



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA  
SOCIAL

IDENTIDADES URBANAS

SIGNIFICACION Y USO DE ESPACIOS

PUBLICOS URBANOS

PLAZA HIDALGO Y JARDIN CENTENARIO  
COYOACAN

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

PSICOLOGIA SOCIAL

PRESENTA: HERRERA SANCHEZ JOSE ADRIAN

ASESOR: MIGUEL A. AGUILAR DIAZ

LECTORES:

CESAR CISNEROS PUEBLA

ALFREDO NATERAS

MEXICO 1995

## I N D I C E

I N T R O D U C C I O N . . . . . 1

### C A P I T U L O I

#### C O M U N I C A C I O N Y S I G N I F I C A D O

1.1 COMUNICACION SOCIAL.....	4
1.2 COMPETENCIA COMUNICATIVA.....	6
1.3 COMPONENTES DE LA COMUNICACION.....	10
1.3.1 <i>El problema de la codificación y de la intencionalidad de la comunicación.</i> .....	12
1.3.2 <i>El proceso de descodificación.</i> .....	17
1.3.3 <i>El canal y los contextos.</i> .....	20
1.4 EL PROBLEMA DE LAS "FUNCIONES".....	24
1.5 SIMBOLOGIA URBANA.....	33

### C A P I T U L O I I

#### E S P A C I O S P U B L I C O S

2.1 VAMOS A LA CALLE.....	36
2.2 EL ESPACIO PUBLICO Y LA PERSPECTIVA DE HENRI LEFEBVRE.....	38
2.3 EL ESPACIO PUBLICO Y LA PERSPECTIVA DE MANUEL CASTELLS....	43
2.4 EL ESPACIO PUBLICO Y NUESTROS DIAS.....	46

### C A P I T U L O I I I

#### I D E N T I D A D U R B A N A

3.1 CONSTRUCCION DE IDENTIDADES.....	48
3.2 IDENTIDAD SOCIAL URBANA.....	51

### C A P I T U L O I V

#### H E T E R O G E N E I D A D Y C O N S U M O C U L T U R A L

4.1 HETEROGENEIDAD Y CONSUMO CULTURAL.....	55
--------------------------------------------	----

CAPITULO V  
PUBLICO Y PRIVADO

5.1 BREVE SEMBLANZA DE LO "PUBLICO Y LO PRIVADO"..... 63  
5.1.1 *Lo Público, lo Privado; las Plazas*  
*Públicas y la Calle*..... 70

CAPITULO VI  
METODOLOGIA

6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 71  
6.2 OBJETIVOS..... 72  
6.3 JUSTIFICACION..... 73  
6.4 PROCEDIMIENTO METODOLOGICO..... 74

CAPITULO VII  
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

1. *Caracterización del espacio público por*  
*lós informantes, su experiencia y frecuencia de uso*..... 79  
2. *Evaluación y caracterización de la Plaza*..... 81  
3. *Evaluación y caracterización sobre los usos y usuarios*..... 86  
4. *Transformación y seguridad urbana*..... 89

C O N C L U S I O N..... 91

B I B L I O G R A F I A..... 97

A N E X O S

ENTREVISTA-ENCUESTA. ANEXO A..... 103  
GRAFICOS. ANEXO B..... 104  
CROQUIS. ANEXO C..... 118  
FOTOGRAFIAS. ANEXO D..... 120  
DIRECTORIO CULTURAL. ANEXO E..... 132

## INTRODUCCION

El propósito de la presente investigación es delinearla en el terreno de la comunicación intersubjetiva, en un esfuerzo por dar unidad a un sector de estudios que se han desarrollado particularmente en las últimas décadas.

Con el fin de alcanzar los objetivos, propuestos más adelante, se ha adoptado un punto de vista particular, el de la Psicología Social, donde se ofrece una visión sobre ¿ Cuáles son los significados que los usuarios asignan a la plaza Hidalgo y Centenario ?; donde se realiza el análisis particular de la caracterización del espacio público como su evaluación, así también de su uso y usuarios, de su transformación y seguridad urbana.

Se han analizado las características del fenómeno de la comunicación en su complejidad partiendo de la consideración de que, para captar la riqueza de los procesos de comunicación, es preciso indagar sus elementos constitutivos y las funciones que derivan de ella. Una vez distinguidos los factores componentes del acto de la comunicación; considerada como unidad mínima de análisis, la atención se concentra inicialmente en el estudio de las relaciones existentes entre los sujetos enfrentando problemas más amplios como los referentes a procesos de codificación, descodificación, los canales y el contexto urbano donde ocurren los intercambios de comunicación; reconociendo los estudios de simbología urbana dando cuenta a la existencia de la producción de los hechos, por razones culturales o por memoria colectiva.

Al hablar de la sociología urbana equivale a dirigirnos a formas de conducta social, vinculadas en mayor medida a la ciudad. No necesariamente con su naturaleza espacial, sino como una especialización de los procesos sociales mediados por lo urbano (heterogeneidad e identidad urbana) que redundan en actitudes, valores e instituciones por las cuales se expresa, no la modernidad o la sociedad post-capitalista en general, sino una manera particular, los espacios públicos.

En lo que concierne a la Escuela Francesa de Sociología Urbana, así como de los autores seleccionados, se han reconocido las principales aportaciones de los trabajos efectuados por H. Lefebvre y M. Castells, quienes han hecho surgir una reflexión sociológica sobre la ciudad, en línea de pensamiento de corte marxista, quienes realizaron una de las rupturas más significativas en el pensamiento urbanístico al replantear muchos de los enunciados y propuestas analíticas referentes a la ciudad y a los llamados fenómenos urbanos.

Para la breve reseña de lo "público y lo privado" se ha considerado su evolución histórica, así como de sus diversas transformaciones que viene adquiriendo, donde para presentarlo se ha tomado en cuenta a uno de sus principales exponentes, R. Sennett, considerando importante retomarlo ya que como él ha manifestado que se muestran ante nosotros apariencias visuales y verbales en público; donde las diferencias producidas entre lo público y lo privado podrían ser el producto de las ambigüedades de esa distinción que pueden aparecer en un movimiento político o en teorías contemporáneas del hombre como actor y de la relación de éste con el espacio público.

Indagar el significado y uso que los usuarios asignan a la plaza Hidalgo y Centenario requirió de estrategias para acceder a nuestros objetivos por medio de la guía de entrevista-encuesta, así como la construcción de croquis para marcar los recorridos o desplazamientos que tejen los sujetos. Un acercamiento de este tipo me ha permitido el análisis particularizado de las diferentes estrategias que ponen en juego los distintos usuarios, teniendo en consideración los relatos de los informantes para proponer algunas hipótesis globales sobre los espacios públicos.

Al final el lector podrá encontrar algunos de los antecedentes históricos de la delegación Coyoacán, considerando su geografía física y un pequeño directorio cultural para poder dar cuenta del contexto urbano en el que se ha llevado a cabo la investigación; así como también algunos de los resultados de la tabla de frecuencias, que para una mejor lectura se han convertido en una serie de gráficos; como de croquis y fotografías colocados con el ánimo de hacer evidente la construcción de una imagen urbana como resultado de algunos puntos de vista de ciudadanos como usted o como yo.

# CAPITULO I

# CAPITULO I COMUNICACION Y SIGNIFICADO

## 1.1 COMUNICACION SOCIAL

El análisis de los componentes de la comunicación es, sin duda, preliminar a cualquier discurso al respecto y una vez que haya dejado claro que el lenguaje es sólo uno de los sistemas de comunicación de que dispone el hombre, aunque sea el más conocido y estudiado, nos permite preguntar ¿ cómo actúan los diversos sistemas de comunicación ? ¿ qué funciones desarrolla y significados transmiten ? . El interés en este caso se enfoca a analizar no ya "qué es" la comunicación y cuál es su estructura, sino " ¿ para qué sirve ? ", ¿ cómo se emplean en la realidad social los diversos sistemas ?, ¿ cómo interactúan en la codificación y descodificación de los mensajes ? . El análisis de las funciones nos permite, por lo tanto, concentrarnos en el dinamismo del proceso de la comunicación.

Con el fin de alcanzar la meta indicada, se ha adoptado un punto de vista particular; el de la Psicología Social: disciplina relativamente joven que se dedica a

la comprensión del comportamiento y de las experiencias sociales, atendiendo a la interacción entre las personas a estas situaciones privilegiadas en en las que centran su propio interes situaciones en las que el comportamiento de la comunicación reviste un papel sin duda central ( Ricci y Zani, 1980: 13 )

En el presente capítulo se ha intentado analizar las características del fenómeno de la comunicación en toda su complejidad, partiendo de la consideración de que, para captar toda la riqueza de los procesos al cual nos referimos, es preciso indagar sus elementos constitutivos y las funciones que derivan de ella.

Una vez distinguidos los factores componentes del acto de la comunicación, se ha considerado como unidad mínima de análisis el estudio de las relaciones existentes entre los sujetos, enfrentando problemas más amplios como los referentes al proceso de codificación (problema de la intencionalidad), de la descodificación (problema de las inferencias), los canales (problema de la incoherencia entre los diversos canales) y los contextos donde ocurren los intercambios de la comunicación.

Así también, se analiza ¿cómo se utilizan los diversos sistemas de comunicación?, ¿cómo interactúan en la codificación y descodificación de mensajes? y en qué funciones específicas se usan.

## 1.2 COMPETENCIA COMUNICATIVA.

El análisis de los modos en extremo complejos con que los seres humanos se comunican a nivel verbal y no verbal requiere, antes que nada, adentrarse en el mecanismo de la comunicación con el fin de indagar la estructura de la interacción humana en sus elementos constitutivos, y luego aproximarse al problema del funcionamiento de la comunicación para poner en relieve los aspectos dinámicos de su proceso.

Punto de partida necesario para este tipo de análisis es la noción de *competencia comunicativa*, entendida como:

el conjunto de precondiciones, conocimiento y reglas que hacen posible y actuable para todo individuo el significar y comunicar ( Zuanelli, 1981: 38 )

A los sociolingüistas se debe principalmente esta noción, ellos han sido quienes han subrayado el hecho de que un individuo es miembro de una comunidad lingüística y social por cuanto que posee la *competencia comunicativa*. a saber, la capacidad de emitir y captar mensajes que lo colocan en trato comunicativo con otros interlocutores. Esa capacidad comprende no sólo la habilidad lingüística y gramatical (de producir e interpretar frases bien formadas), sino también una serie de habilidades extralingüísticas correlativas que son sociales (en el sentido de saber adecuar el mensaje a la situación específica o semióticas (que significa saber utilizar otros códigos, además del lingüístico como por ejemplo, las expresiones faciales, el movimiento del rostro, las manos, etcétera).

Es por lo mismo en extremo importante para un análisis de la comunicación, describir la *competencia comunicativa*. significando hacer frente a algunos problemas:

- a) Formular una determinada teoría de la ejecución, en el sentido de considerar la acción lingüística como momento y hecho global en interacción con un contexto determinado.
- b) Considerar como importantes y no marginales ni accidentales otros significados, además del referencial y cognoscitivo del mensaje existente, en efecto, también significados sociales, estilísticos, emotivos (estados de ánimo), vinculados de un modo u otro con la intención comunicativa del hablante.
- c) Analizar para que sirven los mensajes lingüísticos y no lingüísticos, cuáles son las funciones de comunicación, problema éste que tiene larga tradición en la literatura pero que, sin embargo, dista de habersele encontrado respuesta unívoca.

Estos conocimientos que según el enfoque etnometodológico de Cicourel (1968), se pueden definir como reglas de interpretación y procedimientos interpretativos que pueden ser de diverso tipo. Kjoselsh (1972) distingue cuatro:

- i) *Background knowledge*; es decir, el conocimiento que todo mundo posee, sea en cuanto auténticos universales de conversación, válidos siempre por donde quiera, precondiciones de la comunicación que tiene la función de permitir un desenvolvimiento ordenado y racional de la conversación.
- ii) *Foreground knowledge*; es el conocimiento de esas reglas de la comunicación que vienen al caso en determinada situación.
- iii) *Trascedent grounds*; son aquellos conocimientos que los participantes en la conversación consideran "potencialmente" relevantes en un momento concreto de la interacción.
- iiii) *Emergent grounds*; son los conocimientos "específicamente" necesarios en determinado momento del intercambio comunicativo.

Otro tipo de conocimiento además de los indicados por Kjoselsh, necesario para el desenvolvimiento apropiado, auténtico y *ad hoc* de la conversación y que forma parte de nuestro sistema de referencias, es el conocimiento "socio-situacional" (Orletti, 1973), es decir,

una especie de cultura de la situación constituida por una serie de supuestos referentes a los elementos que forman parte del contexto inmediato, o sea, los interlocutores, el auditorio, el lugar físico donde se desarrolla la comunicación, los objetos ahí presentes y el momento en que la conversación sucede.

No obstante que se han dado indudables pasos adelante en la formalización del conocimiento, aún no se ha llegado a construir una teoría de la competencia comunicativa, quizá porque se llegaría a una complicada "gramática" donde se debería tomar en cuenta una notable serie de factores; según Berruto (1974) son los siguientes:

- a) *Competencia lingüística*; es la capacidad de producir e interpretar signos verbales, puede descomponerse en competencia fonológica (capacidad de producir y reconocer los sonidos), sintáctica (capacidad a formar frases), semántica (capacidad de emitir y reconocer significados), textual (capacidad de unir e integrar las frases del contexto lingüístico).
- b) *Competencia paralingüística*; es la capacidad de modular algunas características del significante, como énfasis, cadencia de la pronunciación, además de intercalar risas, exclamaciones, etcétera.
- c) *Competencia kinésica*; es decir, la capacidad de realizar la comunicación mediante ademanes y gestos.
- d) *Competencia proxémica*; capacidad de variar las actitudes especiales y distancias interpersonales del acto de la comunicación.
- e) *Competencia ejecutiva*; o capacidad de acción social, de utilizar el acto lingüístico para realizar en concreto la intención comunicativa.
- f) *Competencia pragmática*; es la capacidad de usar los signos lingüísticos y no lingüísticos de manera adecuada a la situación y a las propias intenciones.

g) *Competencia sociocultural*; es decir, capacidad de reconocer las situaciones sociales y las relaciones según los papeles desempeñados, junto con la capacidad de concebir significados.

Según Fraser (1978), un primer paso a la revelación y la comprensión de los procesos de comunicación consiste en utilizar una interacción comunicativa basándose en los sistemas de comunicación de que se compone. El autor distingue cuatro: *el sistema verbal*, de *entonación* (uso del énfasis recalcado, inflexiones de la voz: no son las palabras en sí las que dicen si determinada frase es enunciativa o interrogativa, sino las diferencias en el acento y las modalidades en la entonación), *paralingüístico* (que comprende fenómenos como rezongos, bostezos, susurros, risas, accesos de tos, etcétera, además del ritmo y la velocidad de la elocución, pausas y titubeos), y *kinésico* (ademanos y gestos).

Estos elementos según Fraser, se encuentran en continua evolución y se pueden describir como "aspectos dinámicos" de la interacción, en contraposición a un trasfondo de la conversación, que Argyle y Kendon (1967) han definido como aspectos más estables, como por ejemplo, la proximidad, la distancia entre dos personas que se puede interpretar como un índice de la relación existente entre los interlocutores.

### 3 COMPONENTES DEL ACTO DE LA COMUNICACION.

El acto de la comunicación es la unidad más pequeña susceptible de formar parte de un intercambio comunicativo y que una persona puede emitir con una precisa intención. Puede estar constituido también por la producción de una sola palabra, de un gesto, aunque más a menudo suele ir acompañado de una combinación de elementos verbales y no verbales; puede representar una pregunta, afirmación, amenaza, promesa, etcétera.

Searle (1965), en su obra fundamental sobre el concepto de "acto lingüístico" subraya que para clasificar cualquier signo o fenómeno, en la categoría de comunicación, es necesario tomar en cuenta su producción como actos del habla.

Para nuestros fines basta una versión elaborada del modelo de Tatiana Slama-Cazacu (1973), según el cual para tener un acto de comunicación son esenciales al menos seis factores: el *emisor*, es decir, quien produce el mensaje; un *código*, sistema de referencia con base en el cual produce el mensaje; el *mensaje*, información transmitida y producida según las reglas del código; el *contexto*, donde el mensaje se inserta y al que se refiere un *canal*, es decir, un medio físico ambiental que hace posible la transmisión del mensaje; un *receptor*, quien recibe e interpreta el mensaje.

Según esta primera aproximación, la comunicación es el proceso que consiste en transmitir y hacer circular información, o sea, un conjunto de datos, todos o en parte desconocidos por el receptor antes del acto de la comunicación.

Hay que subrayar, además que:

a) La relación entre el emisor y el receptor es *bilateral* y reversible, en el sentido de que cada participante presenta virtualmente la posibilidad de asumir el papel del otro.

b) El mensaje se recibe como portador de un *significado*, que a su vez va ligado a un hecho de la realidad, y por lo tanto, conduce a un acto cognoscitivo o cualquier otra acción.

c) Hay *flexibilidad* en la adaptación a la situación en el acto de la comunicación, emisor y receptor se adaptan el uno al otro, así como a un contexto general para transmitir el significado (emisor) y para restablecerlo (receptor) en el transcurso de una actividad de información en extremo compleja.

d) La situación fundamental de la comunicación es el *diálogo*.

e) El esquema de la comunicación no se puede extrapolar a un ambiente particular donde tiene lugar la comunicación: lo que es el *entorno*, por lo tanto, la situación.

f) El carácter fundamental de la comunicación humana es precisamente el ser un acto guiado en sus aspectos generales por la conciencia, un acto que se caracteriza por la intencionalidad.

Este esquema sólo tiene valor como marco de referencia en el sentido de que indica diversos elementos que desde un punto de vista analítico, se han de tener presentes, pero su identificación en diversas situaciones es competencia de las diversas investigaciones.

De mayor interés para el análisis de la interacción comunicativa es, sin embargo, el estudio de las *relaciones* entre sus componentes; para ellos es preciso, frente a algunos problemas de mayor alcance relacionados con los procesos que entran en el acto de la comunicación, en particular:

I) El problema de codificación y el de la intencionalidad de la comunicación.

II) El proceso de descodificación y el problema de las inferencias.

III) El canal y el problema de la incoherencia entre los canales y su relación con el contexto.

### 1.3.1 El problema de codificación y el de la intencionalidad de la comunicación.

El momento de la emisión de un mensaje (o de información) se caracteriza por la necesidad de transformar un contenido psíquico en un hecho objetivo para transmitirlo al interlocutor.

El proceso de descodificación comprende una serie compleja de operaciones a nivel cognoscitivo, emotivo-afectivo, interpersonal. Un primer punto para tomarse en cuenta es en consideración del referente a las características del mensaje que se debe codificar. Algunos estudiosos, entre los cuales está Goffman (1959), Beavin y Jackson (1967), han subrayado el hecho de que el contenido de un mensaje se puede disociar de calidad y estilo con que dicho mensaje se expresa.

Dos son las posibilidades disponibles en la comunicación para hacer referencia a los objetos o representaciones con una imagen explicativa o darles un nombre. En el primer caso se utiliza un código *analógico*, con el que se buscan prácticamente todos los aspectos no verbales de la comunicación (posición del cuerpo, gestos, inflexiones de la voz, secuencia y ritmo de los enunciados verbales); en el segundo, se usa un código *númeroico*, que consiste en la comunicación mediante la palabra. Beavin y Jackson (1967) han puesto de relieve las características de estos modos de comunicación, afirmando que el lenguaje númeroico depende de una sintaxis lógica compleja y de extrema eficacia.

El lenguaje analógico, en cambio, tiene semántica, pero carece de sintaxis adecuada para definir de manera unívoca la naturaleza de las relaciones; el hombre debe por lo mismo combinar esos dos lenguajes en la fase de codificación (y también descodificación) debiendo *traducir* constantemente del uno al otro; operación en la que se puede incurrir en una serie de "errores" (Watzlawick y colaboradores, 1967).

Los problemas de codificación que un sujeto encuentra más a menudo pueden referirse a aspectos del contenido de una información o bien a aspectos de la relación. Por lo que se refiere al contenido, las diversas estrategias de que dispone el sujeto para codificar determinada información se basan en el conocimiento que posee a propósito del "significado". Mizzau (1974), en su análisis de las condiciones necesarias para tener una comunicación no egocéntrica, ha puesto de relieve con mucha precisión las operaciones de orden cognoscitivo y emotivo que entran en la actividad. Antes que nada se trata de la conciencia de la pluralidad de significados que subyacen a la unicidad de signos; pluralidad ligada a los diversos contextos y a los distintos interlocutores.

Es importante darse cuenta de que existe una variabilidad subjetiva en el significado que se adjudica a los términos; una especie de fluctuación que rodea y hace posible atribuir interpretaciones diversas a una misma palabra o frase.

La capacidad que se requiere en estas operaciones cognoscitivas (conciencia de la fluctuación de significado y la diversidad de esquemas de referencia) comporta la capacidad de llevar a cabo una acción de reflexión sobre los signos (palabras o imágenes) que se empleen.

Para efectuar una comunicación "para el otro" es preciso utilizar el lenguaje que él pueda comprender, apartando su punto de vista, o sea, "poniéndose en sus zapatos". Es el concepto de asunción del rol, formulado por G. H. Mead (1934) y considerado por él como condición fundamental para que pueda haber comunicación. Mizzau (1974) distingue tres aspectos en la capacidad general de la asunción del rol:

- a) Capacidad de comprender que existe una perspectiva del otro distinta de la propia.

b) Capacidad de tener presente la perspectiva ajena durante la interacción comunicativa.

c) Capacidad de discernir los atributos del rol, es decir, las características específicas del otro en particular.

Elemento fundamental para que la comunicación sea eficaz, es entonces la retroalimentación, es decir, el control por parte del emisor, de la salida del mensaje mismo y la comprensión de como los demás descodifican el mensaje.

Los aspectos de orden cognoscitivo que entran en la codificación van conexos con aspectos de orden emotivo

la flexibilidad cognoscitiva esta estrechamente vinculada con la ambivalencia emotiva, entendiendo con esto una disponibilidad afectiva que puede abarcar en igual medida el ser propio y el otro (Mizzau, 1974:76)

El proceso de codificación como se ha dicho abarca también el otro aspecto del mensaje, además del contenido, es decir, la "cualidad" del mensaje, el estilo del comportamiento comunicativo, la presentación de uno mismo que se ofrece en todo intercambio, pero es necesario precisar que este carácter de la intencionalidad de la comunicación constituye un gran problema teórico y todavía es hoy objeto de discusión entre los investigadores que han expresado posiciones contrapuestas. Watzlawick y otros autores (1967) definen explícitamente como "comunicación cualquier comportamiento que tiene lugar en presencia de otra persona".

Decididamente contrario a esta postura es Fraser (1978), según el cual no todo cuanto una persona lleva a cabo se puede considerar como comunicación. Es preciso distinguir netamente entre comportamiento, que en ciertas situaciones puede fungir de señal para quien observa y ser interpretado como tal (como ciertos elementos idiosincráticos de estilo personal, por ejemplo los aspectos estables de la calidad de la voz; y la comunicación, que comporta un sistema de señales socialmente compartidas o códigos que presuponen una acción intencional de codificación y descodificación.

Von Cranach (1973) clasificó el comportamiento humano según ciertas categorías, reservando el término comunicativo a ese comportamiento vinculado con el intercambio de informaciones que implica el uso de un código. Definió como interactivo el comportamiento concretamente perceptible de todo participante en la interacción y como informativo ese comportamiento que constituye una información *per se*, sin que sea un signo que remita a ninguna otra cosa.

Análoga distinción es la propuesta hecha por Ekman y Friesen (1969), que aplican de manera específica al comportamiento verbal. Por estos aspectos, en realidad, es por lo que emerge con mayor evidencia, según ambos autores, el comportamiento no verbal que puede ser *informativo, comunicativo e interactivo*.

