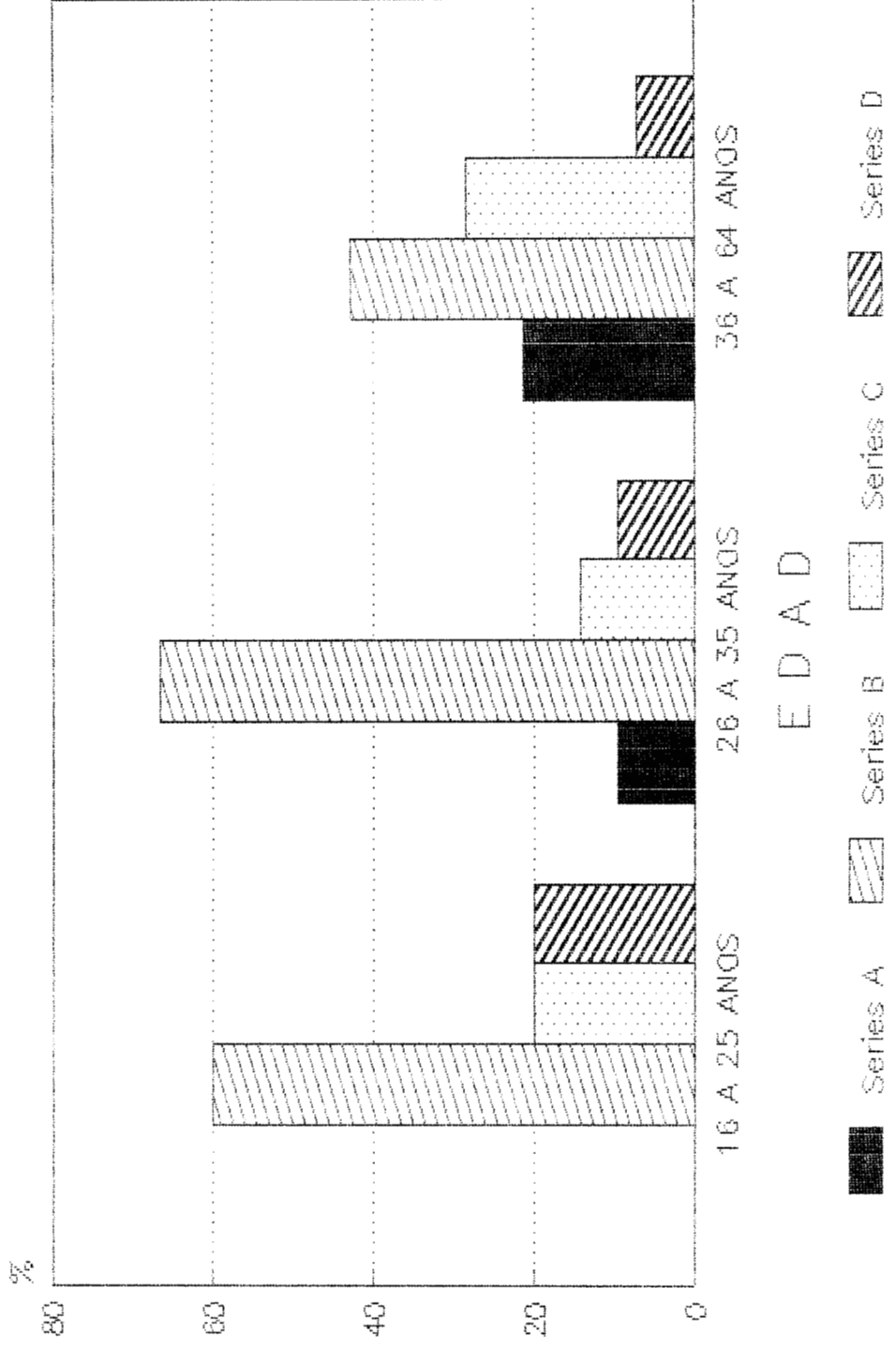
GRAFICA 8

PREGUNTA 4



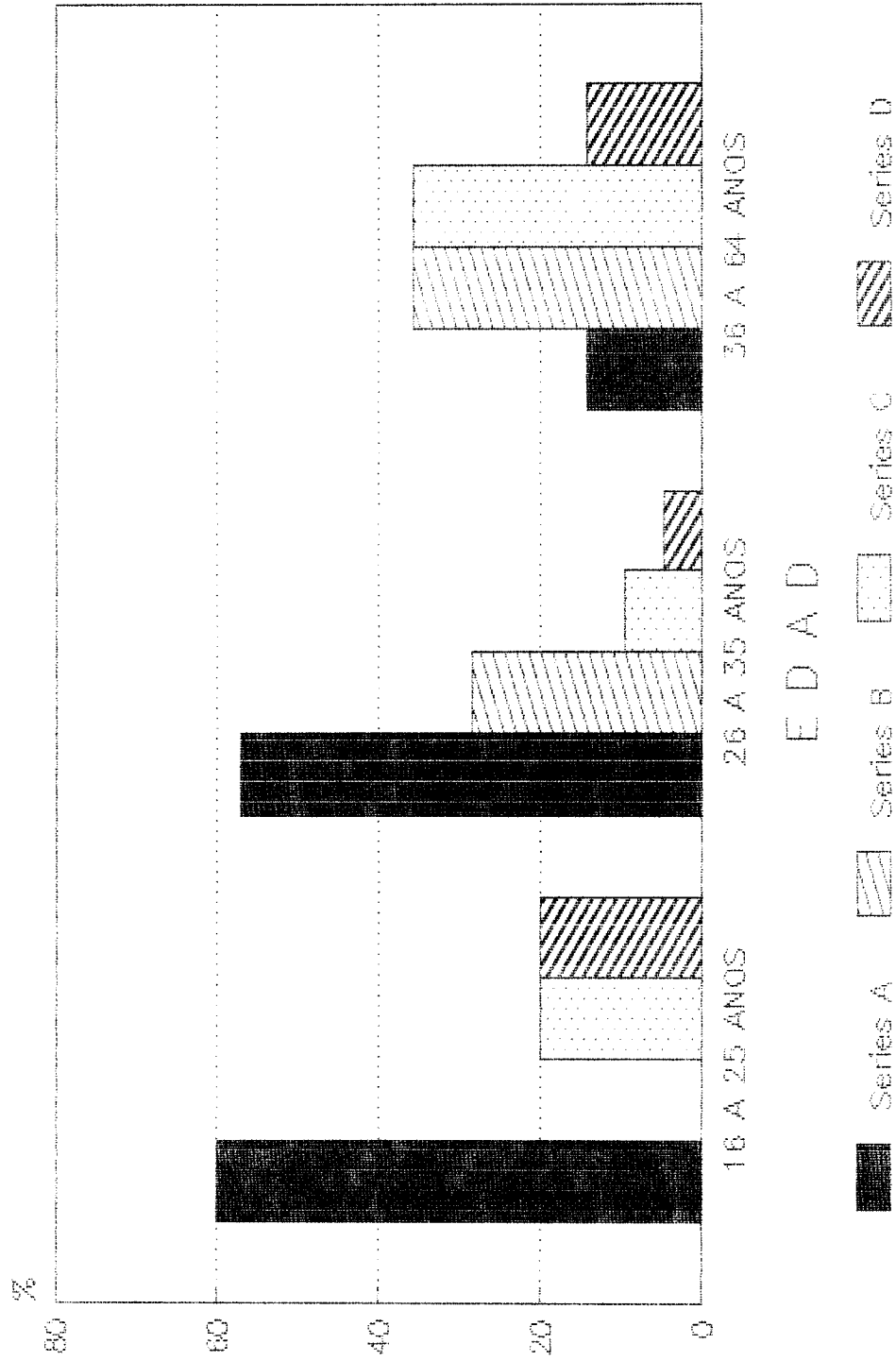