El *comportamiento no verbal informativo* comprende esos gestos que poseen un significado compartido que provocan interpretaciones semejantes entre sí en algunas clases de observadores.

El *comportamiento no verbal comunicativo* comprende esos gestos a través de los cuales el emisor pretende, consciente y claramente, transmitir una señal precisa al receptor.

El *comportamiento no verbal interactivo* comprende los gestos que la persona ejecuta en una interacción y que llevan el propósito de *modificar e influir* en el comportamiento interactivo de las demás personas.

Posición intermedia la que adopta Parisi (1974), el cual distingue en la clase de interacciones entre organismos dos tipos de interacción, que llama dos medios de comunicación: el primero, basado en el concepto de objetivo, definido en términos evolucionistas, está constituido por la emisión de señales que han resultado adaptadas en el plano de la selección natural. El segundo modo de comunicar se basa en el concepto de objetivo, definido como esa actividad mental que llamamos "tener intención". En este caso el

propósito como intención se atribuye a la mente del organismo que comunica y que a la vez reproduce una señal que le permita al oyente reconstruir en su propia mente la misma intención del hablante.

Según esta perspectiva, el concepto de comunicación esta estrechamente correlacionado con el de objetivo, en la doble acepción de objetivo evolucionista e intencional; los modos de comunicación no son dicotómicos, aunque se pueda pensar racionalmente que el primero predomina en los animales y el segundo en el hombre.

Por lo demás, el concepto de "intencionalidad" tiene como característica fundamental que distingue la comunicación de un flujo simple de informaciones y que el emisor tiene la intención de dar a conocer algo a determinado receptor (Blakar, 1980).

Vale la pena mencionar el papel que desempeña la intencionalidad en la comunicación. Según la autora Alwood (1980), tres son los tipos fundamentales de intencionalidad relacionados con la comunicación:

a) Comprende las intenciones referentes al contenido de la comunicación; la dimensión expresiva, evocativa, y por último, la obligación.

b) Esta segunda es la que tiene que ver con lo que la autora Alwood llama "status comunicativo", con lo que se refiere a dos fenómenos: la consciencia o conocimiento de que existe comunicación y la relevancia de la información que se trata de transmitir.

c) El tercer tipo de intencionalidad se define instrumental y se refiere a la conexión entre varios tipos de contenido y de status comunicativo con el comportamiento manifiesto.

No todos los estudiosos están de acuerdo en considerar la intencionalidad como elemento discriminante en sentido absoluto entre lo que es comunicativo y lo que no lo es, en donde tienden a tomar varias situaciones de interacción que pueden comprobarse concretamente y los diversos elementos del problema; por ejemplo, el emisor puede sí tener la intención de comunicar, pero puede también ser consciente de que está usando, además del código lingüístico, una serie de elementos gestuales, mímicos y relativos a las posturas.

El problema de la relación entre comunicación y comportamiento no verbal asume particular relieve cuando se consideran los aspectos no lingüísticos de elocución.

Ekman y Friesen (1969) opinan que se puede hablar de comportamiento comunicativo siempre que un comportamiento no verbal exista un consenso, un acuerdo, sobre la interpretación que den los diversos observadores, sin que ello implique necesariamente que la persona que ha realizado ese determinado comportamiento no verbal tenga intención de comunicar.

### 1.3.2 El proceso de descodificación.

El segundo momento del acto comunicativo está constituido por la recepción *descodificación* del mensaje transmitido: se trata de un proceso dinámico y complejo que comporta una actividad consciente, atención y esfuerzo para recaudar todos los datos necesarios para la comprensión de lo expresado.

La recepción, según esto, implica una continua creación consciente en la intención de recrear, en torno a un núcleo, el significado buscado por el emisor.

Descodificar, por lo tanto, significa conferir un sentido a los informes de la experiencia, operar el reconocimiento de un comportamiento ajeno, pero no siempre el significado perceptivo es el mismo que el semiótico por cuanto que existe diferencia

entre el significado que el destinatario pone en los datos de la experiencia, sin que estos estén destinados por sí a comunicar, y el significado que el destinatario encuentra en los datos de la experiencia que se le presenta como formas que pretenden una significación (Eco y Volli, 1970:112).

Además, la descodificación conforma siempre un proceso de selección, organización e interpretación de las señales proporcionadas. Dicho proceso ocurre en gran parte de una manera inmediata y fuera de la consciencia del receptor e incluyen en dicho proceso una serie de factores entre los cuales están:

- a) *La sensibilidad física:* hay un límite que ésta impone a la recepción de señales; además puede haber variaciones.
- b) *La atención selectiva:* no todas las señales que se presentan físicamente en determinada situación reciben el mismo grado de atención (Dittman, 1972).
- c) *La categorización:* lo que vemos y escuchamos es probablemente resultado de dos procesos, el primero se llama *preatención*, y en él se registran todas las señales procedentes a los órganos de los sentidos, sin que por ello se identifiquen como eventos dotados de significado.

Las señales en las que se concentra la atención, son sometidos luego a un segundo proceso que Neiser (1966) llamó de *síntesis*, es decir, las señales se estructuran en percepciones significativas, vinculadas a los esquemas de que se dispone (por "esquema" se entiende el conjunto de conceptos, ideas o asociaciones que existen en la memoria y derivan de experiencias anteriores).

Teniendo atención cómo la categorización es influenciada por ciertos elementos en particular, se ha visto que el modo como una persona descodifica está determinada por el contexto, las expectativas, actitudes y su personalidad.

Se han llevado a cabo múltiples investigaciones acerca de la actividad perceptiva y cognoscitiva del sujeto, sobre todo a propósito de los modos como es posible interpretar el comportamiento no verbal de otra persona, Argyle (1972) toma cuatro en consideración:

a) Interpretación en términos de status y personalidad; los sujetos interactuantes buscan catalogarse recíprocamente según categorías que consideran importantes como sexo, edad, raza, etcétera.

b) Interpretación en términos de estado emotivo; se pueden concluir informaciones sobre la situación emotiva de los demás mediante la expresión del rostro, el tono de la voz o la postura del cuerpo.

c) Interpretación en términos de actividad interpersonal; por elementos no verbales se puede inferir actitudes de hostilidad o amistad, simpatía o antipatía, etcétera.

d) Interpretación de la dinámica de una interacción en curso; los interlocutores, durante la comunicación requieren informaciones acerca de las relaciones de los demás.

### 1.3.2 El canal y los contextos.

Cabe considerar el concepto de canal ya que es muy frecuente cuando se trata de comunicación, su definición, a pesar de ello, es al mismo tiempo poco frecuente e imprecisa. Podría definirse el canal como ese medio físico, ambiental que hace posible la transmisión de una información o de un mensaje; una interpretación restringida de esta definición, respecto de la comunicación verbal nos llevaría a considerar el aire como canal de transmisión de la señal sonora desde el emisor hasta el destinatario (Fraser, 1978)

Resta recordar que el término de canal (vocal-auditivo) se usa en ciertos casos para definir el aparato sensorial a través del cual el receptor o destinatario recoge las informaciones emitidas por medio de la voz humana, pero los mensajes transmitidos por medio de la voz pueden ser codificados de manera distinta a una modalidad de codificación implicando las palabras; otra, las señales no verbales, como suspiros, gritos, risas y gemidos.

La diferencia en el proceso de codificación consiste esencialmente en el hecho de que los mensajes no verbales se basan en un código *analógico*, mientras que los mensajes verbales utilizan un código *digital*. Mientras el mensaje verbal depende de la combinación de elementos discretos, como letras y fonemas que constituyen en conjunto las palabras, de tal forma que la codificación digital resulta más bien arbitraria; en los mensajes no verbales la señal codificada tiene mayor parecido con lo que presenta.

La importancia de estudiar intercambios comunicativos dentro del contexto que se verifican y no *in vacuo*, hace tiempo que fue reconocida y subrayada por los estudiosos de la Psicología Social (Tajfel, 1978).

Numerosas investigaciones han demostrado ampliamente la gran influencia que ejerce la situación en todos los aspectos del comportamiento (los ejemplos de Argyle, Furnham y Graham, 1978) que ponen de manifiesto la necesidad de efectuar un análisis específico de la "situación" si se requiere explicar e interpretar el comportamiento social, por lo tanto, el comportamiento comunicativo.

puesto que los intercambios verbales se dan sobre todo en situaciones sociales, es importante examinar como las estructuras de la interacción determinan la interacción de la conversación y, a la inversa, como los intercambios lingüísticos iluminan y sirven para interpretar las exigencias de la situación. La conversación se organiza en el plano social no sólo en términos del hablante, a quien se dirige y en que lengua, sino como un pequeño sistema de acción frente a frente, aceptados por todos los que participan en él y gobernado por un ritual propio, esto es, como un encuentro social (Giglioli, 1973:29)

Así, el autor se enfrentó al problema, lamentando de paso el hecho de que hasta ese momento se hubiera "descuidado" equivocadamente por parte de los científicos sociales el análisis sistemático de la situación. A partir de entonces se han dado numerosos pasos en esa dirección y hoy se puede afirmar que existe una opinión compartida acerca de las principales características que definen una situación. *Ambiente, participante y propósito* son las tres categorías que distinguen Brown y Fraser (1979) como componentes fundamentales de la situación y que fueron analizadas en detalle después; es interesante señalar que estos autores colocan en el centro del análisis al concepto de *objetivo*, entendido como el motor que pone en movimiento ambiente y participantes.

Tal objetivo, entendido como una meta que guía la actividad de los sujetos en un intercambio comunicativo, se toma en consideración en dos niveles distintos de especificidad: en término de conjunto en tipos de actividad en general y en términos de tipos de actividad conexas con el argumento específico de la conversación (Saks, Schegloff y Jefferson, 1974).

Los contextos, por lo tanto, son conjuntos que se forman en el momento de la comunicación. El aspecto más conocido, en cuanto de lo que se puede percibir, es el contexto lingüístico (discursivo o verbal) que está constituido por la concatenación lineal de las palabras. En cierto sentido se puede afirmar que las palabras son el primer contexto del fonema y la frase es el primer contexto de la palabra, al que sigue luego el conjunto de frases o proposiciones.

Hay que subrayar, sin embargo, que pueden existir contextos verbales y gráficos verbales u orales, contextos compuestos por imágenes. Coexistencia en el contexto lingüístico y siendo parte integral del mismo está el contexto formado por toda expresión que contiene también gestos auxiliares y mímicos.

El oyente sin embargo atiende el contexto más amplio al que puede hacer referencias el emisor mediante alusiones y expresiones elípticas; se trata del contexto *implícito* que contiene todo cuanto el receptor conoce a propósito del emisor. No es que existen expresiones visibles en ese contexto, sino que éste deja su impronta en toda palabra que elige el emisor, precisamente de acuerdo con tal contexto. A su vez, el contexto implícito está integrado en un contexto global que puede ser conocido por el emisor o sólo por el receptor y que es equivalente a todo sistema de coordenadas a que se refiere la expresión producida.

El contexto real del hecho del lenguaje es, por lo tanto, una organización de la que sólo una parte está lingüísticamente expresada: esa parte la interpreta luego el receptor refiriéndola a lo que permanece implícito y sin que la expresión se entendería incorrectamente (Slama-Cazacu, 1973:121).

Siguiendo el análisis de la autora, es posible recabar indicaciones muy detalladas referentes a las funciones que ejerce el contexto:

- a) Imponer límites a las posibilidades de variación; el contexto *determina la elección* de una palabra precisando su sentido.

b) *Distinguir* el sentido, escogiendo la generalidad de nociones de esa ruta particular.

c) *Completar* el sentido a través de diversos matices creados por la aplicación particular de una palabra a un objeto situado en un marco específico.

d) A menudo el contexto puede *crear* por sí mismo el significado de una palabra en los casos en que todo el contexto hace posible la comprensión correcta.

e) El contexto puede incluso *transformar* un significado.

f) *Orientar* la palabra hacia un significado equivocado que eventualmente puede hasta incluso pasar a la lengua común.

Esta claro por más que el contexto desempeñe una función esencial, existen límites en su influencia, determinados antes que nada por el ámbito en el que pueden variar los significados, el grado de la organización, de la expresión, el valor significativo del ambiente general, de los conocimientos comunes de los interlocutores y de la voluntad de ir más allá del estereotipo de ciertas fórmulas.

Son los contextos que se deben emplear como factores los que hacen surgir y determinan los estados antes mencionados: los estados semánticos a su vez influyen en los procesos perceptivos subordinados y determinan qué potencialidades referenciales actúan en los distintos casos específicos.

Tanto el contexto intralingüístico inmediato como el particular cuadro extralingüístico en que se inserta determinado segmento del discurso, influyen en la elección y determinación de posibles significados referenciales (Carswell y Rommetveit, 1971:9).

#### 1.4 EL PROBLEMA DE LAS "FUNCIONES".

Cualquier catalogación corre el riesgo de ser arbitraria y poco sostenible, puesto que como recuerda Robinson (1972) no se puede inmediatamente ni demolerla ni confirmarla por vía experimental. Este, en efecto, es uno de los motivos por los que en psicología no es muy popular en el enfoque "funcional" basado en clasificaciones que inevitablemente quedan a críticas por su arbitrariedad, porque no están completas y por su escasa utilidad.

Por eso me parece oportuno retomar las consideraciones de Robinson (1972) acerca de las exigencias que debería cumplir cualquier taxonomía definitiva sobre las funciones del lenguaje:

- a) Debería incluir todos los usos del lenguaje.
- b) Debería incluir todos los aspectos para extralingüísticos de los enunciados.
- c) Las categorías deberían ser claramente definibles respecto de su uso.
- d) No hay que perder de vista la inadecuación de cualquier taxonomía que se proponga.

Entre las propuestas de la bibliografía se han considerado como base la clasificación formulada por Scherer (1980) acerca de las funciones de los signos no verbales en la conversación y por Fraser (1978) sobre los tipos de comunicación.

Han resultado de ahí un esquema probablemente no exhaustivo y desde luego no definitivo que comprende las siguientes funciones:

- a) Referencia (o representativa).
- b) Interpersonal (o expresiva).
- c) Auto y heteroregulación (o de control).
- d) De coordinación de las secuencias de interacción.
- e) De metacomunicación.

- Respecto a esta lista es oportuno precisar que todo suceso comunicativo puede desempeñar, a la par, más de una función; más aún, la comprensión de un suceso comunicativo que comporta el análisis plurifuncional.

Además es preciso recordar que los diversos sistemas de comunicación son sustituibles entre sí y se pueden emplear para expresar cualquiera de las funciones catalogadas. Sin embargo, como lo precisa Fraser:

Parece que existen diferencias acerca del tipo de comunicación que produce de ordinario en los diversos sistemas. La comunicación referencial es en gran parte ámbito del lenguaje, con su estructura sistemática y su mapa semántico, que se forma con su relación al mundo no lingüístico (Fraser, 1979:145)

a) *Función referencial.*

Se le conoce como la función fundamental de la comunicación y consiste en el intercambio de informaciones entre los interlocutores sobre un objeto o "punto de referencia".

Profundizar en el análisis de esta función significa hacer frente al problema del "significado", o sea, de la semántica del lenguaje. El término "semántica" indica las relaciones entre formas lingüísticas y el mundo extralingüístico al que se aplican: un estudio adecuado a nivel semántico conformando el análisis del modo como el hablante de una lengua organiza el mundo en torno a sí, las formas lingüísticas que usa y el modo en que vincula esos elementos (Fraser, 1978).

Para que se tenga un intercambio de comunicación "consumado" a nivel referencial y se evitan malos entendidos, es importante que los interlocutores compartan esa misma estructura semántica.

Se regresa en suma a todos los problemas que entran en la codificación y descodificación de los mensajes y que, por lo tanto, se han abarcado aspectos no verbales; por esto se subraya la oportunidad de desarrollar de manera adecuada el estudio de la semántica, incluso de los demás sistemas de comunicación (Fraser, 1978).

En el primer caso, es el de la significación independiente, se hace referencia a los "emblemas" (Ekman y Friesen, 1969), o sea, a las señales gestuales y faciales de ordinario que de alguna manera invariable y discreta sustituyen a los signos verbales; ocurre sobre todo cuando la comunicación es imposible por la distancia, por los ruidos o encuentros en extremo rápidos.

En el segundo caso en cambio, se puede tener una amplificación, contradicción o modificación del significado de expresiones verbales empleadas en el comportamiento no verbal, los signos no verbales pueden enfatizar, ilustrar o esclarecer todo lo que se ha expresado lingüísticamente. Se tiene contradicción en el caso de una discrepancia entre el significado del comportamiento verbal y no verbal en un acto de comunicación, es el caso de la ironía, donde el significado de una frase verbal se pone en duda o contradice por signos no verbales inadecuados, como un énfasis exagerado de la entonación.

*b) Función interpersonal.*

Un mensaje verbal no es nunca una transmisión neutra de información sobre el mundo circundante, sino que siempre hay también una comunicación entre quien habla y sus interlocutores.

El mundo al que hacen referencia en tal caso de los mensajes más o menos directa, es el mundo del *status* o posición social o del poder, del amor o de la "solidaridad", de la hostilidad y de la afectividad. Dazinger habla en este caso de "función de representación" para distinguirla de la función de "representación" (o referencial). Ambas conforman una relación entre un *significante* y algo que es un significado, pero de manera muy diversa las frases constituyen una representación explícita de su contenido semántico, pero al mismo tiempo, cuando se pronuncian en determinado contexto interpersonal.

Según las indicaciones de Fraser, tales informaciones se pueden reagrupar en tres clases principales:

- a) Identidad social y personal.
- b) Estados emotivos temporales o actitudes habituales.
- c) Relaciones sociales.

a) Toda la gama de rasgos extralingüísticos, paralingüísticos y lingüísticos es portadora de informaciones referentes a la *identidad* y a la *personalidad del emisor*. Del lenguaje se pueden extraer muchas inferencias acerca de las características de una persona, el plan de su discurso, los empleos gramaticales y léxicos pueden ser útiles indicadores de las características demográficas; como edad, sexo, ocupación, educación, procedencia.

b) La expresión de los *estados emotivos* puede ser explícita, o sea, declarada verbalmente, esto también para la comunicación de actitudes para los demás. En estos casos, los sistemas no verbales parecen estar dotados de mayor eficacia de comunicación. Argyle y sus colaboradores llevaron a cabo diversos experimentos con este propósito llegaron a la conclusión de que el efecto de los indicios no verbales era notablemente superior al de los indicios verbales al influir en los juicios de actitudes como lo son la inferioridad y superioridad (Argyle y colaboradores, 1970).

o) En todo trato social se intercambian informaciones referentes también a las *relaciones sociales* (o de rol) que existen entre los participantes.

Uno de los aspectos más estudiados del lenguaje de las relaciones sociales se refiere al uso de *alocutivos*, es decir, los modos como una persona se dirige a otra y los significados que conforman. A este respecto ya es clásico los estudios efectuados por Brown y Gilman (1960) sobre el desarrollo de las reglas de selección de las formas pronominales, seguido por una serie de investigaciones, del mismo tipo sobre los aspectos sociolingüísticos.

Los autores citados han subrayado que son sobre todo dos aspectos de la relación social a los que se hace referencia con el diferente uso de *alocutivos* y pronombres: poder (o status) y solidaridad. El uso recíproco de formas familiares revela la existencia de diferencia de *status* en relación, donde la persona de nivel superior recibe el *alocutivo* más formal mientras que usa la forma más familiar con el subordinado (Brown, 1965).

c) *Función de auto y heterorregulación.*

Existe un aspecto de la comunicación que se puede llamar en general instrumental o de control del comportamiento, cuyo propósito es conseguir un objetivo concreto. Pedirle el periódico al voceador, indicar con la mirada o un ademán el salero de la mesa, pedir que se abra una ventana en cuarto lleno de humo, son ejemplos de comunicación cuyo propósito es satisfacer algunas exigencias personales sirviéndose de otros.

Para realizar la regulación del comportamiento ajeno tenemos a disposición muchas posibilidades a nivel lingüístico, formas más directas que se expresan como "mandos" y "ordenes" con modalidades indirectas.

Obviamente, la elección de tales expresiones depende de varios factores vinculados al contexto y a los participantes, por lo que hay en ciertas formas consideradas más apropiadas que otras.

Considerense las modalidades de que dispone el adulto para controlar el comportamiento de un niño y de él obtener algo. Halliday (1971), al analizar el lenguaje como sistema de opciones, presenta una manera ejemplar toda la gama de posibilidades que una madre tiene a su disposición para expresarle al hijo las propias intenciones respecto de lo que desea que sea un hecho.

Por lo que respecta a la función de *autorregulación*, no existen investigaciones que la hayan analizado de manera sistemática, sin embargo, es interesante a este propósito un trabajo de Siegman (1977), según el cual no sólo codificamos la conversación de manera que controlemos el comportamiento de nuestro interlocutor, sino a menudo controlamos también nuestra propia charla con el fin de poner a buen recaudo la impresión que damos a los demás.

Siegman afirma que el contexto de las entrevistas, tal autorregulación tiene consecuencias lingüísticas, sobre todo en lo que se refiere a los aspectos temporales del discurso.

Hay que subrayar, además, que las modalidades de la comunicación de que disponemos están sujetas a diversos grados de control voluntario. Por lo que hace a la "naturaleza" de este control cognoscitivo ejercido por el lenguaje Vigotskij (1967) afirma que en el primer período del desarrollo infantil, hasta más o menos los tres años, el lenguaje del adulto es el que dirige el comportamiento del niño, se trata pues de un mecanismo de regulación externo, aunque sometido a ciertas limitaciones.

Desde los tres años hasta más o menos de cuatro a seis, el niño utiliza el lenguaje (que Vigotskij llama "egocéntrico" y "sincretico") por él producido espontáneamente y en voz alta, con el fin de controlar su comportamiento cognoscitivo.

Las características de este lenguaje derivan del hecho que se utiliza no tanto para comunicar, sino para guiar el comportamiento

el lenguaje egocéntrico no se circunscribe a acompañar la actividad del niño, sino que sirve de orientación mental y para la comprensión consciente; ayuda a superar las dificultades, es el lenguaje por sí mismo, íntima y últimamente vinculado con el pensamiento del niño (Vigotskij, 1967:133)

Este lenguaje egocéntrico inicial nace del lenguaje comunicativo y es una fase de transición entre el lenguaje de voz alta del todo desarrollado y el pensamiento silencioso.

Los estudios posteriores llevados a cabo por Lurija (1971) sobre la "forma" del control cognoscitivo ejercido por el lenguaje han permitido distinguir:

- a) El control del lenguaje sobre el reflejo de orientación.
- b) El control del lenguaje mediante la función de un código.
- c) El control del lenguaje mediante la función de generalización ligada al significado de las palabras.

d) *Función de coordinación de las secuencias interactivas.*

Para que tenga lugar el intercambio de formaciones del tipo que sea, es preciso obviamente que la interacción entre los participantes sea indicada y mantenida sobre este tema se ha centrado el interés de algunos investigadores, entre los que vale la pena recordar a Goffman (1963) y Argyle (1978).

Desde determinada perspectiva, como ha subrayado Susan Shimanoff en su obra de 1980, el problema central para todo estudio (y teoría) sobre comunicación, es el análisis de las reglas que gobiernan y subyacen a todo intercambio comunicativo.

De las investigaciones de Argyle y Kendon (1978) es posible recabar un cuadro de cómo actúan las posturas, gestos, miradas y otros rasgos del comportamiento en la conversación cara a cara. La mirada y en particular el fenómeno del contacto visual, han sido objeto de estudios experimentales específicos, dado que la comunicación se pasa a un lapso de tiempo mirándose recíprocamente, mientras que el tiempo que resta se dedica a miradas no recíprocas y hasta evitar la mirada del otro.