GRAFICA 9

PREGUNTA 6



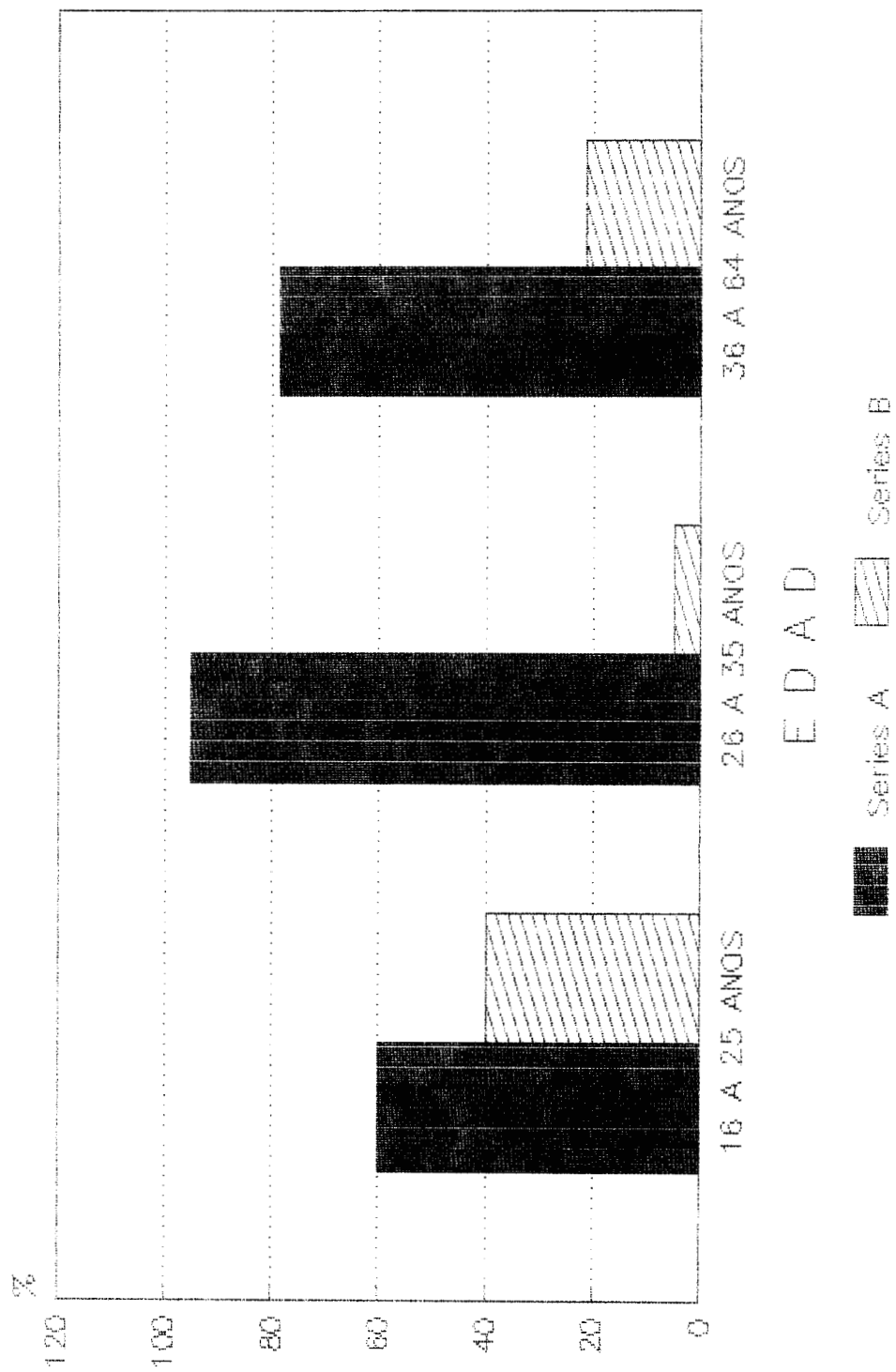
GRAFICA 10