Dittman y Llewellyn (1972) pusieron de relieve que los movimientos del cuerpo, sobre todo de las manos, se realizan con mayor frecuencia al comienzo de proposiciones fonéticas y menos en otros momentos.

e) *Funcion de metacomunicación.*

Como ya se ha señalado, la comunicación tiene dos aspectos; uno referente al "contenido" del mensaje, la noticia transmitida; y el otro, relacionado al modo como tal mensaje se ha de tomar y, por lo tanto, la "relación" que existe entre los que se comunican.

El aspecto relacional constituye la comunicación sobre la comunicación, o sea, *metacomunicación*. Esta tiene lugar algunas veces mediante expresiones verbales: "estoy bromeando" o "era incumplido" y otros de manera no verbal, por ejemplo, gritando, sonriendo, etcétera.

La capacidad de metacomunicar de manera adecuada, afirman Watzlawick y sus colaboradores (1967), no sólo es la condición de la comunicación eficaz, sin que está estrechamente ligada con el gran problema de la consciencia y de los demás.

Metacomunicar conforma dos operaciones distintas aunque a menudo conexas:

- a) Percatarse de que el propio sistema de codificación lingüística puede ser diverso de los otros.
- b) Evidenciar los aspectos racionales del intercambio comunicativo.

Mizzau (1974) habla del primer aspecto con "conciencia metalingüística", consciente en la capacidad de llevar a cabo la acción de reflexión sobre el lenguaje usado. Si bien el concepto de metalenguaje ha sido formulado por los estudiosos de la lógica, es parte integrante de nuestra producción lingüística habitual.

Ekman y Friesen (1968) analizaron la función metacomunicativa del comportamiento no verbal, subrayando como proporciona elementos mediante los cuales se interpreta el significado de las expresiones verbales; al evaluar los sentimientos reales de quien habla, las señales no verbales que acompañan el discurso que puede constituir índices determinantes. A este propósito los dos citados autores elaboraron el concepto de *canal de dispersión*: el comportamiento no verbal, en suma, quedan menos sujetos a la intervención de la censura inconsciente que el lenguaje; además de que es menos susceptible de falsificación consciente. Mediante un proceso de automatización de los comportamientos del individuo tiende a utilizar cada vez menos en la vida social la retroalimentación interna e interpersonal, hasta privarse de las informaciones necesarias para ajustar, armonizar y controlar su comportamiento no verbal. Más aún, muchas personas no son conscientes de lo que hacen con su cuerpo y a menudo la consciencia y control del propio comportamiento no se ponen de manifiesto; y cuando ocurren suelen manifestarse mediante tensión muscular, torpeza, incomodidad y ansiedad.

## 1.5 SIMBOLOGIA URBANA.

Al reconocer los procesos que conlleva la comunicación, de los cuales he hecho referencia en líneas anteriores, me gustaría enfatizar en cuanto a los estudios de simbología urbana retomando el discurso de Armando Silva (1992) quien comenta que existe una producción fantasmal por la fuerza de los hechos, razones culturales o memoria ciudadana.

En el primer caso tenemos una fantasía de mayor naturaleza subjetiva, pues los hechos mismos que describan el color, poseen tal naturaleza personal; en el segundo habría una fantasmagoría construida por topología cultural, pues las referencias se producen por efectos comparativos de los que se conoce o se nos hace conocer; en la tercera opción estamos ante un fantasma histórico, el pasado que envuelve nuestro futuro. En los tres casos hay entonces una producción imaginaria que marca la vida ciudadana por los hechos, la cultura y la historia (Silva, 1992:143)

No obstante lo anteriormente expuesto, pueden existir acontecimientos que se manifiestan como experiencia fáctica y no den lugar a la construcción de fantasías, como el hecho de que en la ciudad se construyan calles o puentes, pues estos objetos, en cuanto sirvan para su función principal de prestar servicios para caminar o acortar una distancia siempre estarán realizando funciones referenciales, indicativas y su uso social no será, en principio, otro que ubicar el espacio físico como su principal demostración social.

La ciudad así corresponde a una organización cultural de un espacio físico y social. En cuanto tal, una ciudad tiene que verselas con la construcción de sus sentidos. Habría, de acuerdo con lo dicho, varios espacios que puntualiza el mismo Silva, de la siguiente forma:

Un espacio histórico que se relaciona con la competencia para vivir en una ciudad con la capacidad de entenderla, en su desarrollo y cada momento; un espacio tópico, en el que se manifiesta físicamente el espacio y su transformación; un espacio tímico que se relaciona con la percepción del cuerpo humano, con el cuerpo de la ciudad y con otros objetos que le circundan, y otro no menos importante, un espacio utópico donde atendemos sus imaginarios, a sus deseos, a sus fantasías que se realizan en la vida diaria (Silva, 1992:134)

El imaginario, sin desconocer sus íntimas relaciones con lo histórico, lo físico y lo tímico; ocurre que cuando hablamos de los imaginarios todo se resuelve en su propia dimensión ya que el hombre en dimensión fantasmiosa del mundo vive lo imaginado como real. Para Silva, la ciudad, en paralelismo como espacio público, no sólo es topografía sino también utopía y ensoñación.

Una ciudad es el lugar, aquel sitio privilegiado por un uso, pero también es el lugar excluido, aquel sitio despojado de normalidad social por un sector social. Para este autor la ciudad es también límite, hasta donde llegamos; pero también es abertura, hasta donde entramos. Una ciudad es imagen abstracta, la que no hace evocar alguna de sus partes, pero también es iconográfica, en un cartel surrealista o una vitrina nos hace vivirla; una ciudad, pues, es en suma de opciones de espacios, desde lo físico, lo abstracto y figurativo, hasta lo imaginario.

La propuesta que nos ofrece Silva respecto al estudio de la ciudad bajo la dimensión del hito fantástico donde el símbolo hace al ciudadano, marcando así toda la urbe con signos vernaculares, contruidos por el colectivo social, va en dirección distinta a otras formas de estudio de sociedad urbana que le prestan según su economía, organización social o usos sociológicos.

Del mismo modo como podemos hablar de imágenes, tal cual carteles y avisos que se encuentran donde quiera en las calles de las ciudades, también existen los recursos colectivos para construir imágenes de la ciudad en cuanto a la segmentación de sus sitios y espacios, con marcas de grado de rechazo, emoción, frustración, angustia o cualquier tipo de reconocimiento.

Quienes se han dedicado al estudio de las ciudades, las han ambicionado aprehenderla restituyéndola mediante la descripción de una imagen, esclareciendo los valores y las significaciones de la sociedad, al tiempo que expresan mejor que nadie los mitos colectivos. Ciertamente "no cabría examinar unas ciudades construidas en piedra" (Tibert, 1973:3), pero tampoco podríamos negar los vínculos existentes entre el marco vital, el conjunto edificado, la percepción que el hombre posee de su medio y de su comportamiento, siendo, como son las palabras y la producción de símbolos una forma de ese comportamiento. Así pues, cualquier descripción de una ciudad, aún aquella que se establece en un espacio imaginario, tiene no poco valor para nuestra investigación, por cuanto traduce determinados componentes de la actitud. Por otra parte, podemos considerar este espacio "inventado" como resultante de la superposición de percepciones sensoriales modificadas por la memoria y la imaginación (Gibson y Gibson, 1966)

Los elementos no se distribuyen según las normas científicas del momento, sino la relación con los símbolos del sistema urbano. El área edificada se presta por su significación para el marco vital, el análisis semiológico, donde cualquier texto de la ciudad está situado geográficamente y socialmente, de un modo directo o indirecto, expresando la disposición de los grupos humanos en el espacio.

La semiología, ciencia que estudia la biografía de los símbolos en el seno de la vida social (Saussure, 1916), permite más allá de la intuición y de las analogías superficiales, captar combinaciones y relaciones existentes entre metáfora y la identificación; según Morris (1964), el individuo tiene que percibir las principales características del entorno urbano.

**CAPITULO I**

ESTUDIO II

ESPACIOS PÚBLICOS

## 1 VAMOS A LA CALLE.

La calle adquiere una función particular, la de permitir el movimiento, donde la construcción de su lenguaje (Fernández,1991), de una imagen, un objeto y todo lo que se escribe, se construye, se pinta, lo que se actúa y protagoniza dentro de ella, equivale a una palabra o un gesto: también equivale a comunicación.

La calle es el lugar donde las personas la verán llena de sentimientos, donde encontraremos la ansiedad y la violencia como actividades cotidianas. La calle como un espacio público urbano tiene trazadas sus zonas públicas y privadas, que nos adentra a la forma de un laberinto (Zavala,1994).

La zona pública de la calle, no sólo nos puede llevar a un recorrido por las avenidas principales y plazas, sino que nos permite observar más allá del flujo de sujetos hacia su trabajo, su escuela, etcétera; como síntoma también del escenario de movimientos sociales, donde la sociedad civil ha establecido la forma de organización social.

Los movimientos de multitudes que se dan cita en las plazas y avenidas son meramente el espíritu colectivo, como lo llama Pablo Fernández:

casi tan de improviso como un temblor, la gente sale a la calle y organiza, se vuelve responsable hacia los noticieros y en los parlamentos con mayores argumentos que los locutores y los funcionarios; las masas acaudalan las avenidas y se cuajan en las plazas cada que se les antoja; y mientras todo el mundo habla, platica, demanda y critica todo lo que quiere en los camiones, parques y cantinas aunque no conozca al de junto, porque hoy por fin un tema común que unifica: un reclamo colectivo sólido pero paciente, cualquier gobierno, discurso, decisión, programa, telenovela, salida decorosa o truco publicitario tendrá que tomar en cuenta los pensamientos y los sentimientos de la sociedad civil (Fernández,1991:20).

Es de manera muy singular como Pablo Fernández nos describe el ascenso de la sociedad civil no la tomó "tomando conciencia" sino de una manera muy precisa "la tomó por la calle y por las plazas", donde se tenía la costumbre de ser sitios transitorios e indiferentes, a la vez de un poco turísticos, se han transformados en lugares habitables, solidarios, disputables, festivos; mientras las casas, las oficinas y las televisiones se volvieron más aburridas y mentirosas en cuanto a sus promesas de hospitalidad..

Con lo dicho parece que regresamos a los griegos pero se han contribuido las masas, en el sentido que para ellos que no sólo pensaron en el lugar común, también la construyeron, en donde estos lugares comunes servían para pensar dentro de otro lugar de acceso libre y general.

## 2 EL ESPACIO PUBLICO Y LA PERSPECTIVA DE HENRI LEFEBVRE.

En general, los años sesenta se caracterizan por el surgimiento de una importante y novedosa producción teórica referente a la ciudad y sus relaciones con la ciudad industrial, así como con los propios actores urbanos. Entre otros, destacan las obras de Jean Remy (1945), en la cual el autor nos presenta un análisis socio-económico de la ciudad y donde dicho autor ofrece una definición de espacio

lugar donde coinciden diversos actores, esta denominado por la relación contradictoria entre un empresario y un consumidor. La ciudad, a su vez, esta constituida por una red de economías y deseconomías espaciales de interdependencia, en la cual actúan los agentes económicos al margen del mercado (idem).

Tomando en consideración el desarrollo económico y el crecimiento urbano de una sociedad altamente jerarquizada y desigual, surge una reflexión sociológica sobre la ciudad por pensadores de corte marxista, como lo son H. Lefebvre y M. Castells; quienes efectúan una de las rupturas más significativas en el pensamiento urbanístico, al replantear muchos de los enunciados y propuestas analíticas referentes a la ciudad y a los llamados problemas urbanos.

El desarrollo de la sociedad según Lefebvre (1972), conduce a la realización de la sociedad urbana; ésta que se distingue por ser un producto de la urbanización completa nace de la industrialización. Es una sociedad que efectúa la dominación y asimilación de la producción agraria. Siendo sociedad urbana como sinónimo de sociedad posindustrial, naciendo de la industrialización teniendo que ser considerada, no obstante el punto de partida de fenómenos urbanos contemporáneos, puesto que es el mayor proceso de transformación de la sociedad actual.

La industrialización es el elemento inductor, sin embargo, la urbanización que es el fenómeno inducido, es considerado por Lefebvre como la principal característica de este período (1976). La sociedad urbana percibe este autor como una forma de vida que habrá de imponerse tras de haber superado todas las formas de alienación.

La sociedad urbana es el punto final de una historia cuyos antecedentes remotos son las sociedades agrarias, en las cuales los hombres se enfrentan con mayor rigor al mundo de la necesidad, y es esto lo que explicaría las formas de explotación precapitalista que justificaron la esclavitud y la servidumbre.

Finalmente, la sociedad urbana al subordinar el proceso de industrialización, hara emerger de nueva cuenta a la ciudad, con lo que se instaurará el reino de la libertad, según Lefebvre. El acceso a este, será por medio de la llamada revolución urbana, la cual implica una serie de transformaciones a través de las cuales se superarán los problemas de crecimiento e industrialización para liberar al hombre de los determinismos y exigencias del pasado.

El espacio, es entonces para Lefebvre

el lugar en el cual se reproduce la sociedad en su conjunto y por ello es el sitio de grandes confrontaciones políticas (idem., 238),

en donde los conflictos urbanos, es decir, los que se originaron por el uso del espacio y por el dominio en la vida cotidiana, constituyen para este autor los más significativos de los tiempos modernos; estos no confrontan únicamente al trabajo con el capital, sino que se enfrentan a este último como una situación más amplia: las necesidades sociales.

Las luchas urbanas tienen como propósito la reapropiación por parte del hombre de sus condiciones de existencia en el tiempo, el espacio y objetos; estas condiciones le son expropiadas y sólo las recupera parcialmente después de comprar o vender.

El tiempo, como lugar donde se expresan los valores y el espacio que el medio de intercambio, únicamente se reencontrarán cuando se haya resado la realización de la sociedad urbana, entonces, vendría a ser la lización del sueño milenario de la edad dorada, el cual el hombre rece liberado de toda forma de opresión y reconciliado con su propia araleza.

Lefebvre (1976) parte de una concepción de lo urbano en la cual se encuentran estrechamente vinculados tres elementos: el espacio, la tidianidad y la reproducción capitalista en las relaciones ciales.

El espacio que ha sido penetrado por la lógica del capital se efectúo, apropiación de los bienes producidos en la sociedad capitalista, las laciones sociales, según este autor, no puede reducirse a aquellos que rivan de la producción; por lo tanto, debe hacerse intervenir además del bito laboral, al de consumo. La lógica que subyace en el uso social no en de necesidades humanas, sino la del capital.

Teniendo en consideración al espacio, como ámbito de la vida tidiana, se expresan para Lefebvre las formas extremas de alienación de a sociedad moderna, porque este es el medio a través del cual el habitante e la ciudad se ve obligado a satisfacer sus necesidades. Para tener en ienta la relación entre vida cotidiana, alienación y espacio social; hay e desentrañarla por medio de un análisis global, en el cual se de cuenta el proceso de explotación de la fuerza de trabajo, por un lado, y de la ropiación (por la vía del consumo) de los productos del trabajo, por el tro.

Los significados de la vida cotidiana según Lefebvre, deberán ntenderse como

un conjunto de prácticas que deban ser trascendidas mediante una ruptura que reconstituya al hombre en su libertad y espontaneidad, puesto que ahí se expresa totalmente el mundo de la ideología y la enagenación (idem. : 87).

El espacio aparece también como un producto de la creatividad que caracteriza al hombre del espacio, además de influir en las conductas y actitudes sociales, es resultado de la acción habitar, de la vida cotidiana; son los hombres con sus ideas, proyectos de vida y sus propias creaciones las que dan lugar al espacio y al orden urbano.

Como podemos observar, el concepto que ofrece Lefebvre, unifica y constituye la matriz analítica del análisis espacial en el modo de producción; pero el espacio bajo esta perspectiva está compuesto por elementos:

- a) Lo urbano, que se expresa en los problemas de crecimiento de la ciudad.
- b) Lo cotidiano, que es el ámbito de la alienación producto de un curso programado.

El carácter social del espacio proviene de la sustitución del espacio natural, por aquel que el hombre crea en su vida práctica; donde la naturaleza no es sino materia prima con la cual producen su espacio las distintas sociedades de acuerdo a los modos de producción. Siendo así, el espacio social es, además de relaciones de producción, las de reproducción.

Estrechamente asociados con la teoría de los modos de producción, Lefebvre distingue fases de la evolución del espacio. En este sentido, la teoría del espacio atraviesa por formas distintas de acuerdo con la sociedad que lo produce, por ejemplo; los casos del espacio absoluto, teórico, abstracto, contradictorio y el espacio diferencial; que tan sólo cuenta de la lógica del funcionamiento de las sociedades con cada modo de producción.

Así como también este autor menciona que las relaciones espacio y sociedad no son directas y simplistas, señala la existencia de un espacio lógico como característico del comunismo primitivo; el espacio mágico donde las ciudades del mundo antiguo es posible encontrar un elemento en el cual se reproducen al orden cósmico y una cierta imagen del mundo; crea un espacio simbólico, donde la ciudad medieval se piensa de un espacio constituido por símbolos religiosos, se manifiesta un modo de vida.

Como podemos observar, la noción del espacio de Lefebvre tiene múltiples dimensiones, donde podemos retomar dos puntos importantes; por un lado, el espacio aparece como fuerza productiva o improductiva; por otro lado, la producción capitalista del espacio no sólo es el medio para lograr los capitulos del sector inmobiliario, es también un mecanismo de producción social, y como tal; resulta la principal causa explicativa de las contradicciones urbanas que se manifiestan en la sociedad capitalista, siendo así, el espacio se convierte en un medio para reproducir las relaciones de producción de esta sociedad (Lefebvre, 1973).

Lefebvre sostiene que esta producción capitalista del espacio genera contradicciones vinculadas con él, los cuales son los siguientes:

- a) Una contradicción entre el espacio producido y sus fragmentaciones que resultan de las relaciones de producción capitalista.
- b) En el espacio se expresa también la contradicción expuesta por Marx entre tierra, trabajo y capital.
- c) El espacio urbano se convierte en sede de contradicciones.
- d) El dominio sobre la naturaleza implícito en el desarrollo de las fuerzas productivas y conducido por la lógica de la ganancia destruye a la misma naturaleza.
- e) Persisten la mayor parte de las contradicciones señaladas en el proyecto marxista y son los que derivan de la oposición campo-ciudad, de la división
- f) Se presenta la relación contradictoria entre dispersión, segregación y centralidad.
- g) En la producción del espacio, el tiempo es sometido a las presiones de la productividad y allí surgen también contradicciones específicas.
- h) En la sociedad moderna el no trabajo se esteriliza expresándose bajo reivindicaciones marginales.
- i) Otra paradoja se expresa con la angustia, la frustración y la revuelta urbana que derivan de una socialización o integración forzada bajo la lógica del capital y un requisito real de separación, aislamiento y desintegración.
- j) La vida urbana se presenta también escindida entre un espacio público y colectivo y uno individual y privado que no hayan una solución de unidad territorial (ib.: 172).

### 3 EL ESPACIO PUBLICO Y LA PERSPECTIVA DE MANUEL CASTELLS.

Como ya se mencionó anteriormente, los años sesenta marcaron el inicio de la reflexión sociológica más importante que se haya intentado desde el punto de vista de la teoría marxista. Corresponde a M. Castells haber realizado esta sistematización y redefinición de la cuestión urbana a partir de una crítica profunda de toda producción sociológica de lo urbano durante el siglo XX.

De acuerdo con Castells, el espacio es:

el soporte de una trama social y esta se explica por las relaciones sociales que estructuran a la sociedad en su conjunto, de ahí que los efectos sociales que provienen de los ámbitos territoriales están en función de situaciones teóricas concretas (Castells, 1978:125).

El espacio aparece entonces, como producto material, en relación con otros productos materiales, entre ellos los hombres, que al contraer determinadas relaciones sociales moldean su espacio y le aseguran tanto una función como una significación social. El espacio no es azar, ni simple pretexto para materializar lo social, es la expresión concreta de cada conjunto histórico en el cual se especifica una sociedad dada.

En este orden de ideas, Castells define a una sociedad concreta como una combinatoria particular de diversos modos de producción y entendiendo estos como una matriz para combinar las instancias fundamentales de la estructura social, estos es, lo económico, lo político-institucional y lo ideológico (idem:153), es así como el análisis del espacio no sólo depende de estos factores, sino en las posibles combinaciones de estos y de las prácticas que organizan.

En este sentido, el sistema determinado en última instancia, que es el económico, está constituido por las relaciones generadas por sus tres componentes principales: lo económico, la producción, el consumo y el intercambio.

En el ámbito de la producción, Castells se refiere a las realizaciones espaciales que resultan del proceso social de los medios de producción y el objeto de trabajo, es decir, el proceso de trabajo. Este proceso se compone: de la actividad laboral, del objeto sobre el cual actúa el trabajo y del medio a través del cual se efectúa dicho trabajo.

El elemento de consumo de la estructura espacial se refiere a las creaciones del espacio que provienen de la reproducción de la fuerza de trabajo.

Esta reproducción puede ser simple como lo ejemplifica en el caso de vivienda, o ampliada, como es en el caso de los medios de consumo colectivo.

Por su parte el elemento intercambio, se refiere:

a la concreción espacial de un conjunto de transferencias o relaciones de circulación que se producen entre la producción y el consumo, en el interior de cada uno de ellos o entre los tres sistemas de la estructura espacial en general (idem:165).

El espacio no puede ser entendido solamente como expresión de la estructura económica, sino también como expresión del aparato jurídico y político de una función social determinada.

Estos elementos aluden a la teoría de la ideología y de la comunicación teniendo un sentido espacial, en cuanto a que la simbólica urbana proviene de utilizar al espacio como emisor, retransmisor y receptor de las prácticas ideológicas generales.

El espacio urbano aparece, entonces, como una pantalla estructurada permanentemente en un ambiente simbólico, dichos cambios se operan por las transformaciones que tienen lugar en los contenidos ideológicos que, a su vez, resultan de las prácticas sociales, que ocurren en lo urbano, pero el mismo simbolismo tiene y ejerce su propio peso sobre el conjunto de las otras prácticas y sistemas de la estructura espacial.

La carga simbólica de una estructura urbana para Castells sólo puede desentrañarse a partir del análisis de la apropiación social del espacio según él, se debe partir de las prácticas ideológicas-espaciales pero descubrir el lenguaje de las formas espaciales, los cuales deben insertarse en el conjunto de las relaciones sociales que actúan en la unidad urbana para así tener el conocimiento de su lugar en la estructura espacial en su conjunto (ib.: 261).

Por lo tanto, lo urbano aparece entonces como connotación del proceso de reproducción de la fuerza de trabajo y el espacio urbano, como la expresión de las unidades articuladas que participan de dicho proceso, en palabras de Castells

lo urbano es el lugar donde se efectúa la reproducción simple y ampliada de la fuerza de trabajo. La forma específica que asume la estructura espacial se moldea por medio de este proceso de reproducción (ib. :280).

## 1 EL ESPACIO PUBLICO Y NUESTROS DIAS.

La etapa de los estudios urbanos que para Remy (1945) incluye en los años sesenta y en la cual, además de los trabajos marxistas iniciados por Febvre y Castells, se analiza el espacio en sus múltiples significados, decir, como escenario en el cual se manifiestan las distintas presiones de la acción humana.

El análisis del espacio sigue hasta nuestros días pero hacia los años setenta, por su parte, son momentos de redefinición y crisis. Surgen nuevas problemáticas porque se manifiestan también problemáticas nuevas como lo son explosión demográfica, problemas en las finanzas públicas, se incrementa el desempleo, inseguridad pública, y así podemos hacer una larga lista de problemas, entonces es cuando la mayor parte de los autores, como Remy Topalov (Lezama, 1992), coinciden en mencionar a este período en el cual es pensada en toda la complejidad y diversidad.