PREGUNTA 7



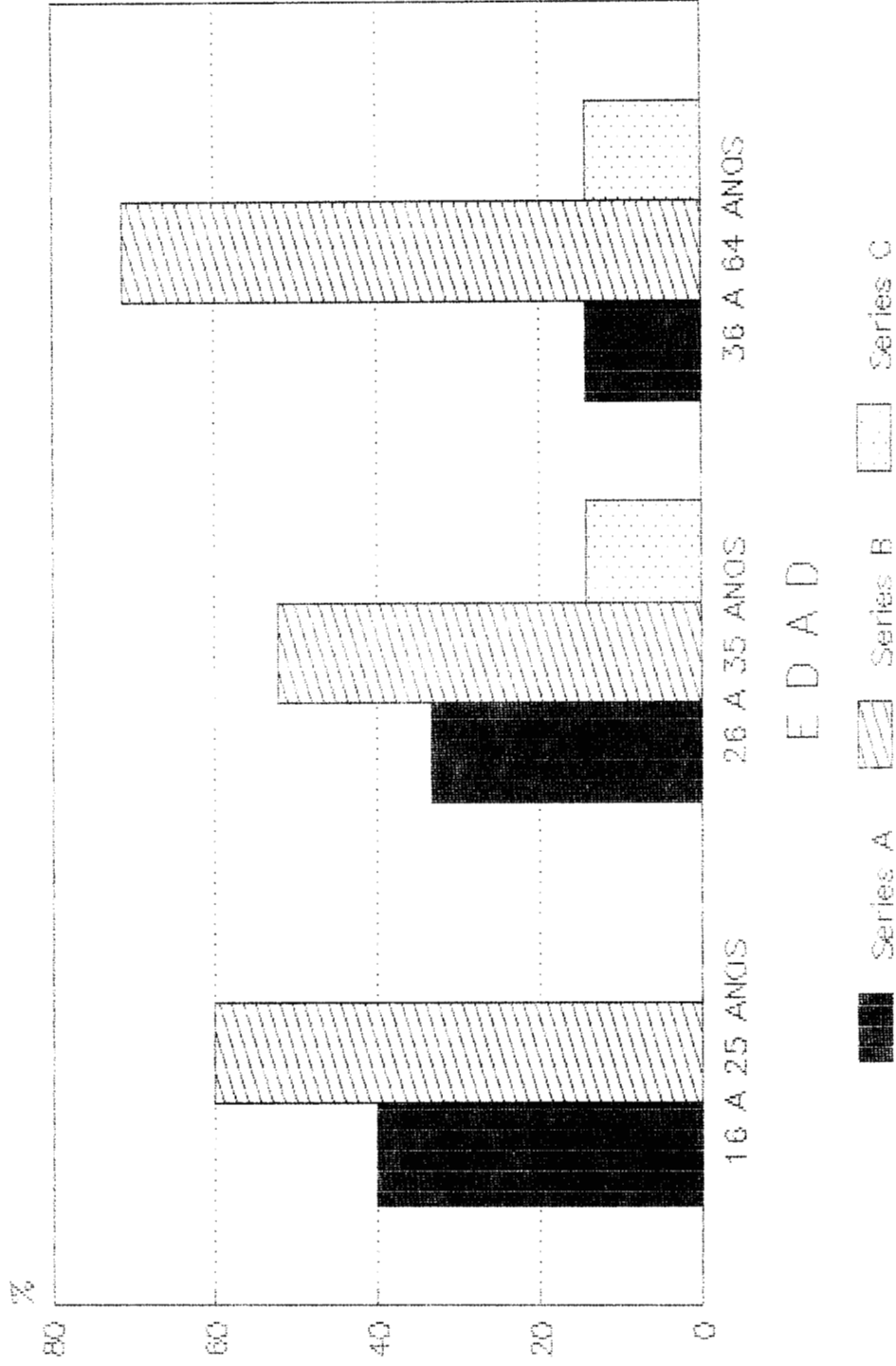
GRAFICA 11

PREGUNTA 9