Entre las diferentes temáticas y perspectivas que señala Topalov y Remy, las principales son :

- a) Considerar a la ciudad como un espacio de reproducción.
- b) El estudio de las municipalidades, como escenario para observar la formación de las hegemonías políticas, así como el análisis de las relaciones entre vida cotidiana y vida política local.
- c) El estudio del equipamiento colectivo como equipamiento de poder.
- d) Las formas espontáneas y cotidianas de la resistencia social a la dominación dentro y fuera del trabajo.
- e) La acción de las clases dominantes en la transformación de las posibles mentalidades en el plano de la vida cotidiana.
- f) Las relaciones entre agente y estructura, donde destaca el papel de la acción individual.
- g) La urbanización como modelo de sociabilidad tema que incluye la coexistencia en el plano local de una gran pluralidad de actores y grupos de intereses.
- h) La conformación estructural de poder en el interior de las ciudades

↳ El análisis de los procesos de descomposición urbana y la búsqueda de tendencias hacia la recomposición en términos de lo funcional, lo simbólico, lo público, lo privado, etcétera.

Con lo expresado anteriormente puede decirse que la ciudad ya no es el lugar de la lucha de clases, sino la conjunción de los esfuerzos de una gran heterogeneidad de agentes sociales lo que imprime sus contenidos y significados, a las funciones y a las formas urbanas.

# CAPITULO I

### 3.1 CONSTRUCCION DE IDENTIDADES.

En el presente capítulo me propongo mencionar algunas de las reflexiones que se han propuesto acerca del significado que ha tenido para nuestra cultura cotidiana esa transformación, partiendo del significado mismo del sentido común así como de su incidencia, como un saber cotidiano, en la construcción de identidades colectivas.

Henri Tajfel (1984) menciona que la categorización encuentra su función esencial en el papel práctico que desempeña en la sistematización, que a su vez implica una simplificación del entorno social. De esta manera, la categorización social es uno de los procesos psicosociales básicos que subyacen a la conformación del sentido común.

La asignación que los sujetos hacen de otros sujetos y grupos sociales está fuertemente influenciada por el modo de validación que impone el consenso social y por los sistemas de valores. Así la categorización sirve para sistematizar y ordenar el entorno social y más particularmente desempeña un papel importante en la orientación en cuanto a la acción y actualización de los valores. En este sentido se considera a la categorización social como un sistema de orientación que crea y define el puesto particular de un sujeto y de un grupo de la sociedad.

El argumento anterior es crucial para entender el papel que desempeña la categorización social en la conformación de la identidad social. Un sujeto deviene implicado en el sentido que es percibido como poseedor de características comunes o de un devenir común, estando presentes otros sujetos en el entorno. Lo mismo sucede con un grupo social. En la constitución de ambos, sujeto y

grupo social, esta presente la intersubjetividad (como espacio simbólico compartido que permite la comprensión y relación con el Otro que se mira como semejante "el prójimo") y la alteridad (como es acto también simbólico que permite la distinción con el Otro, que también es "el prójimo").

Según Tajfel, la identidad social implica, entonces, una comparación social cotidiana que, a nivel individual nos lleva a aproximarnos a asociarnos con los que se nos asemejan; y a nivel de grupos que nos lleva a establecer distanciamientos y diferenciaciones entre el propio grupo y los demás grupos.

Ahora bien, esta comparación social cotidiana ocurre no exenta de conflictos, pues depende de la posición específica que ocupa un sujeto en la sociedad y en medio de los contextos de poder de relaciones intragrupos. La imagen que tenemos de nosotros mismos y de nuestros grupos y la imagen que nos devuelve el mundo se estructura no solamente a través de la distinción que hacemos de los otros, sino también de la posición y evaluación que mantenemos respecto de esos otros.

Una ventajosa posición de grupo y la fuerte afiliación resultante de sus miembros, a menudo se consigue a costa de utilizar la capacidad del grupo para mantener a otro grupo en desventaja.

La posibilidad de construir identidad en un grupo social depende en gran medida de los bienes materiales, culturales y simbólicos con que se cuenta para ello. Tajfel menciona, por ejemplo, el caso de los negros en Estados Unidos quienes comparten como única definición clara del grupo, el color de la piel. Característica que dada la diversidad del grupo negro estadounidense, difícilmente es el punto de referencia satisfactorio. La mayoría de los demás atributos supuestos del grupo negro estadounidense se originan en concepciones mantenidas por los exogrupos.

Este es un hecho que comparten otros grupos sociales simbólicamente minoritarios, pues al tener una identidad social que trata de orientar su acción en provecho de los grupos dominantes, y que es al mismo tiempo poco valorada socialmente por ellos mismos y por otros grupos.

El proceso descrito anteriormente, conlleva un hechos social que se hace presente en todo proceso de categorización: la construcción de estereotipos. Los estereotipos introducen simplicidad y orden donde hay complejidad y variación. Son la atribución de características psicológicas generales a amplios grupos humanos. El contenido de los estereotipos tiene sus orígenes en tradiciones culturales que pueden estar relacionadas o no con experiencias comunes sobregeneralizadas, pasadas o presentes.

Para concluir este punto, diría que, si el sentido común es la asignación de sentido desde un saber pragmático a hechos de la vida social cotidiana, la categorización social es la asignación de características típicas a sujetos o grupos sociales, teniendo como resultado la generación de estereotipos, desde ese ámbito compartido de gnoseología cotidiana que es el sentido común.

### 3.2 IDENTIDAD SOCIAL URBANA.

Hasta ahora hemos descrito a la identidad, fundamentalmente, como un proceso psicosocial; queda por discurrir el tipo de sociedad a partir de la cual dicho proceso se genera y se transforma en producto-producente de esa sociedad. De entrada cabe decir que tanto el sentido común como la identidad son procesos que se complejizan respecto con el entorno social.

En las sociedades que poseen una división de trabajo sencilla y una mínima distribución del conocimiento, la identidad no entraña necesariamente un problema; en este sentido, digamos, la identidad colectiva en este tipo de sociedades está sustentada en un pensamiento social mediado por la palabra, la conversación. Es decir, los hombres se construyen a sí mismos y a los otros a través del lenguaje.

Una de las características de la sociedad contemporánea es ser racional, es poder dar razones de lo que uno es y lo que uno hace; todo lo cual supone algo así como un centro de la persona que irradie normas, intenciones, sentidos, sin por ello perder las riendas de toda empresa. La pregunta por la racionalidad y la identidad se encuentran estrechamente vinculadas.

Ahora bien, tendremos que considerar que la identidad no se daría sin la diversidad, la diferencia. Podemos decir "yo" porque hay "otros" iguales a mí, y a la vez distintos. Berger y Luckman comentan:

La identidad es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad (Berger y Luckman, 1972:119).

es decir, no hay identidades fuera de un contexto social concreto y de un proceso de socialización que pasa por diversos momentos, en donde, a través de la "socialización primaria" el yo se sitúa en la familia, la escuela, en el barrio, haciendo reflejo de las actitudes de los demás frente a él; ahí aparecen los significados básicos y las primeras normas.

La socialización secundaria viene después; por medio de ella el individuo adquiere el conocimiento específico de los roles; ahí hay menos internalización con los otros para mantener la "realidad subjetiva".

Para poder llegar al concepto de identidad social urbana tenemos que considerar primero, los elementos que propone Tajfel, en cuanto a su concepto de identidad social:

Es aquella parte del autoconcepto de un individuo que se deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales conjuntamente con el significado valorativo y emocional asociado a esta permanencia (Tajfel,1984:292),

Tajfel plantea el hecho de que la identidad social fundamentada de un individuo o determinados grupos o categorías implican la acentuación perceptiva de las semejanzas con el propio grupo y las diferencias de esta perspectiva comparativa con la identidad social.

En esta línea de análisis encontramos que Proshansky (1994) desarrollo el concepto de la identidad de lugar, que es considerada como:

Una subestructura de la identidad del self y consiste en un conjunto de cogniciones referentes a lugares o espacios donde la persona se desarrolla en su vida cotidiana y en función de las cuales el individuo puede establecer vínculos emocionales y de pertenencia a determinados entornos (Proshansky,1994:23).

Detrás de estas líneas se encuentra la consideración del entorno urbano como algo más que un escenario físico donde se desarrolla la vida de los individuos, siendo un producto social fruto de la interacción simbólica (Guidens, 1987) que se desarrolla entre los individuos compartiendo un entorno urbano, representando a nivel simbólico un conjunto de posibles características definiendo a sus habitantes como pertenecientes a una determinada categoría urbana.

Teniendo en consideración estos elementos retomaremos la premisa fundamental de Lalli (1994) en cuanto a identidad urbana, siendo para este autor:

ser parte de un determinado residente de un determinado pueblo, como comunidad, implica también demarcarse en contraste con el resto de la gente que no vive ahí (Lalli, 1994:20).

Para Lalli la identidad urbana cumple con otra función fundamental:

permite internalizar las características especiales del pueblo basadas en un conjunto de atribuciones que configuran una determinada imagen de éste (loc. cit.).

Podemos decir que los individuos mantienen su identidad social también en base a considerarse pertenecientes a un espacio determinado, siendo la identidad urbana una subestructura de la identidad social.

En el momento que se pueden concretar las principales características que definen a la identidad social urbana asociada a un determinado entorno urbano, Sergio Valera y Enric Pol (1994) nos ofrecen las siguientes:

- 1) El sentido de pertenencia como categorización social.
- 2) Niveles de abstracción categoriales.
- 3) Categorías sociales urbanas.
- 4) Construcción social de las categorías sociales urbanas.
- 5) Dimensiones categoriales.
  - 5.1 Dimensión categorial.
  - 5.2 Dimensión psicosocial.
  - 5.3 Dimensión temporal.
  - 5.4 Dimensión conductual.
  - 5.5 Dimensión social.
  - 5.6 Dimensión ideológica.
- 6) Interacción de las dimensiones categoriales.
- 7) Las relaciones ecológicas entre comunidades urbanas.
- 8) Jerarquización categorial.
- 9) Elementos simbólicos.

Los propios argumentos de los diversos teóricos atados a lo largo de este capítulo, es de importancia destacar su aportación sobre los procesos de identificación social en relación con el entorno urbano, resultando un punto de partida fundamental del cual interpretar y contextualizar las diversas aportaciones de la Antropología, Sociología y Psicología Ambiental, así como para poder desarrollar conceptualizaciones teóricas hacia el estudio de los fenómenos sociales (urbanos) que se dan en las ciudades.

# CAPITULO IV

### 1.1 HETEROGENEIDAD Y CONSUMO CULTURAL.

La ciudad se construye no sólo con los ladrillos, el concreto y el asfalto que se acumulan día a día, la ciudad es también construcción simbólica, espacio y tiempo que se entrelazan para decir problema, futuro, cambio, desafío.

Al iniciar el análisis coloca ante una incesante búsqueda de herramientas teóricas y metodológicas que nos permitan aprender los espacios públicos en su complejidad, contradicción como la organización de la heterogeneidad, o a la manera de Hanerz (1980), como entramado material y simbólico; escenario, proceso y producto de prácticas cotidianas. Ahí en ese espacio, que uno quiere terso y sin fisuras, están las desigualdades, los desniveles, el nudo de tensiones en el que se debaten las ciudades del México del fin del milenio: el de la tradición e innovación, el de la transformación y la conservación. Desde ese nudo es que podemos aprehender las relaciones complejas entre estructuras y prácticas, entre formas de participación y control.

Al salir de casa nos encontramos ante múltiples imágenes tanto de situaciones, como de acontecimientos; quizás sean vitrinas, ruidos o prohibiciones, Nos encontraremos con el choque de la gente y de las normas; caminaremos por las calles avanzando hacia lo conocido, desconocido, descubriendo territorios y personajes en algún barrio, para después adentrarnos a la ciudad. Esta aspiración de "adentrarnos" nos ofrece una estructura urbana diversificada, con posibilidades de vida colectiva.

En el acceso a un espacio local, se empieza por recorrer las calles y a distinguir el medio físico urbano, de las personas que se ven, se respiran; teniendo ante ellos la diversidad de actividades y personas haciendo uso de la ciudad, o de forma más determinada un espacio local, ya sea de trabajo, consumo o diversión. El recorrido que puede suceder por las calles puede ser con curiosidad o temor, porque a menudo, otro espacio, otro grupo, les resultarán desconocidos, reconociendo no sólo las diferencias, sino también las desigualdades. Un recorrido por un espacio local nos podría permitir descubrir su morfología y formas, así como también sus usos y funciones, comenzando a constituirse claves y modelos para interpretar la sociedad en que viven.

En la ciudad, como en un espacio público, existen zonas centrales como zonas de paso, a las que asisten diversos actores sociales, donde establecen relaciones entre formas y actividades ante la diversidad de usos de la ciudadanía y la jeraquía social así como la ciudad, un espacio local; es lugar de símbolos múltiples, de los signos permanentes o cambiantes. Todos los espacios tienen un atributo, todo tiene más significados que se añaden a los aparentes o funcionales, como las luces de la ciudad no sólo iluminan, sino que jerarquizan, la publicidad pegada por todas partes fijando modas y valores. Esta ante nosotros otra forma de comunicarnos, el lenguaje que nos ofrecen los espacios públicos es tan variado, que desde la infancia nos hemos familiarizado con diseños e imágenes que corresponden a modas culturales diferentes que el significado del objeto queda a interpretación del sujeto o del actor social (Saussure, 1916).

El lenguaje nos permite comunicarnos con nuestros espacios, puede ser por medio de las máquinas, aunque sea de manera global, concentrando sus diversas expresiones: con señales de tránsito, cajeros automáticos, puntos 'self-service' de información, utilización masiva de dinero de plástico; creandose así, verdaderos códigos en un espacio determinado, lenguajes mediados por la multiplicidad y la

diversidad de la vida urbana con los que actores sociales se familiarizan, socializan sin percatarse de ello. Estos lenguajes les serán indispensables no solamente para vivir su cotidianidad urbana, sino, sobre todo para adaptarse a los requerimientos del futuro. Finalmente los sujetos sociales descubrirán en el espacio público un conjunto de sensibilidades, incluso de identidades colectivas. La adquisición de todo esto va unida a la posibilidad de hacer vida en grupo, de asociarse, pero de manera más general, mediante el acceso a la diversidad de ofertas urbanas, ya sea culturales, deportivas, de espectáculos y no solamente por medio de la oferta formalizada, como en centros culturales, conciertos, competiciones deportivas, etc; sino también la que puede descubrirse cada día en las calles.

Por medio de la máxima información y movilidad, múltiples ofertas culturales y de consumo, infinitas posibilidades de relaciones sociales, gran diversidad de actividades; por medio de ellas el espacio se vive, recuerda y proyecta; donde de manera teórica todo es posible, dado que en la práctica el mismo desarrollo de las ciudades niega las posibilidades que ofrece.

Recordar que un espacio público también es la gente que asiste a él, y que ésta le da su significado ; descubrir a la gente, es por tanto, descubrir sus diferencias. El espacio sólo puede existir sobre la base de la tolerancia (Cisneros, 1994), por que hoy en día no creo que haya espacio homogéneo, sino dividido en grupos, procedencias, y valores. Es el resultado de la diversidad de orígenes y actividades de la población; pero estas diferencias se traducen en desigualdades y conflictos. El espacio impulsa a construir identidades en grupo, para defenderse, proyectarse colectivamente, intervenir en los conflictos. Pero, al mismo tiempo, la sociedad urbana es una oferta de convivencia e incluso de solidaridad, por que ahí se manifiestan, a la vez, las injusticias de la desigualdad con la utilidad de cada uno y la necesidad de vivir en común cada día.

En el espacio público la identidad colectiva se apoya en la adhesión al pasado, actualizando permanentemente en el territorio y la construcción, la memoria y los símbolos, los usos y las fiestas, las asociaciones y manifestaciones. La identidad se refuerza día a día, la inevitable coordinación de funciones y actividades de los actores sociales se basan en comercio y cultura. A todos los niveles, de todas las maneras, proyectos de una parte o de otro; a corto o a largo plazo, referentes solo a algunas actividades o aspiraciones, ya sea de carácter deportivo, económico, ecológico o de carácter global; el espacio que no genera un patrocinio activo, espíritu competitivo y una fuerte ilusión creadora, esta condenado a la decadencia y no generaría los recursos que permitan a los jóvenes acceder a proyectos colectivos.

En el espacio público se produce una dinámica integradora o socializadora que puede llegar a donde quiera: actos y espectáculos públicos, asociacionismo o grupos informales de base, elementos simbólicos de identidad colectiva, fiestas, organización política, democrática y participativa, etcétera, además de la integración por la escuela y el trabajo, unido a ello el consumo. Pero también actúan dinámicas contrarias, exclusivas y excluyentes, privatización de espacios públicos, como centros comerciales o conjuntos residenciales, proliferación de modas, actividades y locales dirigidos a grupos elitistas, dominación oligárquica de las grandes instituciones públicas o privadas, teóricamente de carácter social, como los clubes deportivos.

La noción de heterogeneidad, o mejor dicho para este caso, heterogeneidad cultural, que nos remite a un doble fenómeno, según

Brunner

el primero, de segmentación y participación en un mercado mundial de mensajes y símbolos, cuya gramática que le subyace en la hegemonía sobre el imaginario de gran parte de la humanidad; y segundo, de participación diferencial según códigos locales de recepción, grupales e individuales, en el movimiento incesante de circuitos de transmisión (Brunner, 1992:102).

Hablar de heterogeneidad cultural es distinto a hablar de culturas diversas (subculturas) de etnias, clases, grupos o regiones, a una mera superposición de culturas; se encuentren éstas o no en contacto con una forma de sintetizarse. Volviendo con Brunner, en cuanto a la participación segmentada y diferencial en un mercado internacional de mensajes que "penetra" por todos lados y de maneras inesperadas al entramado local de la cultura, llevando un rompimiento de los sentidos consumidos, producidos, reproducidos y la consiguiente desestructuración de representaciones colectivas, fallas de identidad, anhelos de identificación, confusión de horizontes temporales, parálisis de la imaginación creadora, pérdida de utopías, etc; pareciera ser que los valores han sido sustituidos por otros que aprovechan las renovaciones del mercado de la época.

Para García Canclini esta heterogeneidad

es el resultado de la coexistencia de formaciones culturales originadas en diversas épocas, propiciando cruce de hibridaciones que se manifiestan en el consumo con más intensidad que en las metrópolis, en donde, las hibridaciones de los consumos no son homogéneos, en donde, las diferencias sociales se manifiestan y reproducen con las distinciones simbólicas que separan a los consumidores: a quienes asisten a los museos y conciertos, de los que no van; quienes usan artesanías pragmáticamente de los que se detienen en sus connotaciones simbólicas (García, 1991:36).

La heterogeneidad cultural, tanto en lo que concierne a expectativas y demandas de la sociedad como a sus gustos y costumbres exige, por lo tanto, investigar no solo las políticas de producción y distribución de los bienes simbólicos, sino también los actos cotidianos de los habitantes de la ciudad.

El consumo como síntoma de heterogeneidad cultural, entendiendo como consumo a un conjunto de procesos socioculturales que se realizan en la apropiación y los usos de los productos (id., 1990:75), o bien de consumo cultural, como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los

valores de uso y de cambio, o la dimensión simbólica, es decir, la gente consume en escenarios diferentes y con lógicas distintas, desde la tienda de la esquina hasta los macrocentros, como una manera de interacción entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada, ofertas heterogéneas que se relacionan con los hábitos y gustos dispares.

Cabe aclarar que la dimensión cultural de consumo y las formas de apropiación y usos en el estudio de éste, no sólo lo debemos de entender como la indagación estadística del modo en que se compran las mercancías, sino también como el conocimiento de las funciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes, es decir, los propios consumidores van mezclando estrategias necesarias para adaptarlas a la vida cotidiana, además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es cargarlos de significados.

Al hablar del conjunto de los procesos de apropiación y usos de productos sobre los diversos valores de uso y cambio, revela el resultado de la coexistencia de formaciones culturales originadas en diversas épocas, propiciando cruces e hibridaciones que se manifiestan en el consumo como muestra de heterogeneidad.

Hacer referencia a la heterogeneidad no sólo desde el punto de vista del consumo cultural, sino también, lo que concierne a expectativas y demandas de la sociedad con sus gustos y costumbres, exige, por lo tanto, investigar no sólo las políticas de producción y distribución de los bienes simbólicos, sino también los actos cotidianos de los habitantes de la ciudad, donde debe tomarse en cuenta la relación entre espacio urbano y oferta cultural.

EL espacio público es una buena manera para poder observar y decir sobre la propia constitución de los sujetos sociales que interacciona en una sociedad como la nuestra. Es entonces, aquí donde puede tener diversas funciones, como por ejemplo, normativizar y socializar a un nivel local o macro, también donde puede existir la pérdida de la vida pública y preservar la individualidad, para mantener un equilibrio en el orden social.

Ahora bien, podríamos observar si las características de la situación y dinamismo de la sociedad moderna tiene una relación con los actores sociales cuando se encuentran en un espacio público, como lo es el centro de Coyoacán, donde se dan cita los fines de semana un sin número de personas en donde el evento de la vida cotidiana, y que da tradición a este lugar, es el intercambio que ahí se realiza; que como puedes ir a tomar un helado o café, a escuchar música o bien, entretenerse con los mimos, así como caminar por el lugar asimilando todo lo que hay a tu alrededor, podemos hablar de estilos variados al respecto, pero lo más importante de estos, es que de alguna manera las instituciones constituyentes de actores sociales como lo son la familia, la iglesia, el Estado, etc; han pasado por un proceso de modificación, por así llamarlo.

Heterogeneidad y espacio, si suponemos que existe algún principio básico en cualquier momento determinado, pero lo más sorprendente que en la sociedad, es que si bien, incorpora la gran masa, crea una mayor variedad y diversidad, un sin fin agudizado de experiencias, a medida que más aspectos del mundo, llamese geográficos, políticos o culturales, entran en la visión de los sujetos; esta ampliación de su horizonte está mezclado, esta búsqueda de lo nuevo, sea como fuera o como un esfuerzo de un "modo" por diferenciarse de los demás, constituye en sí misma la creación de un nuevo estilo o de una modificación de lo que se ha establecido.

El espacio, la cotidianidad y la reproducción capitalista, son los tres elementos que considera Lefebvre para su concepción de lo urbano y que los encuentra íntimamente ligados ya que la reproducción capitalista se lleva a cabo día con día, como un acto cotidiano el espacio como la apropiación y reproducción de la vida cotidiana (Lezama, 1992).

Por otro lado, mientras que F. Tönniese se preocupa por analizar las modalidades del cambio social distinguiendo las formas contrastantes de la conducta social por medio de los conceptos de comunidad y sociedad; a la vez que G. Simmel hace hincapie en el plano de la organización social que se concreta en la sociedad y que culmina en la metrópoli.

Simmel (1988) retoma la idea de Tönniese según la ciudad aparece como el punto culminante de una evolución social que desde el advenimiento de la sociedad industrial ha sido guiada por la necesidad de racionalizar todos los ámbitos de la vida social, en este sentido la ciudad es vista como la obra más acabada de la racionalidad capitalista; sosteniendo por lo tanto, que la ciudad genera una manera de interacción social que se basa en el anonimato y desarrollo de las relaciones impersonales que se hacen patentes en la indiferencia y la superficialidad (Simmel, 1988). Los productos de trabajo que se convierten en el vehículo de interacción parecen entrar en ellos mismos en relaciones directas, y estas se expresan como fracciones equivalentes, volúmenes, medidas y sin importar sus componentes subjetivos.

Las características de una ciudad, como lo son la despersonalización, el individualismo, la libertad y la racionalidad, no son explicadas por Simmel como consecuencia inherente a la ciudad misma, sino más bien, como resultado o expresión de las relaciones sociales que allí predominan.

El concepto que unifica y constituye la matriz analítica del análisis espacial, es el modo de producción bajo la perspectiva de lo urbano que se expresa en los problemas del crecimiento de la ciudad; y también bajo la perspectiva de lo cotidiano que es el ámbito de la alienación, producto de un consumo programado.

CAPITULO  
A

## C A P Í T U L O        V

### P Ú B L I C O        Y        P R I V A D O

#### 5.1 BREVE SEMBLANZA DE LO "PÚBLICO Y PRIVADO".

La historia de las palabras "público y privado" constituyen elementos claves para la comprensión de los primeros usos a los que fueron asignados. Para lo cual la palabra *público* en inglés identifica lo "público" en el bien común de una sociedad. En 1470 por ejemplo, Malory hablaba del: "emperador Lucio... dictador o administrador de la voluntad pública de Roma". Alrededor de 70 años más tarde se le agregó el sentido de *público* a aquello que es manifiesto y abierto a la observación general. Hall escribió en su *Crónica de 1542*: "Su rencor interno no podía contenerse sino que debía vocearse en lugares públicos y también privados" (Hall,1542).

El término de *privado* se utilizaba aquí para significar privilegiado a un alto nivel de gobierno. A fines del siglo XVII, la oposición entre *público* y *privado* fue menos clara que la forma en que se utilizan los términos en la actualidad. Mientras que *público* significa abierto a la consideración de cualquiera, *privado* significa una región de la vida amparada y definida por la familia y los amigos, según Sennett (1978).

Los significados otorgados a *le public* en francés muestran una situación similar; el uso renacentista de la palabra fue empleado en función del bien común y del cuerpo político, paulatinamente, *le public* se transformó también en una región especial de la sociabilidad.

En alguna oportunidad, Eric Averbach realizó un estudio exhaustivo de la definición moderna de *el público*, apareciendo por primera vez en Francia hacia la mitad del siglo XVIII, dirigiéndose a público que constituía la audiencia de las obras de teatro; descubriendo que en realidad este público teatral consistía en un grupo minoritario; un hallazgo en función de la vida cortesana pero no tan obvio según la vida urbana.

Al comenzar el siglo XVIII, el sentido de quien era *el público* y donde se encontraba uno cuando estaba en público se volvió más amplio, Sennett nos relata que la burguesía se interesó menos por ocultar sus orígenes sociales; las ciudades que habitaban se transformaban en un mundo en el cual comenzaban a relacionarse grupos muy diferentes de la sociedad. En consecuencia, para la época en la que la palabra *público* había adquirido un significado actual, no aludía solamente a una región de la vida social localizada al margen del dominio de la familia y de los amigos íntimos, sino que aludía también a una diversidad de personas relativamente amplia.

Existe una palabra asociada lógicamente a un público urbano multiforme; "cosmopolita". Un cosmopolita, según el uso francés registrado en el año de 1738, es un hombre que se mueve cómodamente en la diversidad. Se encuentra cómodo en situaciones que tienen un vínculo o paralelo con aquello que le es tan familiar. El mismo sentido de la palabra apareció en el idioma inglés, pero no fue muy empleado hasta el siglo XVIII (Sennett, 1978:27).

Por lo tanto, para Sennett, el público viene a significar una vida que transcurre fuera de la vida familiar y de los amigos cercanos. En la región pública, los grupos sociales distintos habían de llegar a un contacto indefectible. La ciudad capital constituía el foco de esta vida pública; estos cambios fueron correlativos a condiciones de la conducta y de los términos de la creencia en las ciudades cosmopolitas.

Sennett (1978) venía realizando estudios sobre las apariencias visuales y verbales en público. Las diferencias producidas entre lo público y privado, las ambigüedades de esa distinción que recién comenzaba a aparecer en un nuevo movimiento político, las teorías contemporáneas del hombre como actor y de la relación del teatro con la ciudad, y finalmente, las condiciones morales de la capital del *ancien régime*; habiendo establecido un movimiento histórico, en su obra explora el significado del desequilibrio entre lo público y lo privado en sociedades occidentales actuales.

De alguna manera podemos considerar lo anterior como la era de la constitución de parques urbanos masivos (o bien espacios públicos), donde los primeros intentos de hacer que las calles se adaptarían al propósito específico de los paseos como una forma de relajamiento. Fue, en espacio y tiempo; la era en la cual los salones de café, luego las cafeterías y las posadas se transformaron en centros sociales. Las diversiones urbanas se difundieron fuera de un pequeño círculo de minorías y hacia un espectro más amplio comenzaron a adoptar algunos de los hábitos de sociabilidad, como los paseos por los parques que constituían al principio un lugar exclusivo de la minoría, caminando por los jardines.

Tanto en conducta como en creencia, los habitantes de las capitales del siglo XVIII intentaron definir lo que era y lo que no era la vida pública. La línea trazada entre lo público y lo privado era aquello sobre la cual los reclamos de la civilidad, compendiados por la conducta pública cosmopolita estaban equilibrados con los reclamos de la naturaleza, compendiados a la vez por la familia.

Mientras que el hombre se hacía a sí mismo en público, realizaba su naturaleza en el dominio privado, sobre todo en sus experiencias dentro del núcleo familiar. En forma conjunta, lo público y lo privado crearon aquello que no podría denominarse como un "universo" de relaciones sociales.

La lucha por el orden público en la ciudad del siglo XVIII y la tensión de los reclamos de la vida pública y privada constituyeron los términos de una cultura "coherente" a pesar de que hubo excepciones, desviaciones y modos y alternativos como los hay en cualquier período. Per sí existió un equilibrio de la geografía pública y privada en tiempos de la Ilustración, y en él se destaca el cambio fundamental de las ideas de lo público y lo privado; teniendo en consideración las resoluciones a últimos de siglo y la aparición de un capitalismo industrial.

Tres fuerzas estaban al servicio de ese cambio, en primer lugar, una doble relación mantenida en el siglo XIX por el capitalismo industrial nacional con la vida pública en la ciudad; en segundo lugar, una reformulación del secularismo originado en el mismo siglo y que afectaba en el modo en que la gente interpretaba lo extraño y desconocido; en tercer lugar, que se transformó en debilidad, erigida dentro de la estructura de la vida pública.

La burguesía continuó creyendo que las gentes experimentaban "en público" sensaciones y relaciones humanas que no podían experimentarse en ningún otro ambiente o contexto social. En público significaba ahí donde se producía y era tolerada la violación moral; en público uno podía quebrar las leyes de respetabilidad; lo público, como un dominio inmoral, significaba algo bastante diferentes para hombres y mujeres. Por otra parte, a mediados del siglo pasado, la experiencia obtenida en compañía de extraños vino a representar una cuestión de urgente necesidad en la formación de la personalidad.

La cambiante importancia entre vida pública y privada ha concitado la atención de muchos escritores en la sociedad moderna, entre los cuales se encuentran R. Sennett (1978), donde menciona que ha venido existiendo ciertas confusiones, las cuales las divide en dos:

La creación de espacio público representa el paralelo social adulto de esta distinción psicológica de la infancia, con resultados similares; la capacidad de simbolización de una sociedad se enriquece porque la imaginación de aquello que es real, y por lo tanto verosímil, no se encuentra ligada a la verificación lo que es rutilantemente sentido por el yo (Sennett, 1978:50).

Otra aproximación moderna a los problemas de la vida íntima ha estado ciertamente interesada en estas causas y mucho menos interesada en el emergente moral y complejidades psicológicas. Esta aproximación esta encarnada en el trabajo realizado por los miembros del Instituto para la investigación social (Escuela de Frankfurt) después de la segunda guerra mundial (Guiddens, 1987); la creación de una geografía pública tiene, en otra palabras, una estrecha relación con la imaginación como fenómeno social. Siguiendo el estudio que Sennett realiza, nos dice:

Aclarando algunas de las ideas utilizadas por este autor, para describir el desequilibrio de los reclamos psicológicos y sociales en la cultura moderna, por un lado se encuentran los escritores que están interesados en la condición moral de una sociedad desistiendo de la visión psicológica, por otro lado, se encuentran aquellas que buscan explicar los orígenes históricos de dicho cambio empleando la terminología de tradición marxista.

Las consecuencias implicadas son tan diversas como lo es el desgaste del espacio público en las ciudades, la conversacion del discurso político en términos psicológicos y la designación de la propia impersonalidad como un mal moral.

7) A causa de toda generalidad de estos temas, los escritores que los asumen o parecen estar escribiendo sobre otro tema o al menos están intentando hacerlo embebidos en la idea del desgaste del dominio público.

Por lo que respecta a una sociedad urbana que enfrenta un problema común de público para el extraño y la persona que resuelve ese problema a través de códigos comunes de creencia, por lo tanto, crea un sentido de dominio público significativo en la sociedad, es probable que la expresión humana sea concebida en términos de gestos y símbolos que son reales, independientemente de quien haga el gesto o emplee el símbolo.

Los modos de expresión pública y privada no son tan contrarios como alternativos. En público, el problema de orden social se satisfizo con la creación de signos en privado, el problema de la condición humana; parece ser que este equilibrio se estructuró por medio de lo que llamamos impersonalidad, es decir, ni en público ni en privado "los accidentes del carácter individual" constituían un principio social.

En público uno observaba, se expresaba a sí mismo, en función de aquello que desea comprar, pensar, aprobar; no como un resultado de interacción continua sino luego de un período de atención pasiva, silenciosa, focalizada; por contraste, *privado* significaba un mundo donde uno podía expresarse directamente toda vez que era presionado por otra persona, lo *privado* era un mundo donde reinaba la interacción (Sennett, 1978).

La personalidad apareció en público porque una nueva concepción secular del mundo hizo su aparición en la sociedad. Es aquí donde la personalidad entra en el esquema de creencia inmanente. En el siglo pasado, la personalidad se transformó en el modo de pensar acerca del significado implícito en la vida humana, que llegó a diferir de la creencia en el carácter natural de la ilustración de tres modos importantes. Primero, la personalidad era concebida como variando de persona a persona, mientras que el carácter natural era el hilo común que corría a través de la humanidad. Segundo, la personalidad a diferencia del carácter natural, esta controlada por la conciencia de sí mismo. Finalmente, la personalidad moderna difiere de la idea del carácter natural en que la libertad de sentir en un momento dado parece una violación del sentimiento convencional "normal" (Sennett, 1978).

De esta manera podemos decir que durante el siglo pasado, la personalidad estaba compuesta por tres términos: la unidad entre impulso y apariencia, autoconciencia del sentimiento y espontaneidad como anomalía. La raíz de la personalidad fue una clase de creencia secular; la naturaleza trascendente fue reemplazada por la sensación inmanente y el hecho inmediato como el arduo centro de la realidad.

Si nos pusieramos a pensar de un fin de la vida pública es referirse en primera instancia a una consecuencia, comenzando con una contradicción en la cultura del siglo pasado. La personalidad en público era una contradicción en sus términos; en segunda instancia, es hablar de una negación, en la represión ejercida por el mundo victoriano sobre sí mismo cuando la confusión de la personalidad y la conducta pública se agudizó.

La estructura de una sociedad íntima es de dos aspectos. Por un lado, el narcisismo es movilizado en las relaciones sociales, por otro lado, la experiencia de revelar los propios sentimientos a los demás se vuelve destructiva.

### 1.1.1 *Lo Público y Lo Privado; Las Plazas Públicas y La Calle.*

El modo y las formas de comunicación las he encontrado en la calle y de manera más específica en la plaza pública, siendo esta un lugar horizontal, amplio, abierto, y que produjo, entre otras cosas, diversos fenómenos sociales; entre ellos el de la comunicación (Fernández, 1991) Con lo que respecta a la calle, Pablo Fernández nos relata que en la Edad Media se venían desarrollando, desde la plaza principal, donde se llevaban a cabo festividades, torneos, teatros.

Lo que se perdió en el medievo fue la forma pública de autogestión de la colectividad, pero en todo caso, el *espacio público urbano* en su conjunto, calles y plazas, como un lugar colectivo donde se reúne lo público y lo privado o todas las formas imaginables con el único propósito de reunir toda la comunicación en un mismo espacio.

Para Pablo Fernández lo público se puede entender como:

todo aquello (ideas, sensaciones, gestos, objetos, colores, 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 dado y que no funciona como real, aunque otros tengan una realidad duradera (Fernández, 1991: 95)

Lo público y lo privado son dos palabras opuestas, son como lo dice el mismo autor: "perspectivas del espíritu"; lo público tiende a ser opuesto en palabras porque en el lenguaje, de manera de que una gran parte de la población puede ponerse de acuerdo y mantenerse en lo que respecta a sus significados.

CAPITULO  
III

## CAPITULO VI METODOLOGIA

### 6.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿ Cuáles son los significados que los usuarios asignan a la Plaza Hidalgo y Centenario ?

Para la presente investigación se ha tomado para su estudio la plaza Hidalgo y Centenario, ubicada al sur de la Ciudad de México y al centro de la Delegación Coyoacán; con el fin de ejemplificar en un contexto específico diversos indicadores donde se cumplen distintas funciones para la población que la visita los fines de semana o diariamente, sobre el uso del espacio.

En este trabajo me he propuesto describir los procesos a través de los cuales las personas perciben, usan y demandan los bienes culturales, considerando las diferencias urbanas y culturales que forman parte de los "escenarios" donde la gente genera y convive con "lógicas distintas" entrecruzando sus necesidades y deseos culturales; espacios donde las diferentes grupos sociales interactúan "en una trama comunicacional segmentada"

## 6.2 OBJETIVOS .

### OBJETIVO GENERAL

Analizar la relación existente entre el uso de un espacio público de uso colectivo (como la Plaza Hidalgo y Centenario) con el perfil de la población y tipo de consumo cultural y conocer el significado que los usuarios asignan a dicha plaza.

### OBJETIVOS PARTICULARES.

- a) Conocer el significado que los usuarios asignan a la Plaza Hidalgo y Centenario.
- b) Conocer cuáles son las estrategias de construcción de lo público y lo privado entre los usuarios en la Plaza Hidalgo y Centenario.
- c) Conocer cómo se establecen las redes de comunicación entre los usuarios en la Plaza Hidalgo y Centenario.
- d) Analizar cómo se manifiesta, ya sea en su construcción o expresión, el fenómeno de tolerancia.

### 1.3 JUSTIFICACION.

El centro de Coyoacán cumple distintas funciones para los residentes del lugar sea por la población flotante que la visita los fines de semana o diariamente, o para los habitantes de Coyoacán que viven en otras zonas de la delegación,

El centro de Coyoacán no sólo cuenta con una oferta cultural y de recreación para un público restringido. La Plaza Hidalgo y Centenario ofrece alternativas culturales y recreativas diversas que atraen a una población muy heterogénea.

En el quiosco de la delegación se presentan distintos espectáculos de música popular, donde actúan grupos escolares y artistas jóvenes hasta profesionales. La plaza es un lugar abierto para la presentación de grupos independientes que se ganan la vida con la colaboración espontánea de quienes pasan algunos minutos viéndolos bailar, cantar o pintar. Los mimos, los grupos de música folklórica o de teatro, los pintores de "spray", etcétera, son parte de este lugar.

El "ambiente" de Coyoacán es parte de la oferta cultural de la zona; la plaza brinda a sus visitantes, además de una alternativa específicamente cultural, un ambiente pueblerino donde nieves, las taquerías y otros lugares de consumo popular crean un lugar "especial", muy agradable para estar con los amigos o la familia. Los fines de semana esta gran variedad de público que transita la plaza la usan y se apropian social y culturalmente de diferente manera.

Es de esta manera que puedo considerar las diferencias urbanas y culturales que vienen a ser parte de la plaza donde la gente consume, y a la vez se generan y conviven "lógicas distintas" que se entrecruzan cuando las personas o los usuarios buscan satisfacer sus necesidades y deseos culturales.

#### 4 PROCEDIMIENTO METODOLOGICO.

La preocupación por conocer los usos y significados culturales en distintas experiencias de la vida urbana, vinculadas con manifestaciones psicológicas y sociales que los usuarios asignan a la Plaza Hidalgo y entenario, en efecto me he propuesto averiguar dicho fenómeno que encaminado a tal propósito se diseñó una guía de entrevista-encuesta (ver anexo A).

Como podrá comprenderse, reunir en una guía de entrevista-encuesta tantas inquietudes referidas a los modos de uso y significado que se asignan a un espacio público es poco menos que imposible, pues se trata, por un lado de un estudio de corte cualitativo, y por otro lado, un estudio de corte cuantitativo, este último dejando fuera la reflexión espontánea de la vida cotidiana y sus expresiones. No obstante su elaboración ha permitido poseer un cuadro de respuestas que me han llevado a conocer los alcances y limitaciones del método propuesto, encaminado a poder responder a estrategias representativas de una colectividad urbana a nivel local.

A pesar del interés y propósitos referentes tanto de alcance subjetivo como representación imaginaria, se regresó al uso de ciertas técnicas estadísticas, en especial al de tablas de frecuencias.

La metodología para la siguiente investigación se llevó a cabo de forma paralela tanto de corte cualitativo como cuantitativo, donde se realizó lo siguiente :

Primero, un estudio exploratorio en la Plaza Hidalgo y Centenario, con el propósito de tener un acercamiento en dicho lugar y así poder entablar alguna interacción con los posibles informantes. Durante ese ejercicio se recogieron los datos de modo sistemático, no intrusivo y por medio de observación participante, diario de campo; donde surgió la primera aproximación de guía de observación y entrevista.

El arribo a la plaza se llevó a cabo de la siguiente manera:

a) Entre semana: un día por la mañana.

un día por la tarde.

b) Fin de semana: un día por la mañana.

un día por la tarde.

Este primer acercamiento tuvo el propósito de poder obtener una "radiografía" del lugar que como observador participante inicié con interrogantes e intereses generales, que no vendrían a definir el número de los informantes, por lo cual la muestra serán algunas personas que asisten a dicha plaza.

La selección del escenario se pudo obtener bajo fácil acceso al mencionado lugar; además de que se pudo establecer una buena relación con los posibles informantes, en donde se recogieron datos por medio de diario de campo.

Segundo; la aproximación metodológica es de corte cualitativo, donde se llevó a cabo un estudio descriptivo de campo con el propósito de poder ejemplificar en un contexto específico los diversos indicadores donde se cumplan distintas funciones para la población que la visita los fines de semana o diariamente.

Dicho estudio descriptivo consistió en:

a) *Observación participante*; se llevó a cabo por medio de guía de observación, con este ejercicio se involucran los objetivos de la investigación y los informantes.

b) *Diario de campo*; durante este ejercicio se recogieron los datos de modo sistemático y no intrusivo, consistiendo en obtener, desde el ingreso a la plaza, notas de campo detalladas, pretendiendo que la investigación no sea encubierta.

Se han considerado los puntos antes mencionados para enfocar el estudio hacia el uso y significado que los usuarios asignan a la Plaza Hidalgo y Centenario, para tal efecto se han tomado en cuenta los siguientes estratos o tipo de entrevista:

1. Individual.
2. Grupo de amigos.
3. Tercera edad.
4. Parejas.
5. Grupo familiar.
6. Personas que laboran de forma ambulante.
7. Personas que laboran en locales establecidos.

También se realizó observación estructurada, para lo cual se creó la siguiente guía de observación que surge del estudio exploratorio:

1. *Elementos físicos*; que sean jardineras, explanadas, monumentos, quiosco, fuentes, inmobiliario; ya sea de carácter jurídico, legal, religioso, administrativo, bancario, diversión, comida, vivienda, librerías, cantinas o bares.

2. *Tipología de la gente*; se observó y entrevistó a la gente que va de paseo, como a la gente que va a laborar (o bien, la que va a entretenerse como la que va a entretener), ya sea en grupos de amigos, parejas o de manera individual.

3. Observar el desplazamiento que tiene la gente; marcando rutas y recorridos por medio de croquis (ver anexo C).

4. Observar los diferentes grupos en constante permanencia, como vendedores ambulantes, y usuarios flotantes que asisten esporádicamente.

Durante este proceso de investigación se tuvo en consideración la guía de observación y entrevista estructurada (la cual fue audiograbada), con el propósito de tener temas claves que serán explorados por un cierto número de informantes.

La muestra fue aleatoria, siendo los usuarios que acuden a la plaza los fines de semana o diariamente.

Tercero; la aproximación metodológica es de corte cuantitativo, con el cual se obtuvo tabla de frecuencias para así poder inferir sobre el porcentaje de personas y de esta forma poder conocer su semejanza con las respuestas.

Se tuvo una población de 96 sujetos, tanto del sexo masculino como femenino y la participación de ambos durante el proceso de recolección de datos (el número que se integran según sea el sexo también tiene relación con respecto al tipo de entrevista, para lo cual pido consultar el anexo B).

# CAPITULO VI

## CAPITULO VII

### ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Se llevarón a cabo una serie de 96 entrevista-encuestas (audiograbadas) a los usuarios que asisten a la Plaza Hidalgo y Centenario, donde las personas fueron agrupadas en el siguiente tipo de entrevistas: individuales, grupo de amigos, grupo familiar, tercera edad, parejas, personas que laboran de forma ambulante, personas que laboran en locales establecidos; con respecto al género participaron tanto hombres como mujeres y en algunas ocasiones se llevó a cabo en forma mixta. Ahora, por cada pregunta se realizó una tabla de frecuencia, y de esta forma conocer su semejanza en las respuestas.

Así mismo y de forma paralela se llevó a cabo un breve análisis de contenido, teniendo cuidado de su relación con los datos obtenidos por la tabla de frecuencias.

A continuación se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos:

Los datos obtenidos por la tabla de frecuencias nos muestran que la mayor parte de la población fue el grupo de amigos, con un 29.30%, siguiendo las entrevistas de tipo individual con un 19.20%, sumando el 50% de la población. De lo anterior podemos empezar hablar sobre la diversidad que viene a caracterizar el espacio público que nos hemos venido refiriendo.

En el proceso de recolección de datos se encontró que la participación del sexo masculino fue la población que mostró un mayor porcentaje (43.45%); así mismo la participación del sexo femenino fue del 34.35%, y así mismo la de ambos sexos en el momento de entrevistarlos; ya sea en grupo familiar o de amigos, o bien de parejas, representan el 19.20% de la población total.

Para la siguiente parte del análisis e interpretación de los resultados se ha considerado el siguiente orden a fin de exponer las preguntas de la guía de entrevista-encuesta con respecto a las diferentes respuestas y temáticas propuestas por los informantes:

1. *Caracterización del espacio público por los informantes, su experiencia y frecuencia de uso.*

Por medio de la inquietud de conocer la importancia de la plaza se pudo obtener que la mayor parte de los informantes tiene, de alguna manera, cierta familiaridad con el lugar, en el sentido de que vivían a los alrededores de lo que es el centro de la Delegación Coyoacán o sus padres los llevaban a pasear por éste; de alguna manera así nos lo demuestran algunos de nuestros entrevistados:

" Bueno...desde hace muchísimo tiempo... yo vivía por aquí cerca, como a la edad de cinco años y pues... acostumbra mis padres a venir por aquí " (Entrevista individual, sexo femenino).

No cabe duda que la gente atrae a la gente, por lo menos es lo que se logró observar al indagar sobre qué les llamaba más la atención. Esto se puede indicar en nuestra tabla de frecuencias con un 20.22% alguno de los informantes nos dice lo siguiente:

" La gente, la variedad de gente, la típica familia, el típico pez tropical exótico... los punketas" (Entrevista individual, sexo femenino).

Cuando hablamos de la diversidad de la gente nos referimos a los boleros, cilindreros, burocratas, cómicos, punketas, artistas, hippies, en fin, la lista pudiera ser bastante grande como sus mismas manifestaciones culturales.

Con respecto a la frecuencia con la que asisten al lugar los resultados los presento en orden descendente, según la tabla de frecuencia:

De 1 a 3 veces al mes 21.0%.

Regularmente diario 21.0%.

De 1 a 3 veces por semana 20.0%.

Cada tres meses 11.0%.

En función del proceso de recolección de datos, sólo una persona declaró que era la primera vez que asistía a la plaza, es importante mencionar que casi la mitad del porcentaje considera cierta familiaridad con el lugar, ya sea por cuestiones de trabajo o por motivos escolares, indicando la razón por la que asisten a éste lugar.

Al indagar sobre lo más representativo de la plaza encontramos a la iglesia de San Juan Bautista (más del 45.0%) afirmando la importancia que tienen las construcciones históricas del lugar en relación con su historia, es en parte lo que da significado a la plaza Hidalgo y Centenario.