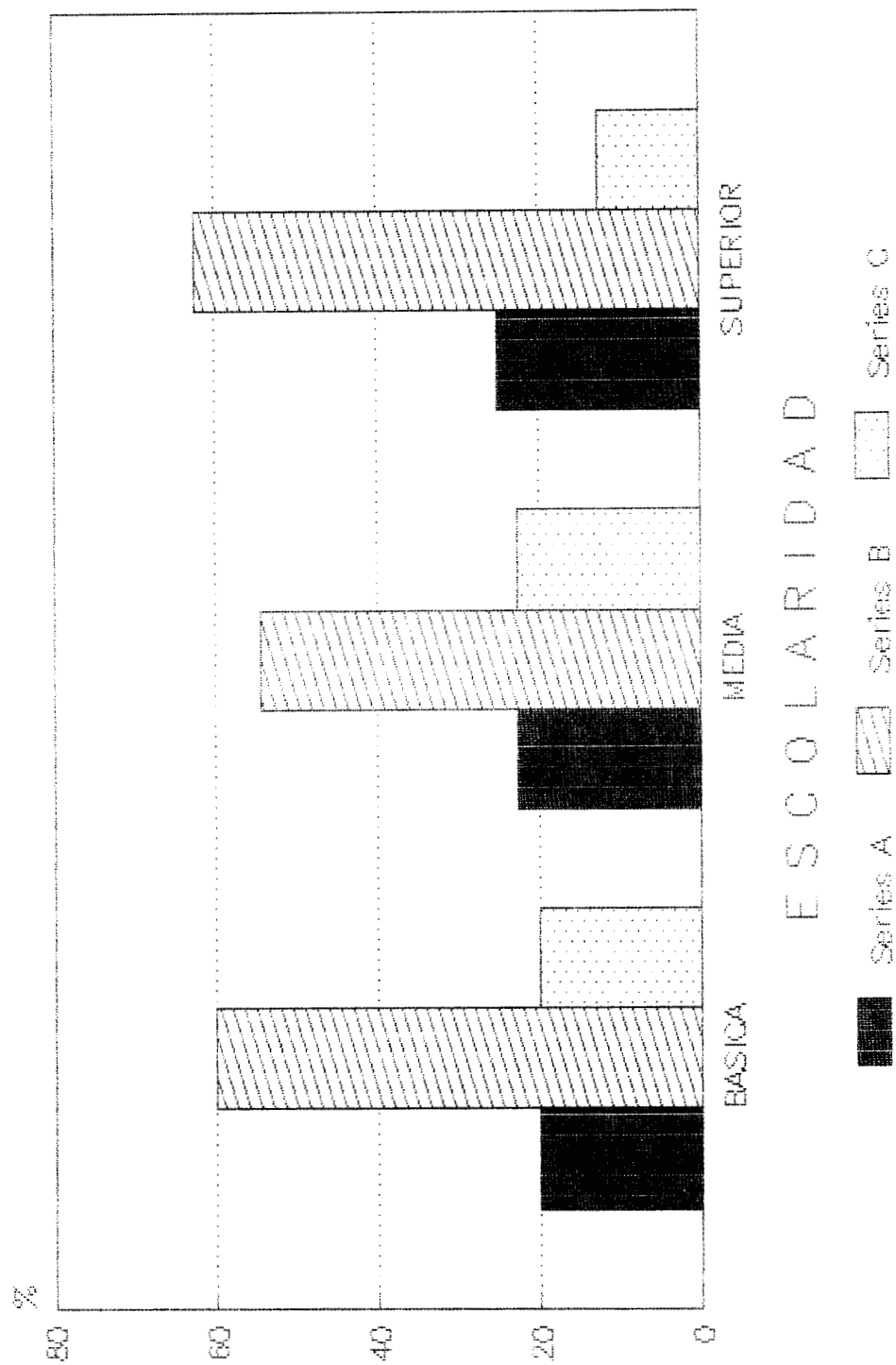
GRAFICA 12

PREGUNTA 14



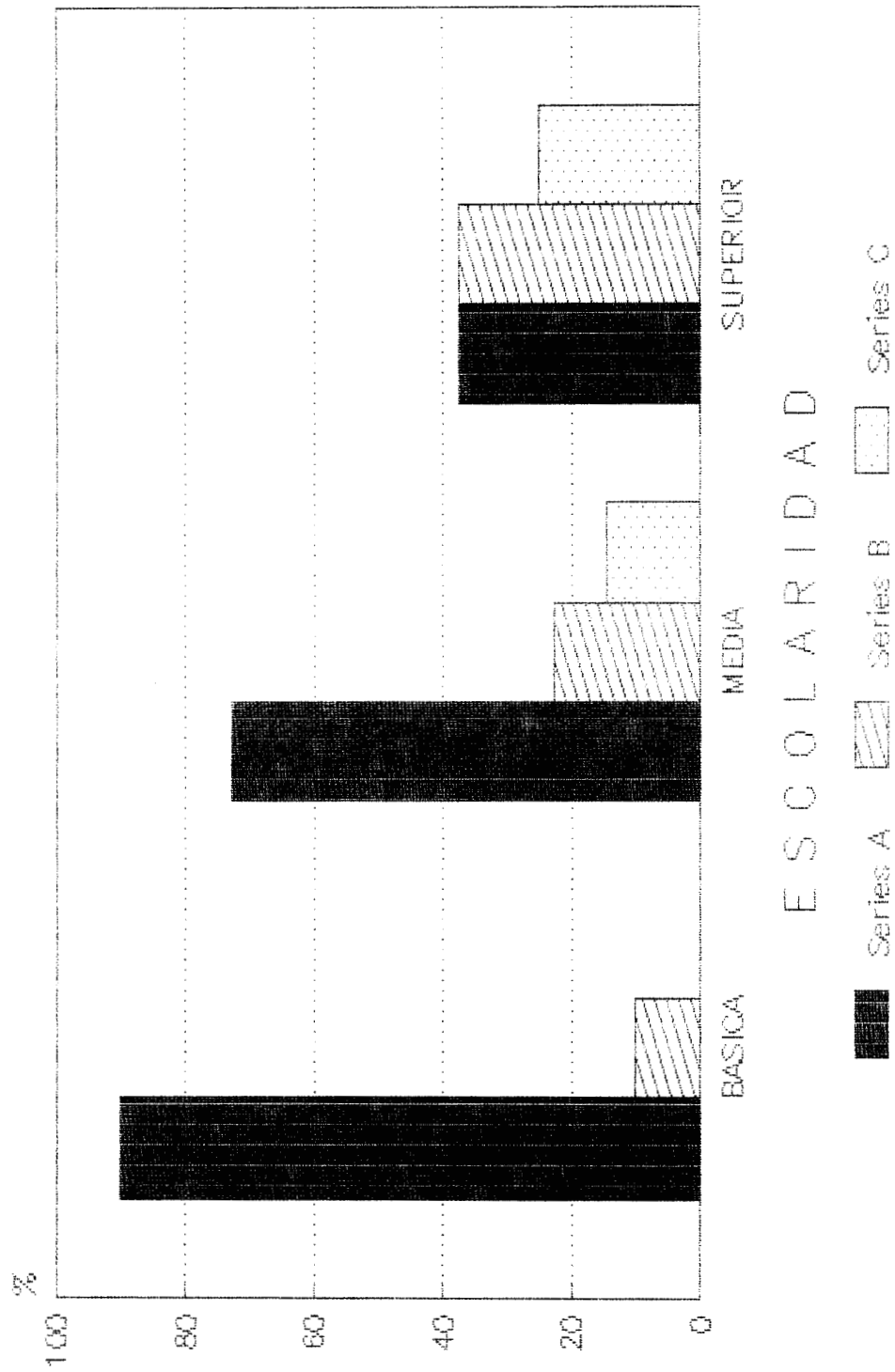
GRAFICA 13

PREGUNTA 1



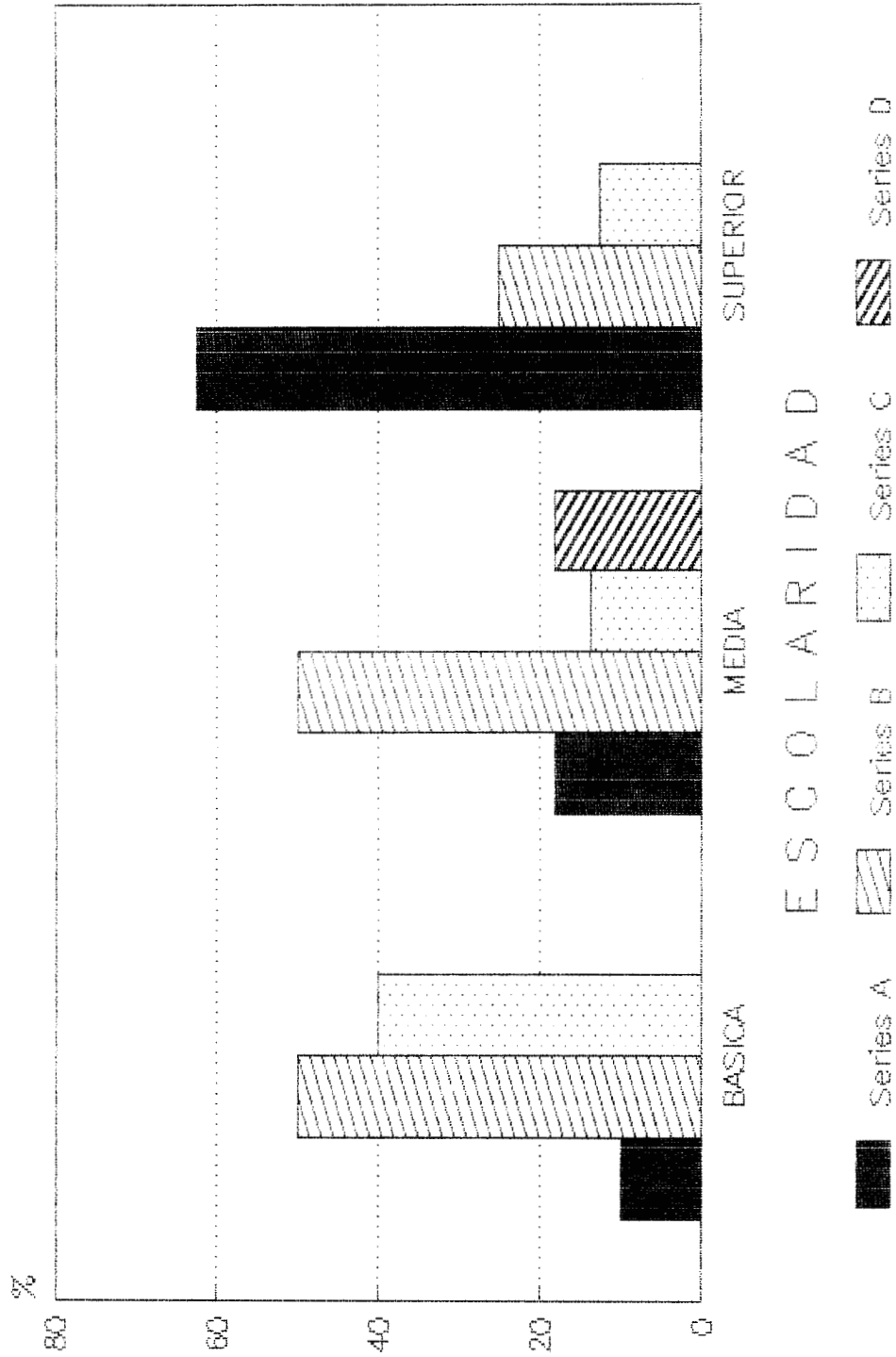
GRAFICA 14