Se pudo observar que el 23.0% de la población entrevistada conoce a la plaza, anteriormente mencionada, de 1 a 5 años argumentando que su asistencia, hoy en día, se realiza por motivos de trabajo o escolares, por otro lado, el porcentaje encontrado en relación a la gente que la conoce desde hace 20 - 29 años es del 10.0%, ya que algunos de ellos tienen cierta familiaridad con este espacio, en el sentido de que vivían a los alrededores del lugar o sus padres los llevaban a pasear por este lugar; así lo demuestran nuestros informantes:

Híjole... desde hace muchísimo tiempo... de toda la vida... vivimos relativamente cerca, tenemos de conocer como... hace 22 años (Entrevista a grupo de amigos, sexo femenino).

## *2. Evaluación y caracterización de la Plaza.*

El tipo de respuesta con respecto a qué es lo típico de la plaza que pude obtener fue básicamente dentro de las categorías de construcciones coloniales en relación con la historia del lugar (20.21%), unido a ésta se ha incluido la categoría del ambiente pueblerino de Coyoacán. Al respecto se puede mencionar de manera especial su oposición tradición-modernidad que le da identidad y hace distinguirse no sólo de las ciudad de México sino de otras zonas de esta. Las características de este espacio y de las personas que se manifiestan en él crean formas o estilos de vida diferenciándose de otros lugares y construyendo su imaginario urbano por medio de las huellas de su historia sin perder su contexto original en convivencia con el entorno urbano de hoy en día.

Al respecto se puede mencionar de manera especial su relación con la siguiente experiencia racabada, entre algunas otras:

" ... Son las nieves...todo esto,,, porque aquí pasaba el tren para San Angel, había en esa época el tren que hacía el viaje hasta Atizapan y regresaba...además de lo característico de este lugar, sus berbenas domingueras, creo que es el único parque aquí en México que no ha perdido la tradición " (Entrevista a tercera edad, sexo masculino).

Con el propósito de explicar la relación de las categorías, considero que es de suma importancia la historia de Coyoacán en relación con el tipo de construcciones que se vinieron edificando a través de los años y que hoy en día sus edificios coloniales se han intentado preservar vienen a formar parte del pueblo que fue y que es vivido o representado en la actualidad por los sujetos visitantes, ya sea para pasear o laborar. Este espacio viene a representar el ambiente pueblerino; aunado a ello los antojitos mexicanos, los eventos culturales así como sus berbenas domingueras y los diferentes sujetos sociales que han asistido a este lugar. El ambiente que se ha

armado en este lugar ha sido creado por las mismas personas que han distilo a él, siendo un factor importante para atraer a gran diversidad de sujetos que conviven de manera pacífica.

Al investigar sobre el conocimiento de otras plazas, ya sea al interior del D.F. o hacia el exterior, un 80.86% respondió que conoce otras plazas, mientras que el 13.14% de los informantes respondió que no tenía conocimiento. Esta pregunta se realizó con el objetivo de tener una pequeña comparación o un punto de referencia para considerar la importancia y tipicidad del lugar.

Ahora bien, al responder sobre las diferencias, con respecto a otras plazas, los informantes recalcaron el tipo de gente que asiste al lugar es muy importante (12.25%), donde alguno de los informantes nos ofrece lo siguiente:

Pues sus modismos, sus formas de pensar, sus formas de comunicarse, pero en realidad somos casi cortados con la misma tijera " (Entrevista Mimo, sexo masculino).

Ahora bien, hablar de la gente es remitirlos a la diversidad de ella que se da cita en este espacio, ya sea entre o fin de semana, es también mencionar la convivencia a nivel local sin poner en riesgo las diferencias que van desde el género, hasta las formas de pensar, un suceso que para los informantes sólo se puede llevar a cabo en este espacio dadas las condiciones que se han venido estableciendo anteriormente, como lo son su historia, construcciones coloniales, haciendas y la misma gente que viene a formar parte de esta conjunción de elementos.

En lo que concierne a las semejanzas, con respecto a otras plazas, los informantes consideraron que las construcciones arquitectónicas juegan un papel importante para poder establecer semejanzas con otro tipo de espacio público como lo es la Plaza Hidalgo y Centenario, se ve demostrado con un 12.36%, lo cual es ejemplificado con el siguiente fragmento:

Siempre las iglesias con una semejanza y obviamente la forma de las lavas, el quiosco, las bancas, los árboles " (Entrevista individual, exo femenino)

Podemos decir que las semejanzas de espacios públicos establecidas por los informantes se dirige en el sentido de la conservación del equipamiento físico de la zona, pero también se puede observar que su uso puede tener varias transformaciones, que van desde ir a descansar, caminar, hasta manifestaciones sociales, lo cual no sólo se observa en este lugar, sino que también en otros puntos de la ciudad.

La gente que asiste a este lugar lo hace con el propósito de distraerse (14.0%), según datos obtenidos y en donde alguno de nuestros informantes dice lo siguiente:

" Por diversión, aquí se puede venir... mira, a tomar café, encuentras los cuates, de aquí te vas al cine o vienes a comprar algo, es como el agora de los grigos" (Entrevista a grupo de amigos, sexo masculino).

Nuestros informantes han utilizado la plaza como un espacio de distracción, entre otras actividades, donde el elemento que se tiene que tomar en cuenta y para poder llevarlo a cabo es estar presente, donde distraerse es desde permanecer sentado en una banca y observar a la gente caminar por el lugar, disfrutar de los diferentes espectáculos que se llevan a cabo en el lugar, hasta visitar bares o cafés y museos que la circundan, para así poder " salir de la rutina" como ellos mismos lo han expresado.

Por otra parte, es importante mencionar que existe una gran diversidad tanto de espacios como de distracciones y que es impresionante percatarse como cada persona es capaz de apropiarse de su realidad y así de esta forma construir su cotidianidad de forma singular, diferenciada; aunque con cierta dosis de "familiaridad".

Al preguntar por la preferencia que tienen las personas por un espacio público, como lo es nuestro lugar de estudio, o por un centro comercial, los resultados en orden descendentes fueron los siguientes:

La plaza 93.0%.

Centro comercial 2.0%.

Es de resaltar que 93 personas consideran un espacio público para pasar, mientras que 3 prefieren asistir a un centro comercial.

En cuanto a las ventajas se dice que es fundamental el ambiente (23.0%) que se lleva a cabo en la plaza, sintiendo tranquilidad, armonía, estar en provincia, contacto directo con la gente y de seguridad.

Ahora bien, se tiene que las desventajas, la mitad del porcentaje no considera desventajas para el espacio estudiado, de lo cual podemos confirmar las sensaciones expresadas por los informantes en el párrafo anterior.

Una de las características fundamentales de dicha plaza es la heterogeneidad, factor primordial para seguir hablando de la gente, marcado por nuestros informantes por la diversidad (76.9%), con lo cual me gustaría ejemplificar de la siguiente manera:

" Yo creo que en este lugar la gente es atraída por la gente, entonces, es muy chistoso, porque... conviven en un mismo recinto que pareciera imposible, siendo que hay tantas divergencias, conflictos. En este lugar sin mayor problema se juntan desde gente que viene de Satelite a pasar los fines de semana y los coyocanenses que han de ser los menos que frecuentan el lugar" (Entrevista individual, sexo femenino).

La mayoría de la gente que visita la plaza contiene lo que ellos mismos llaman la sorpresa de no ser ellos mismos, de verse a sí mismo, haciendo, pensando y sintiendo; siendo de distinta manera, de no

reconocerse a sí mismo en el momento de encontrarse de pronto en el anonimato, tan sólo por el gusto de ser uno de tantos, o ser muchos, a ser gente, a marchar, gritar, cantar; con el único propósito de expresar y manifestarse en la vida de la calle (Fernández, 1992.)

Cada una de las personas tiene una biografía particular, algunos conocimientos mayores o sentimientos limitados por el radio de sus circunstancias, así como unos gustos y gestos, también como unos hábitos, como si cada vez que piensan o sienten es en realidad lo que están haciendo del espacio, porque las ideas y afectos que llegamos a utilizar se desarrollan con nuestro entorno urbano.

Los resultados que pudimos obtener al indagar sobre a dónde llevaría a algún pariente, de provincia la información se tiene más que llevar a alguien, pudimos observar que prefieren conocer la iglesia de San Juan Bautista (46.0%), y como segunda opción se dirigirían a conocer algún café que circunde la plaza; por último, tomarían un helado, asociando a éste la tipicidad del lugar que le han asignado los visitantes.

De la misma manera que el párrafo anterior, más que conocer a dónde llevarían a sus hijos, a dónde irían ellos mismos, los resultados que se obtuvieron en orden descendente, según su opción, son los siguientes:

Primera opción; recorrer la plaza 49.0%.

Segunda opción; tomar helado 9.0%.

Cabe resaltar que más de la mitad del porcentaje prefiere tomar helado; este gusto por los usuarios se puede apreciar de forma general sin importar el tipo de entrevista.

Nuestros informantes prefieren tomar fotografías a la iglesia de San Juan Bautista (35.0%), así como también a la fuente de los coyotes (13.0%) y el quiosco (5.0%).

Finalmente, los informantes encuentran tres elementos clave para poder hablar sobre su uso y significado de la plaza; primero, un lugar de tradición (quiosco); segundo, de fervor religioso (iglesia) y; tercero, jurídico administrativo (fuente de los coyotes, dado que este último es el símbolo representativo de la Delegación política; donde aunado con elementos anteriormente mencionados se pueden llevar a cabo relaciones recíprocas de convivencia, cuando las redes de comunicación se establecen no sólo hacia el interior de la plaza, sino en la conjugación de las experiencias de cada individuo; para poder llevar a cabo un intercambio de bienes simbólicos en cuanto a su consumo cultural en relación a un conjunto de procesos socioculturales que se realizan en cuanto a su uso y significación de productos simbólicos a nivel local de un espacio público.

### *3. Evaluación y caracterización sobre los usos y usuarios.*

Para éste apartado se han considerado algunos de los personajes que asisten a la plaza Hidalgo y Centenario, para reafirmar nuestro objetivo que hace referencia a la diversidad de usuarios que asisten al lugar y comparten además del espacio urbano, una oferta cultural, manifestando el fenómeno de tolerancia como coexistencia pacífica de estilos, donde a través del entretenimiento (66.0%) que los mimos ofrecen en la plaza, lo ejemplifico de la siguiente manera:

"... los mimos es esa parte de riqueza cultural... y es que hay mucha gente muy buena, que han logrado juntar un gran número de gente "

(Entrevista a grupo de amigos, sexo masculino ).

De esta forma podemos encontrar expresiones opuestas que van desde lo entretenido, y monótono, hasta llegar a no verlos o simplemente tolerarlos o como bien alguno de los informantes expresa: "ya depende de gustos", aparte de ser los mimos unos sujetos que son identificados por las diferentes temáticas que desarrollan dentro de su actuación en la plaza, podríamos mencionar algunas, como son el proceso de socialización en los niños, conciencia ambiental, planificación

familiar, orientación sexual, ironía política y un sinnúmero de temáticas que vienen a formar parte de la oferta cultural de este espacio, del cual nos encargamos para este estudio.

De la oferta cultural que nos ofrecen los artesanos de la Plaza Hidalgo y Centenario, nuestros informantes afirman que les gustan los trabajos realizados por estas personas (30.33%), lo ejemplifico de la siguiente manera:

Hay de todo, a razón de eso cierta artesanía medio hippie, que a veces no tiene un origen cultural, como muy propio, muy tradicional, que se ha vuelto importante, identificas al lugar por ese tipo de cosas y creo que es importante en razón de que es necesario que haya manifestaciones múltiples y creo que también es en ese sentido que se deberían ubicar en mejor lugar, porque a veces causan conflicto, sobre todo en aquella parte del Parnaso, a veces es imposible pasar, a veces si no quieres verlos, porque ya sabes lo que hay y además tienes que echarte una vueltesota, porque pasar por ahí significa dificultad, más que otra cosa, yo no digo que los quiten, sino nada más estoy pensando en una mejor ubicación, o a lo mejor un buen orden, a lo mejor un espacio mucho más abierto, donde la gente que los quiera ver, que se acerque...." (Entrevista a persona que labora en local establecido, sexo masculino )

Antes de empezar el breve análisis me gustaría enfocarme en los diferentes tipos de artesanos, de esta forma lo han manifestado los entrevistados al referirse las artesanías que podemos encontrar en la plaza y que a pesar de que algunos de nuestros informantes expresan su inconformidad por la actitud de alguno de estos personajes pareciera no importarles, por que tan sólo los visitantes marcarían otro recorrido a diferentes lugares donde encontrarán el motivo por el cual asisten al lugar.

Además de ser gente muy heterogénea, les atrae el entretenimiento que encuentran en la plaza y la significan como un lugar de distracción (29.32%), no olvidando que para llegar a reconocerla de esta manera hay que manifestar la diversidad de personajes que ayudan a dicho lugar para relajarse, que algunos se identifican con los elementos físicos de la plaza, según sea lo siguiente:

" Vienen a aprender muchas cosas, vienen a conocer la artesanía, vienen a conocer su propia cultura, con los músicos, con los mimos, con los folcloristas, con los que tocan afroantillano... incluso hay gente que no sabe que hay por aquí... y lo aprende... muchas cosas desde la misma calle, donde empieza la cultura, que es finalmente lo que hace el hombre todos los días " ( Entrevista a grupo de amigos, sexo masculino ).

La distracción que llegasen a tener nuestros informantes es desde disfrutar los antojitos mexicanos, ver a los mimos, escuchar música o simplemente para recorrer la plaza, como lo dice el dicho popular: "en gustos se rompen generos", que para nuestro caso es de vital importancia la heterogeneidad de convivencia pacífica de sujetos sociales a nivel local.

Al conocer los comentarios que la gente puede tener sobre la Plaza Hidalgo y Centenario los resultados en orden descendente son los siguientes:

Me gusta	48.54%
Descuidada	10.11%
Variada	9.10%
Cuidada	3.3%

Las otras categorías (ver anexo B) obtuvieron un porcentaje poco significativo es de resaltar que casi la mitad de los sujetos considera la respuesta de manera positiva, a pesar de que la pregunta se formuló como neutra, indicando el grado de asociación como "agradable", "bonita", etcetera.

Al preguntarles por los elementos sobre que es lo que mas abunda en la plaza, a las personas se les menciono diferentes actividades que se llevan cabo en este lugar, y se les pidió que las ordenaran segun su importancia.

Haciendo el rastreo sobre esta pregunta pudimos encontrar que las personas aportaban como primera opción la categoría de artesanos y vendedores ambulantes (50.53%); como segunda opción la categoría de eventos musicales, por ultimo, pudimos observar que prefieren eventos culturales como los mimos (9.9%), es de resaltar que la mitad del porcentaje considera lo más abundante a los artesanos y vendedores ambulantes como oferta cultural que este lugar ofrece.

#### *4. Transformación y seguridad urbana.*

La respuesta que podemos encontrar si los informantes han notado cambios y cuales han sido, en esta parte se obtiene que es que el 25.2% no ha notado cambio alguno en la plaza; mientras que por otro lado el 23.25% de la población manifiesta que los cambios han sido en cuanto a las modificaciones que se han venido haciendo a la plaza de manera paulatina, donde los informantes nos ofrecen lo siguiente:

" Si , como no, antes no estaba como ahora, estaba empedrada, antes había una calle que daba la vuelta aquí , que continuaba por Francisco Sosa, ahora ya no, ya cerraron con el jardín " (Entrevista a tercera edad, sexo masculino).

Al parecer con las narraciones como ejemplo, existen diferencias significativas con respecto a los cambios físicos que ha venido teniendo la plaza, con respecto a todo tipo de entrevistado, con el tipo de entrevista de tercera edad, quienes nos han ofrecido más que transformaciones que se pueden observar a primera instancia, nos ofrecen cambios en relación a la historia del lugar, por lo menos en los últimos cincuenta años, pudiendonos percatar que también su uso y significado pudo haber cambiado, aunque de manera relativa, ya no implica lo mismo llegar en auto particular a transporte colectivo, que llegar en carreta como lo fue hace años.

Al querer conocer ahora sobre el tipo de gente que visita la plaza, tan sólo pudimos confirmar lo anteriormente expresado, con respecto que es frecuentada por una gran diversidad de sujetos (64.67%).

Con lo que respecta a la seguridad del lugar los mismos informantes afirman que si lo es (55.58%); sin importar de manera especial el tipo de entrevistado o sexo, existiendo una sensación general de "tranquilidad", atribuyendo de manera especial a la suficiente vigilancia y además que se ponen a pensar en caso de peligro o inseguridad.

Para poder estar seguro, la primera regla es de tener un respeto por los demás, no importando el papel que se juega en ese momento, es la organización que se pueda llegar a tener, tanto de las personas que van de paseo como las personas que ahí laboran.

La vigilancia del lugar se encuentra dentro de lo que se puede considerar como elemental para estar seguro dentro de la plaza (37.57%), de esta manera así lo responden nuestros informantes, el tener respeto por los demás, para así entablar el ambiente de seguridad para llevar a cabo la interrelación en la cual se ven inmersos un sinnúmero de paseantes que la visita de manera cotidiana, por ejemplo: "he visto a oficiales que andan transitando por aquí y le dan mayor seguridad, aunque creo que es una de las plazas que no la necesitan, nunca he notado que se haya suscitado algún ilícito, algún robo, alguna bronca, pelea, este lugar se caracteriza por su quietud" (Entrevista a persona que labora en local establecido, sexo femenino).

El mundo social en general puede definirse como un conjunto de relaciones humanas, esquemáticamente se pueden reconocer dos calidades de relaciones que abarcan un sinnúmero de las actividades humanas. Una primera calidad se refiere a aquellas actividades o interacciones que están dirigidas al dominio o al control de la naturaleza y a la producción de objetos materiales, y que tienen como finalidad la reproducción de sus condiciones materiales de la existencia de las sociedades; a estas actividades se les puede denominar *relaciones instrumentales*: comprenden en otras posibles características, la manipulación de objetos y máxima utilización de recursos, la racionalidad es empleada como la transmisión de mensajes e intercambio de información.

La segunda calidad de interacción puede ser denominada *relaciones simbólicas* y tiene como finalidad la creación del sentido y significado que se da a través de la comunicación intersubjetiva, de la interacción significativa. Las relaciones simbólicas buscan construir explicaciones, interpretaciones y sentidos sobre la realidad social, al mismo tiempo que buscan intentar formular reglas que sean colectivamente compartidas bajo la forma de normas, acuerdos, consenso, modos de convivencia, tradiciones, etcétera.

El éxito o fracaso de las relaciones simbólicas es una realidad con sentido y consenso, o sin sentido y en conflicto. La expresión terminal de estas relaciones es el enriquecimiento simbólico de la realidad, la pluralidad de sentidos y significados, es decir, al cabo su propio incremento: las relaciones simbólicas se hacen un fin en sí mismas. Ejemplos inmediatos de ellas los constituyen las conversaciones casuales, las reuniones de café, las festividades, los rituales, y más elaboradamente el teatro, el juego, las canciones, los relatos, etcétera.

De la misma manera y por las mismas razones que toda relación humana es inscriptible en una de las dos calidades, las obras humanas u objetivaciones en tanto cristalizaciones de estas relaciones, de la actividad y subjetividad que estas comportan, también puede tipificarse de la misma manera. Forman así parte de las relaciones instrumentales objetivaciones tales como las herramientas, la maquinaria, los utensilios, muebles, etcétera. En cambio, vienen a corresponder a las relaciones simbólicas objetivaciones tales como las esculturas, la arquitectura, etcétera.

El argumento es que todo objeto cumple una *función*, aunque probablemente equivoca y sujeta a análisis, es aproximativamente clasificable en objetos cuya función prioritaria es la utilidad material, y aquellos otros cuya función es la creación de sentido. La función que pueda tener en principio determinado objeto, sólo se ve completada con su *uso*; el cual hace en última instancia a la función. Sin embargo, el caso generalizado en nuestra cultura es que la planificación y configuración de un objeto condiciona su uso, se hace espontáneamente más fácil (por habituación y normatividad) utilizar algo según su función que en contra de ésta.

A nivel de funciones, el análisis de funciones es técnicamente simple; el espacio puede ser cualificado por su uso y por la planificación de su uso, por ejemplo la calle está planeada y es utilizada para el tránsito de automóviles; los parques están planeados y son utilizados para la estancia de las personas. No obstante, esta técnica de análisis se basa en una argumentación metodológica más profunda y regularmente indiferente para la investigación en Psicología Social, a saber, que objetivación humana es portadora de significado, está carga histórica y socialmente de sentido.

Las relaciones sociales a veces institucionalizadas pero a veces inadvertidas, se objetivan a sí mismas en la producción material y cultural. Los casos más claros y más ricos de objetivaciones se ubican en el campo de lo cultural como por ejemplo la literatura (Lukács, 1910). En el caso de la cuestión urbana, una forma de trazado, de prioridades espaciales, de utilización, de fisonomía, etcétera. Significan como lo han mostrado los teóricos de la urbe (Leiferova, 1966, 1968, 1972), una forma de conciencia social.

De hecho lo urbano se define culturalmente no como habitat, sino como una forma de pensamiento (Habermas, 1968), propia del modernismo y la industrialización. A la Psicología Social en general y una psicología urbana en particular les corresponde dar cuenta de los procesos interactivos implicados en la conformación de esta conciencia.

El tipo de espacio que requieren las relaciones instrumentales es lineal (una sola dimensión en vertical u horizontal) porque el mejor logro de sus objetivos se cumple bajo un orden y con una forma de transmisión de mensajes que sea uni o bidireccional; los movimientos y los mensajes se realizan de un punto definido a otro igualmente definido, mientras las desviaciones equivalen a pérdida de tiempo, perjuicio de la eficiencia o perturbaciones (ruido) en el mensaje. Así pues, espacios cuya configuración proporcional sea lineal o cuya utilización práctica describa rutas lineales, se considera como espacio instrumental.

Por el contrario, el tipo de espacio que requieren la relaciones simbólicas es de superficie (dos dimensiones en el horizonte) porque la dinámica de la comunicación logra mejores resultados (la pluralidad y el enriquecimiento simbólico) cuando ésta es alternada y multidireccional; en circunstancias de comunicación simbólica no ha puntos ni objetivos definidos a los cuales dirigirse, asimismo, mientras mayor sea el número de

elementos simbólicos y el tiempo de procesamiento, mejor estará cumpliendo la *competencia comunicativa*, que es preservarse a sí misma. De esta manera los espacios cuya configuración sea proporcionalmente amplia y cuya utilización práctica sea de permanencia o deambulatoria, puede ser considerados como espacios simbólicos, es decir, que posibilitan las relaciones significativas y desalientan las operativas. Espacios, funciones y relaciones de este orden pueden observarse en plazas y parques.

El *espacio público* urbano es el lugar de las relaciones instrumentales. Ello significa que las relaciones simbólicas en la proporción en que continúan existiendo son relegadas a lo que se puede denominar el *espacio privado*, se deja de ser urbano bajo muchos aspectos, al interior de las propiedades particulares aisladas del mundo público y a los grupos primarios del parentesco y la amistad, y en su instancia más exacerbada, al interior de las individualidades, de la intraindividualidad. En otras palabras, las relaciones simbólicas, la comunicación significativa tienen como ámbito *la esfera privada y la vida personal*, lo cual implica una depauperación de la comunicación y del sentido en términos de la sociedad en su conjunto.

Por otra parte, los espacios públicos urbanos pertenecen y son elementos centrales de la *esfera pública* de la sociedad, que es donde se dan los intercambios, resoluciones, opiniones, proyectos, socialmente relevantes, por muy anodinos que sean. La esfera pública, en oposición a la vida personal es la esfera de la *vida política*, aquélla que toma los acuerdos sobre la conducción y el futuro de la sociedad. En oposición a lo público, los contenidos de lo privado implican que las relaciones que dan sentido y significado, entendimiento y convivencia a la sociedad, se encuentren despolitizadas.

El hecho de que el espacio público no es un producto material neutro ni una entidad inmutable, sino creación de las relaciones sociales históricamente creadas permite suponer que esa creación obedece a un tipo de pensamiento, concepción y experienciación inscrito en las relaciones sociales que construye el espacio público es específicamente instrumental; que no solo es la ciudad, sino toda la cultura portadora de la instrumentalidad. En este sentido, espacio público, vida política y conciencia social son teorizables como fenómenos anudados de un mismo proceso, de modo que, la evolución o transformación de uno de ellos comporta el cambio correspondiente en los otros; no en términos de repercusión, sino en término de una integralidad del proceso social. Con respecto a la cuestión urbana, significa que la alteración de la configuración de los espacios públicos contemporáneos con alteraciones en la vida política y la conciencia social.

Dado que espacio público y vida política pertenecen a una misma esfera, y que por tanto la modelación y remodelación del espacio urbano es en sí acto político, se puede argumentar que la continuidad congruente de un análisis psicológico del espacio urbano se inscribe en el ámbito de la Psicología Política, que tiene como tarea el análisis de los nexos y conversiones posibles entre lo público y lo privado, entre lo político y lo personal, con el fin de incorporar lo uno a lo otro. Por *politización* se entiende el acto de convertir en objeto de discusión pública aquellos aspectos de la vida social que han sido relegados a la esfera privada, es decir, convertir lo privado a lo público, darle otra vez existencia y reconocimiento sociales a problemas, necesidades, preocupaciones, expectativas, actualmente confinadas a la vida personal; abrir las posibilidades de acordar colectivamente las formas deseables de una organización social que tenga sentido.

La política del espacio es en muchos sentidos el espacio de la política. En términos de las funciones urbanas, la ampliación de la esfera pública significa la *reconfiguración* del espacio público urbano (o su uso) de manera que sea apto para escenificar relaciones simbólicas.

El uso *alternativo* de las funciones del espacio público, sea como escenario de comunidad, foro de expresión o declaración de apropiación del espacio urbano; estos fenómenos son observables eventualmente en los movimientos espontáneos de masas; periódicamente en mítines, manifestaciones, concentraciones, demostraciones de apoyo o rechazo; permanentemente en la utilización del espacio como lugar de reunión y actividad por grupos restringidos en zonas locales de la zona; y recientemente en la forma de expresión y comunicación típicamente urbana del graffiti o pintas en las bardas (resignificación civil de la rutinaria propaganda política y comercial); en todas estas actividades el espacio es utilizado de una forma diversa a las funciones que le son inherentes y establecidas, normalmente implícita y dada por sentado, se define por impugnaciones que despierta un uso alternativo.

## BIBLIOGRAFIA

Alwood, J. "Análisis comunicative action", en *The structure of action*, Blackwell, Oxford, 1980.

Argyle y Kendon. "The experimental analysis of social performance", en *Advances in experimental social psychology*, vol. 3, Academic press, New York, 1967.

Argyle, M. *Psicología del comportamiento interpersonal*, Alianza, Madrid, 1978, pp.264.

Bailly, A. S. *La percepción del espacio urbano*, Instituto de Estudios de Administración local, Colección Nuevo Urbanismo, Madrid, 1979.

Berger y Luckman. *La construcción social de la realidad*, Amorroutu editores, 1972, 233p.

Berruto, G. *La sociolingüística*, Zanichelli, Bolonia, 1974.

Blakar, R. "Psychopathology and family communications" en *the structure of action*, Blackwell, Oxford, 1980, pp.268.

Brown, R. *Social Psychology*, Free press, Glencoe, III, 1965.

Brown, R. y C. Fraser. "Speech as a marker of situations" en *Social Markers in speech*, Cambridge Unyversity press, 1979.

Brunner, J. *America latina: Cultura y modernidad*, Grijalbo, México, 1992.

Castells, M. *La cuestión urbana, Siglo XXI*, México, 1978.

\_\_\_\_\_ *Crisis urbana y cambio social, Siglo XXI*, México, 1981.

Carswell E. A. y R. Rommetveit. *Social contexts of messages*, Academic press, Londres, 1971.

Cisneros, Isidro. "Se escribe tolerancia; pero se debe de leer democracia" en *La Jornada*, 1994, No. 269.

Von Cranach, "La comunicación non verbale le contexte du comportement de communication" en S. Moscovici, *Introducción a la Psicología social*, Larouse, París, 1973.

Dittman, A.T. *Interpersonal messages of emotion*, Springer, New York, 1972.

Eco, U. *Tratado de semiótica general*, Nueva Imagen, México, 1978.

Eco, U. y V. Volli. "Introduzione" en *Paralinguistica e cinesica*, Bompian, Milan, 1970.

Ekman, R. y V. Friesen. "Nonverbal behavior in psychotherapy research" en *Research in psychotherapy*, Washington, Vol. III, 1968.

\_\_\_\_\_ "The repertoire of nonverbal behavior" en *Semiotica 1*, Washington, 1972.

Fernández C, P. *El espíritu de la calle*, U.A. G. , Guadalajara, 1991.

Fraser. "Comunicación in interaction" en H. Tajfel y C. Fraser, *Introducing social psychology*, Penguin, Harmondsworth, 1978.

García C, N. *El consumo cultural en México*, CONACULTA, México, 1991.

\_\_\_\_\_ *Culturas híbridas*, "Estrategias para entrar y salir de la modernidad", Grijalbo, México, 1990.

- Gigliani, P. *Linguaggio e società*, Molino, Bologna, 1973.
- Gibson, J. J. *The Sences Considered as Perceptual Systems*, Boston, HoughtonMifftin, 1966.
- Goffman, E. *The presentation of self in everyday life*, doubleday, New York, 1959.
- \_\_\_\_\_ "The neglected situation" en *American antropologist*, LXVI, 6, 1964.
- Guidens, A. *La teoría social hoy*, Alianza, México, 1991.
- Habermas, J. *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid, Tecnos, 1984.
- Halliday, M. "Lenguaje in social perspective" en *Educational Review*, Junio, 1971.
- Hanerz U. *Exploración de la ciudad*, F. C. E. , México, 1980.
- Kjolseth, R. "Making sence: natural lenguaje and shared" en *Advances in the sociology of Lenguaje*, Mouton, La Haya, 1972.
- Lalli, M. *Anuario de Psicología*, España, 1994, No. 62.
- Lefebvre, H. *La revolución urbana*, Alianza, Madrid, 1972.
- \_\_\_\_\_ *Espacio y política*, Peninsula, Barcelona, 1976.
- \_\_\_\_\_ *De lo rural a lo urbano*, Peninsula, Barcelona, 1973.
- Lezama, José L. *Teoría social, espacio y ciudad*, Col. Mex. México, 1992.

Lurija, A. *Linguaggio e comportamento*, editori Riunnini, Roma, 1971.

Lukacs, G. *El alma y las formas*. Grijalbo, México, 1985.

Mead, G. H. *Espritu, persona y sociedad*, Paidos, Buenos Aires, 1972, pp. 393.

Mizzau, M. *Prospective della comunicazione interpersonale*, Molino, Bolonia, 1974.

Neisser, U. *Cognitive Psychology*, Appleton, Century, 1966.

Orletti, F. "Linguaggio e contesti; verso una teoria della competenza comunicativa" en *La crítica sociológica*, 1973.

Parisi, "Psycholinguistica post-chomkiana" en *Giornale italiano di psicologia*, 1974.

Proshansky, H. M. *Anuario de Psicología*, España, 1994, No. 62.

Remy, J. *La ville, phenomene economique*, Ouvrie, Bruselas, 1945.

Ricci Bitti, P. Zani B. *La comunicación como proceso social*, Grijalbo, México, 1986, pp. 290.

Robinson. *Language and social behavior*, Penguin, Harmondsworth, 1972.

Saks, H; Shegloff y G. Jeferson. "Asimplest systematics for organitations ..." en *Languaje*, 1974, pp 735.

Saussure, F. *Curso de lingüística general*, Planeta, México, 1916.

Simmel, G. "Metropolis y vida mental" en Mario Bassols et. al. ,  
*Antología de sociología urbana*, U.N.A.M., México, 1988.

Slama-Cazacu, T. *Introduzione alla psicolinguistica*, Patron,  
Bologna, 1973.

Scheerer. "The functions of nonverbal signs in conversation" en r.  
StClair y H. Giles. *The social and psychological context of  
lenguaje*, erbaum, Hillsdale, N.J., 1980.

Shimanof, J. B. *Communication roles: Theory and research*, Sage,  
Londres, 1980.

Sennett, R. *El declive del hombre público*, Peninsula, Barcelona,  
1978.

Silva, A. *Imaginaris urbanos*, "Bogotá y Sao Paolo: una cultura y  
comunicación urbana en America latina", Tercer mundo ediciones,  
Bogotá, 1992,

Taylor, S. J. ; Bogdan, R. *Introducción a los métodos cualitativos  
de investigación*, Paidós, Barcelona, 1992.

Tajfel, H. "The structure of our views about society" en *Introducing  
social psychology*, 1978.

\_\_\_\_\_ "La categorización social" en *Psicología social*,  
Paidós, Barcelona, 1986.

Tibert, M. *La Ville, Themes et parcours literaires*, París, Hachete,  
1973.

Tonniese, F. *Comunidad y sociedad*, Losada, Buenos Aires, 1947.

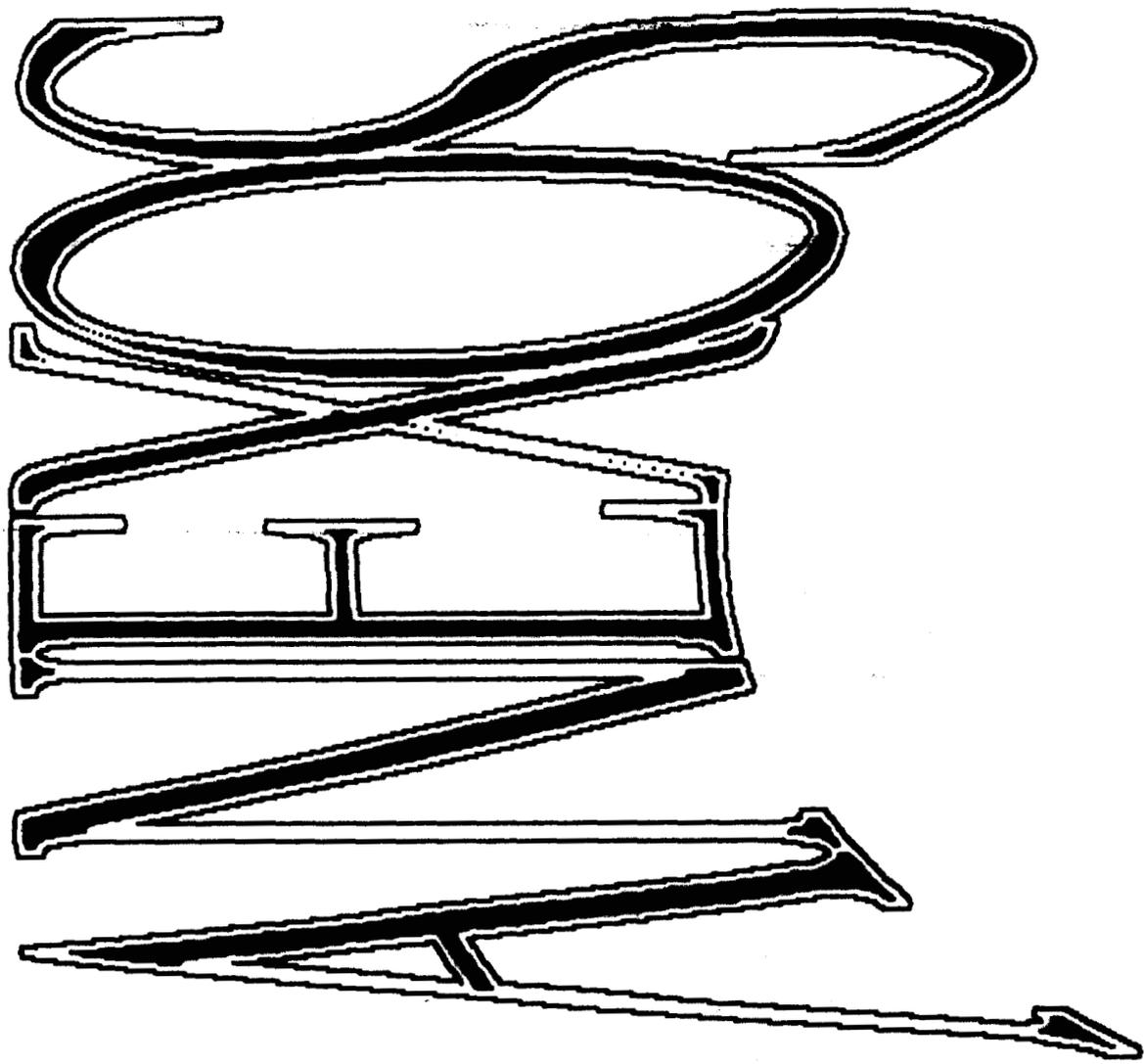
Valera, S. Pol, E. *Anuario de Psicología*, España, 1994. No. 62.

Vigotskij, L. *Linguaggio e pensiero*, Giunti, Florencia, 1967.

Watzlawick; Beavin; D. Jackson. *Pragmatique of human communication*, Norton, New York, 1967.

Zavala, L. "La ciudad como laberinto" en *La Jornada*, 1994, No. 249.

Zuanelli S. E. *La competenza comunicativa*, Boringhieri, Turín, 1981.



ANNA  
ELLE  
XOXO  
A

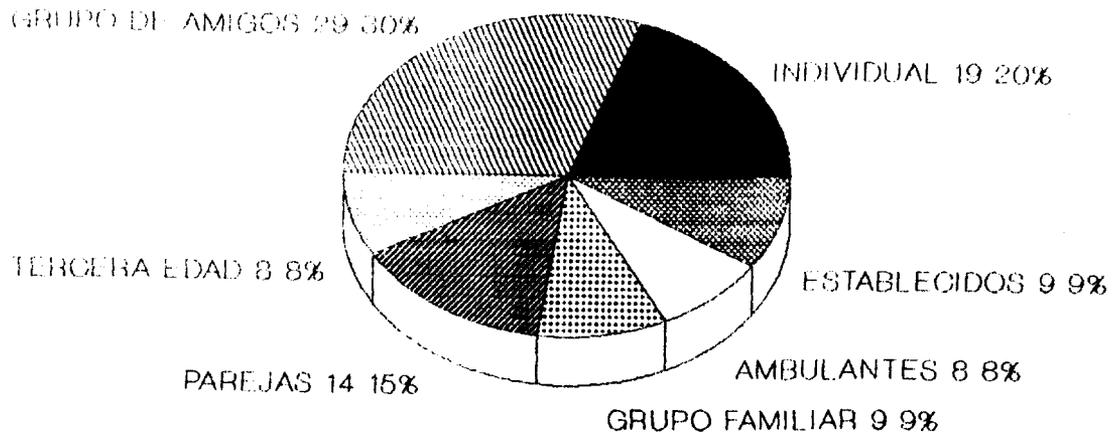
# ANNEX B

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA  
IZTAPALAPA

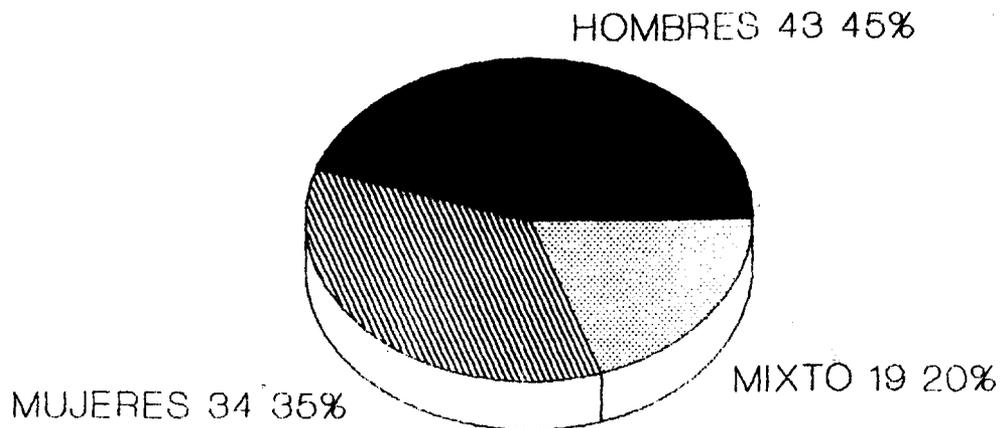
GUIA DE ENTREVISTA-ENCUESTA.

1. ¿ Considera que existe algo importante de éste lugar y cuál es ?
2. Cuando viene a esta plaza, ¿ Qué le llama la atención ?
3. ¿Cuál es la frecuencia con la que asiste a este lugar ?
4. Para usted, ¿ Qué es lo más representativo de la plaza ?
5. ¿ Considera que existe algo típico de la plaza y por qué ?
6. ¿ Conoce otras plazas y cuáles son ?
7. De las plazas que conoce ¿ Cuáles son las diferencias o semejanzas con respecto a ésta plaza ?
8. ¿Cuál es la razón por la que asiste a la plaza ?
9. Como un lugar para pasear; ya sea con la familia, con los amigos o con quien guste, ¿ Qué prefiere esta plaza o un centro comercial ?
10. ¿ Cuáles son sus ventajas o desventajas ?
11. ¿ Qué nos puede decir de la gente que viene a este lugar ?
12. Si viniera algún pariente de provincia, ¿ Qué lugares de la plaza lo llevaría a conocer ?
13. De los lugares que aquí hay, ¿ A donde llevaría a sus hijos ?
14. Si usted quisiera tomar fotografías, ¿ A qué lugares de la plaza se las tomaría ?
15. ¿ Desde cuando viene o conoce la plaza ?
16. ¿ Qué nos puede decir de los mimos ?
17. ¿ Qué nos puede decir de los artesanos ?
18. Algunos comentarios que guste agregar sobre la gente que viene de paseo.
19. Algunos comentarios que guste agregar sobre este lugar.
20. ¿ Qué es lo que más abunda en la plaza ?
21. En el tiempo que conoce la plaza, ¿ Ha notado algunos cambios y cuáles han sido ?
22. ¿ Qué nos puede decir de la vigilancia de este lugar ?
23. ¿ Piensa que éste lugar es seguro ?
24. ¿Cuál es el tipo de gente que viene más a la plaza ?

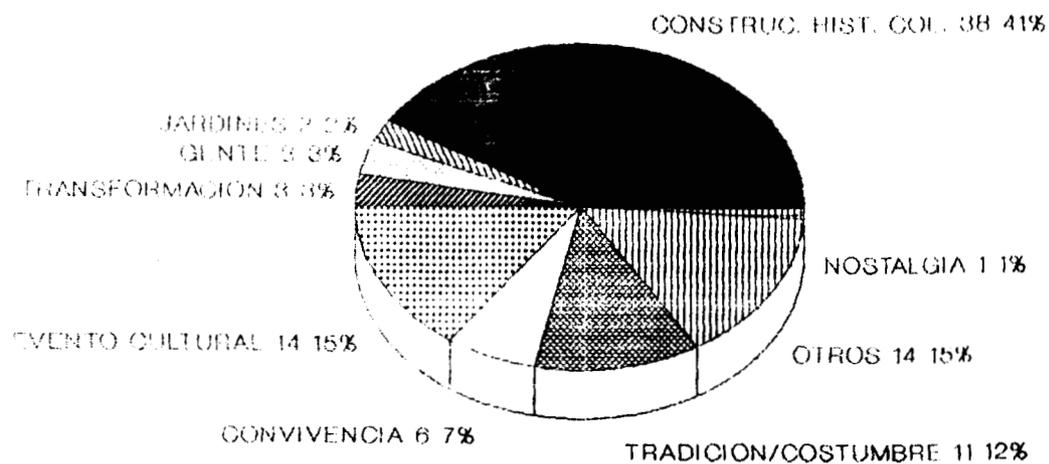
# TIPO DE ENTREVISTA



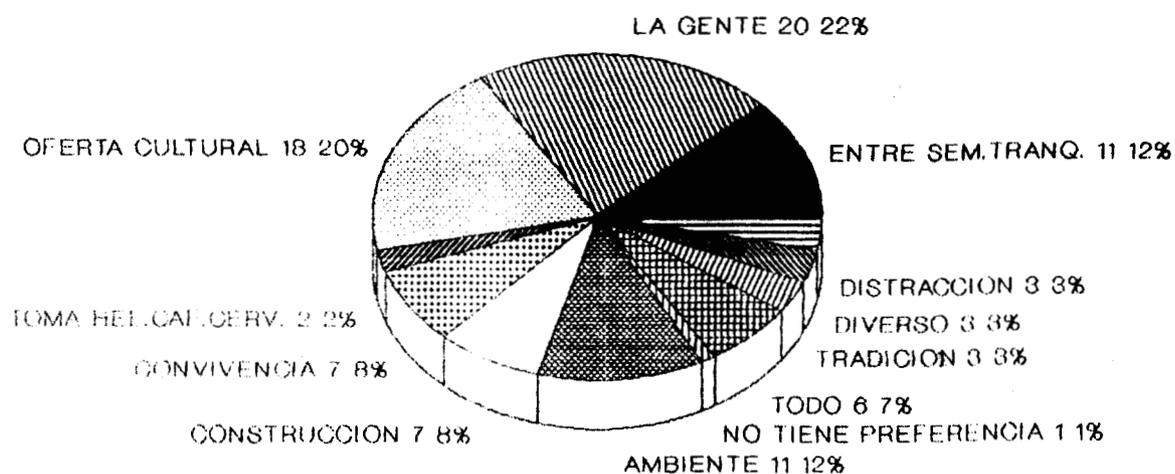
# S E X O



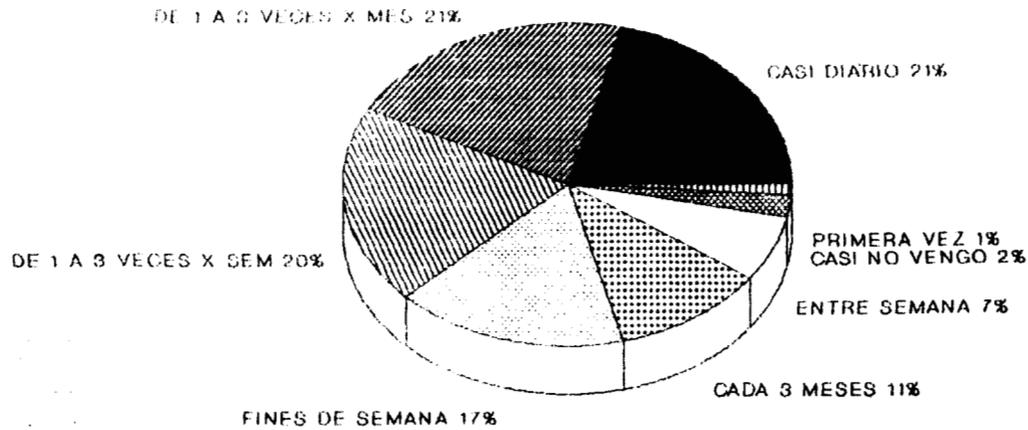
# 1. ALGO IMPORTANTE ?