PREGUNTA 4



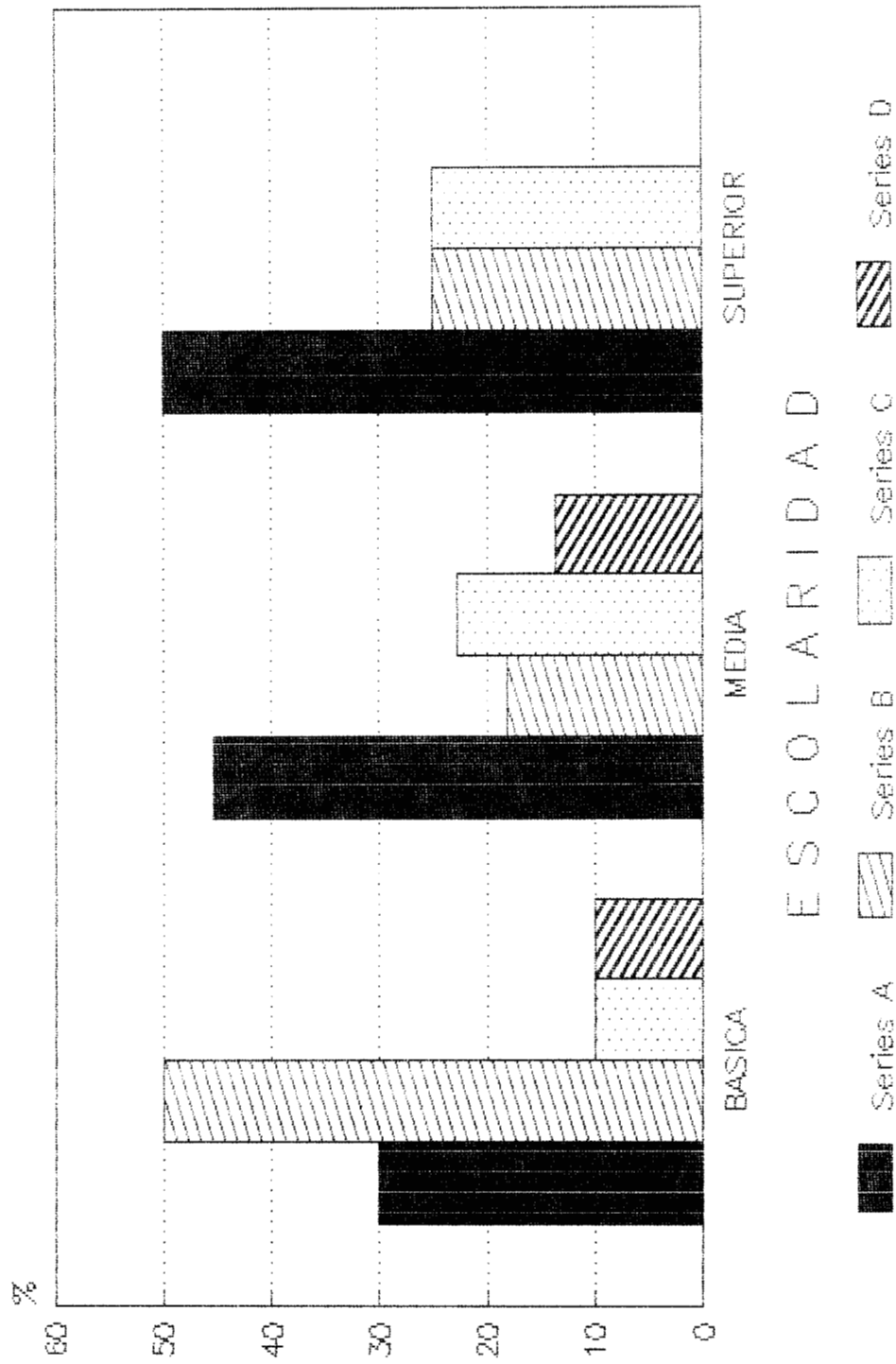
GRAFICA 15

PREGUNTA 6



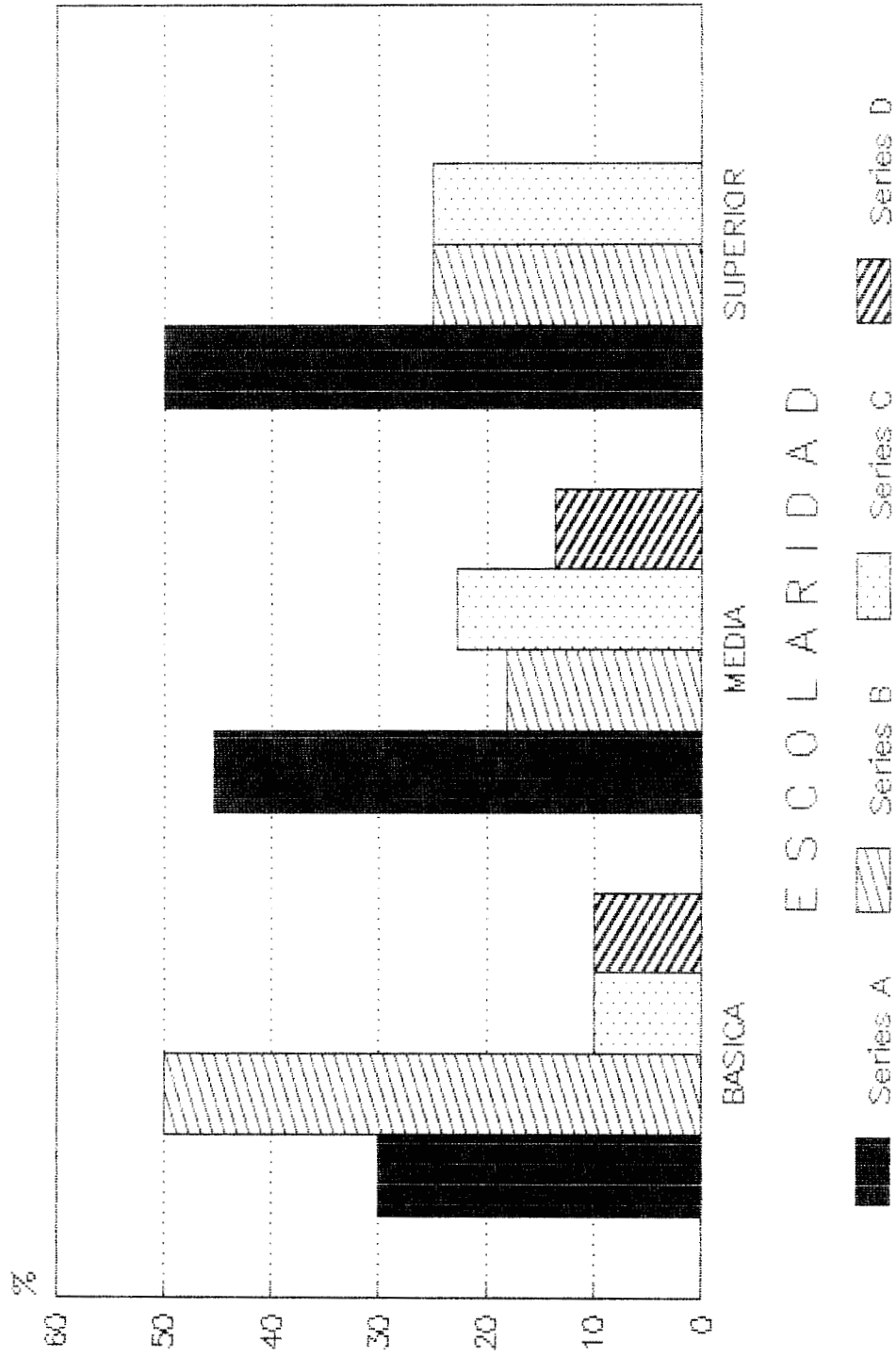
GRAFICA 16

PREGUNTA 7



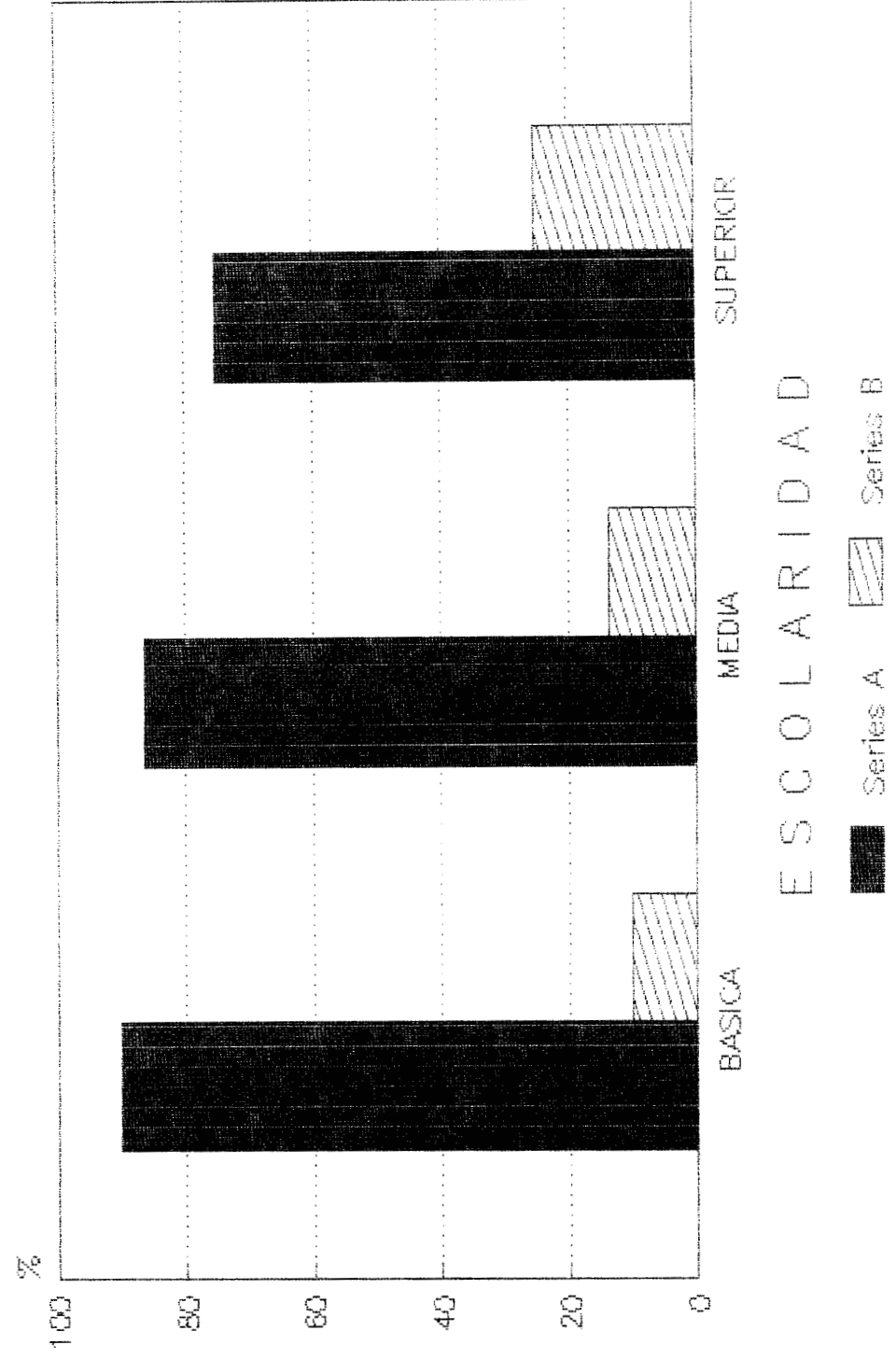
GRAFICA 16

PREGUNTA 7



GRAFICA 17

PREGUNTA 9



GRAFICA 18

PREGUNTA 14