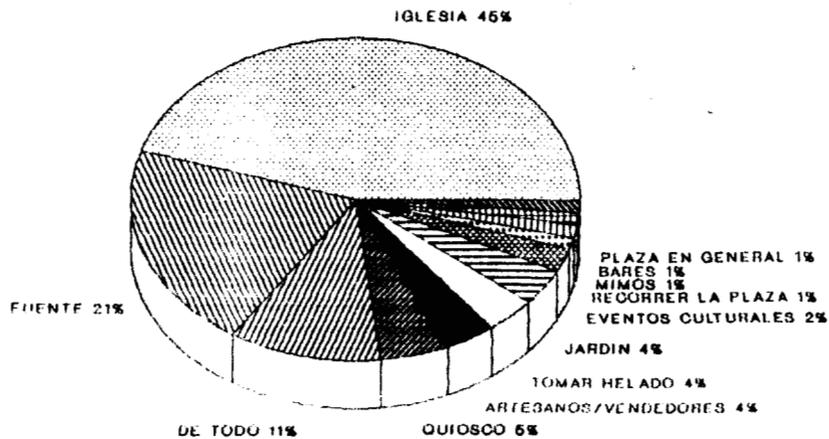
# 2. LE LLAMA LA ATENCION ?



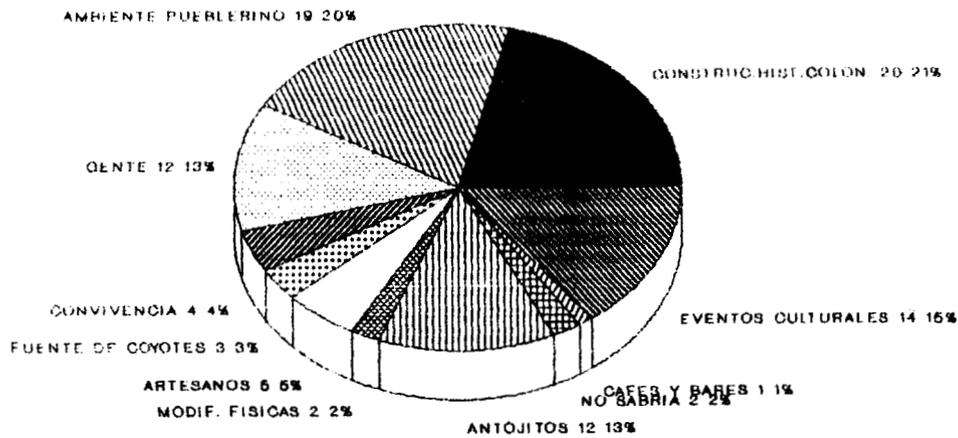
### 3. LA FRECUENCIA ?



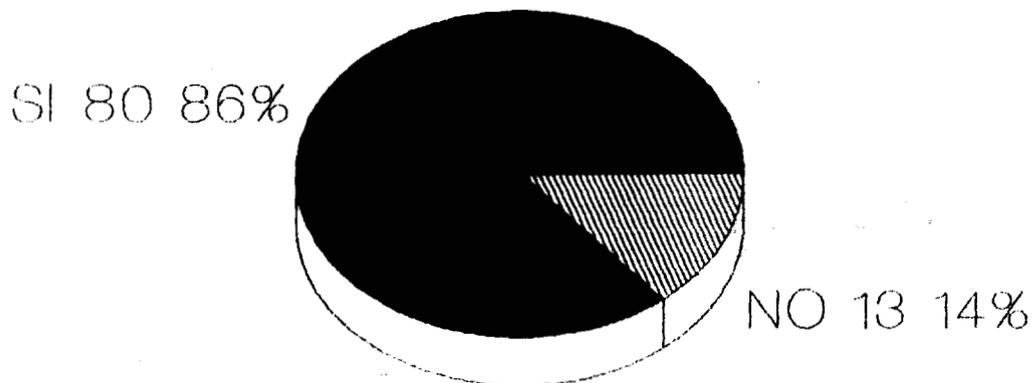
### 4. LO REPRESENTATIVO ?



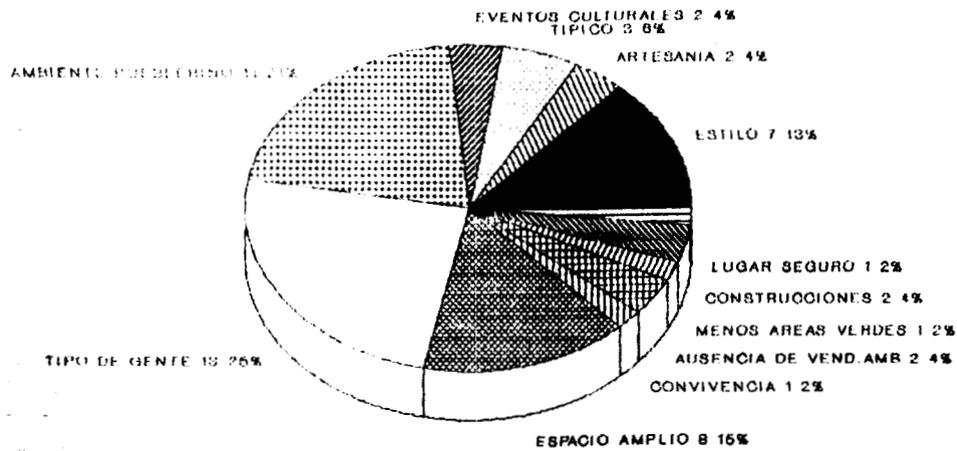
## 5. ALGO TIPICO DEL LUGAR ?



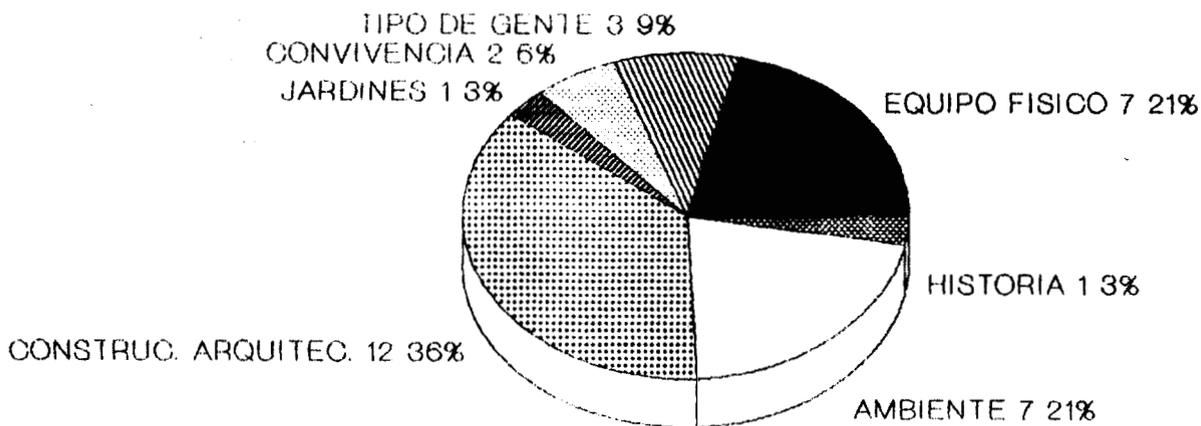
## 6. CONOCE OTRAS PLAZAS ?



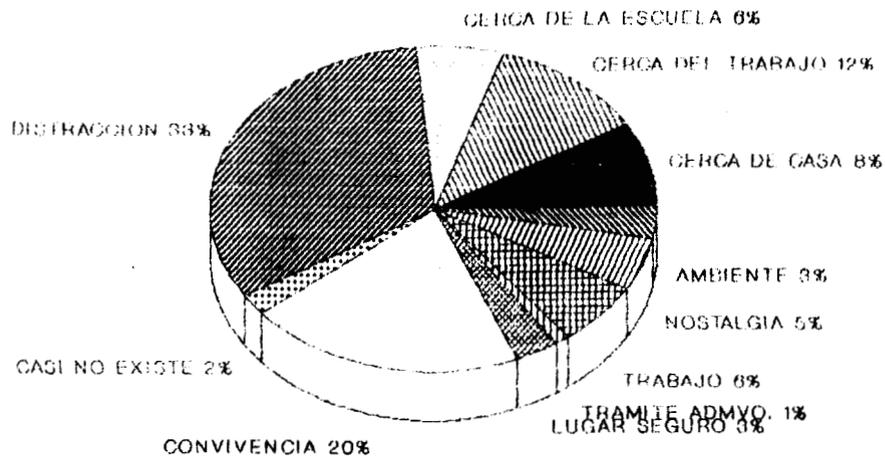
## 7.A LAS DIFERENCIAS ?



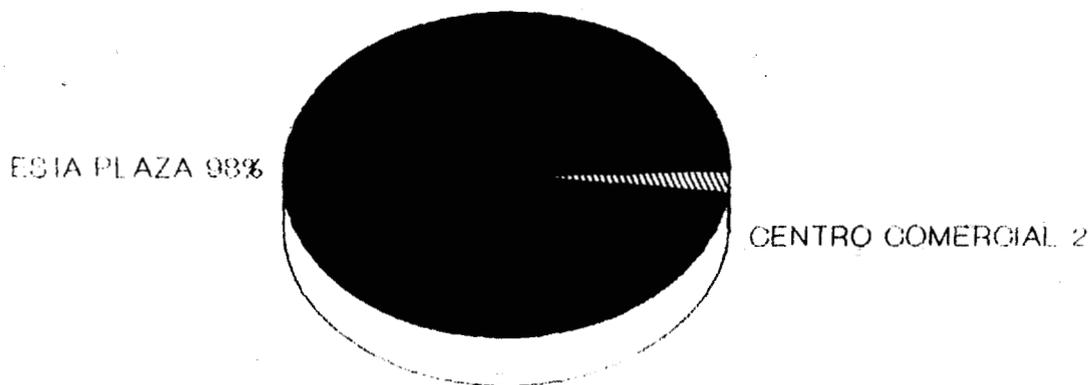
## 7.A LAS SEMEJANZAS ?



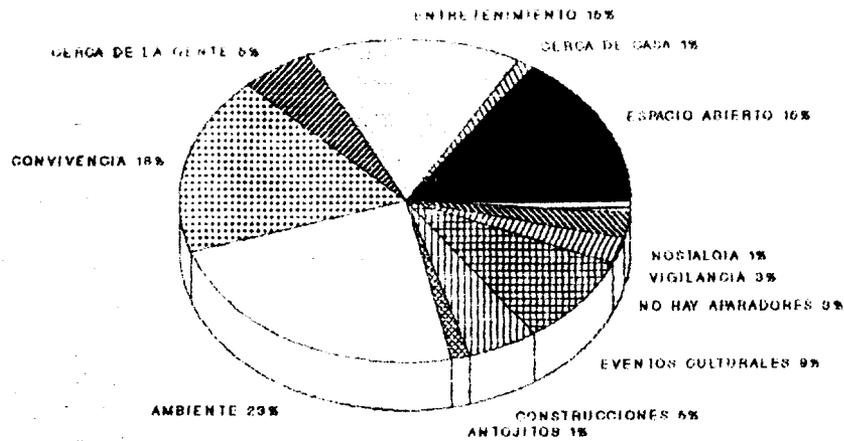
## 8 . CUAL ES LA RAZON ?



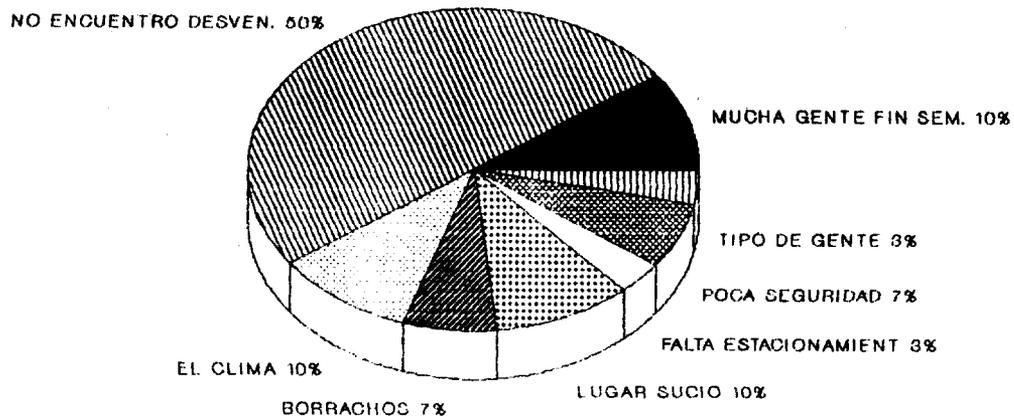
## 9. QUE PREFIERES ?



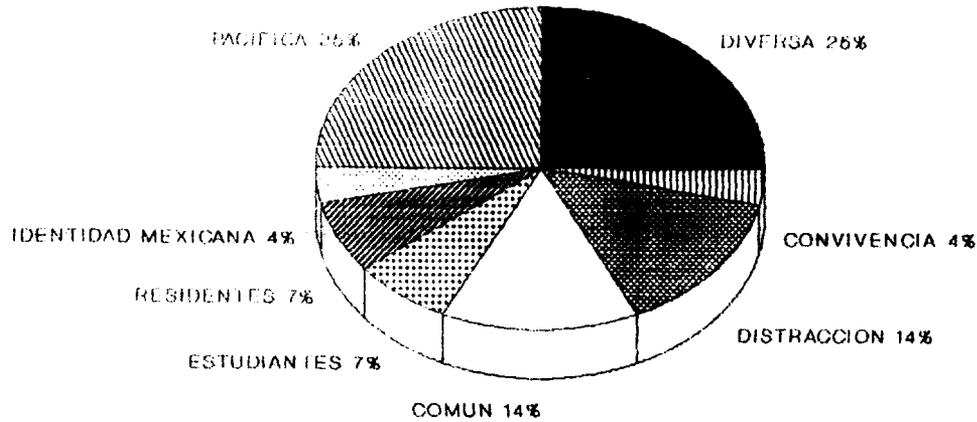
# 10.A VENTAJAS ?



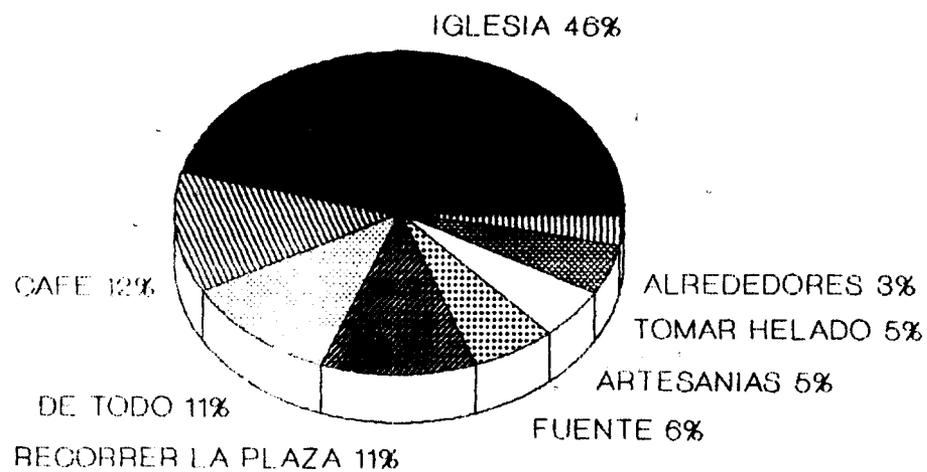
# 10.A DESVENTAJAS ?



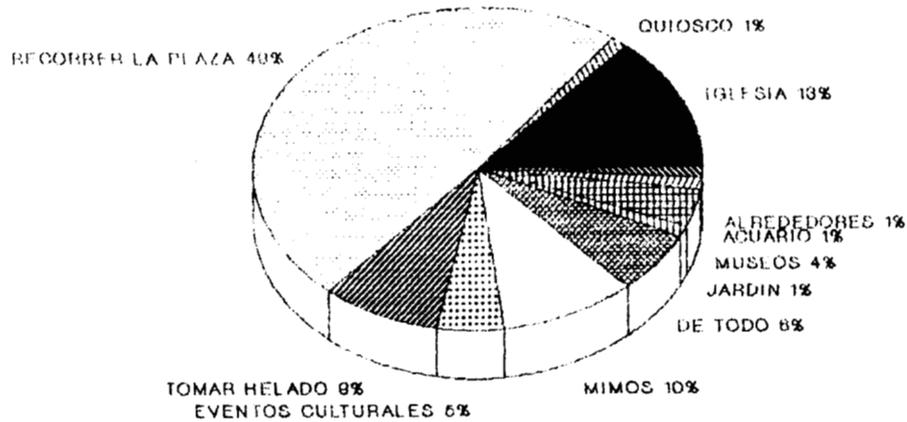
## 11. LA GENTE ?



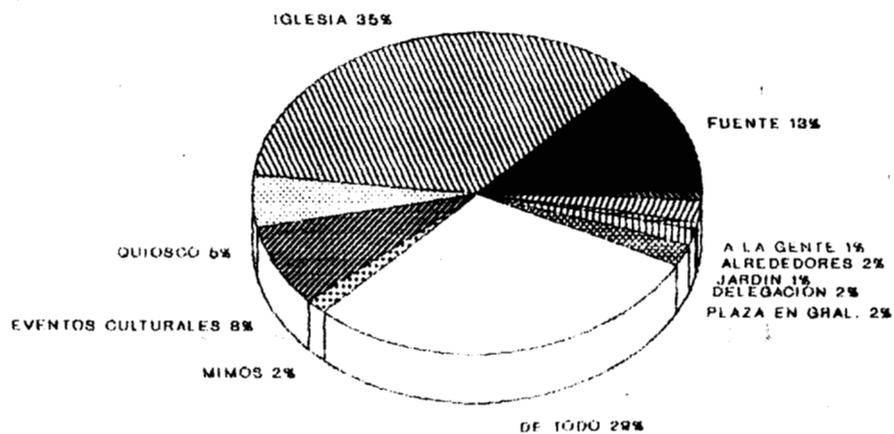
## 12. DE PROVINCIA ?



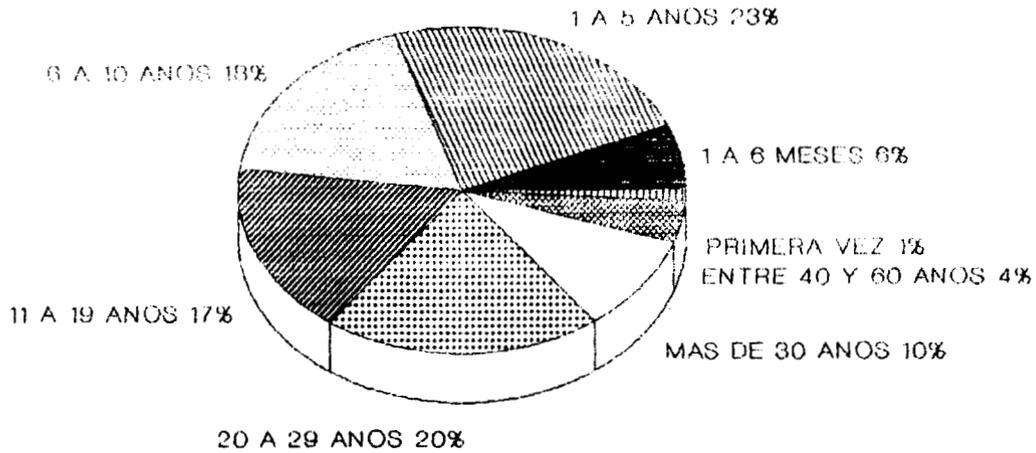
## 13. A SUS HIJOS ?



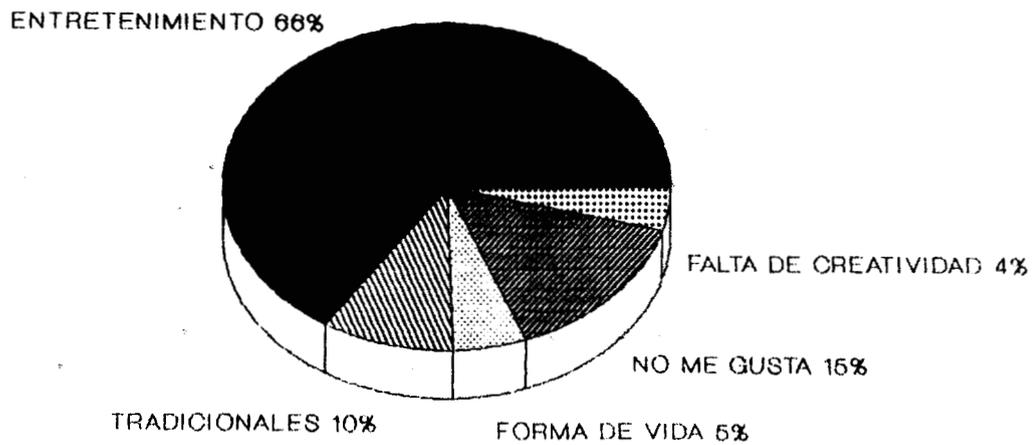
## 14. TOMAR FOTOGRAFIAS ?



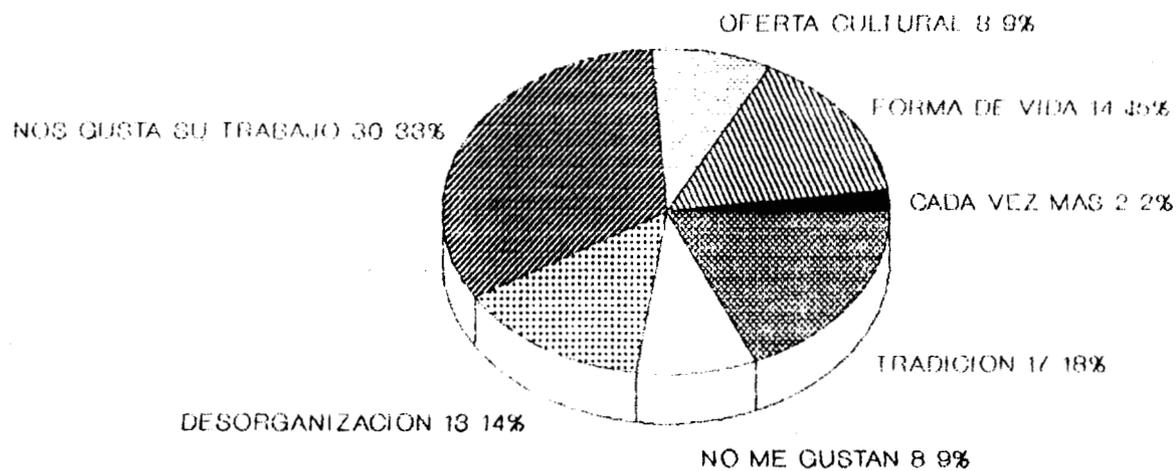
## 15. DESDE CUANDO CONOCE ?



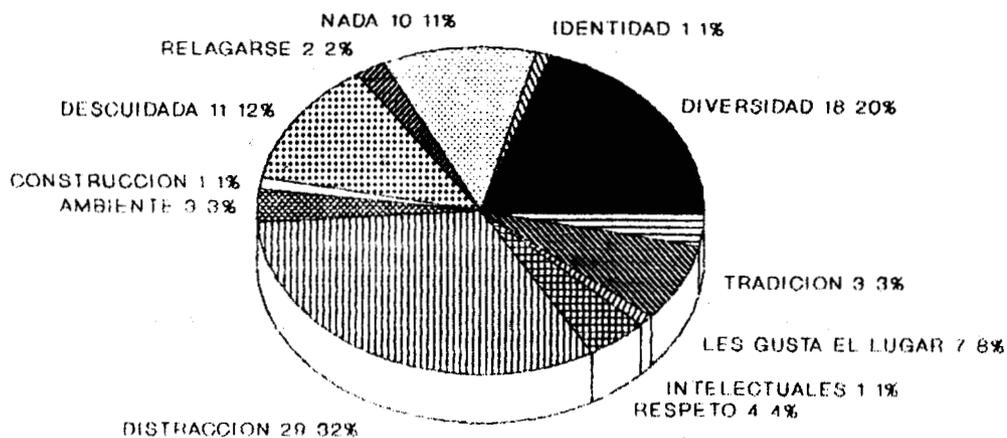
## 16. LOS MIMOS ?



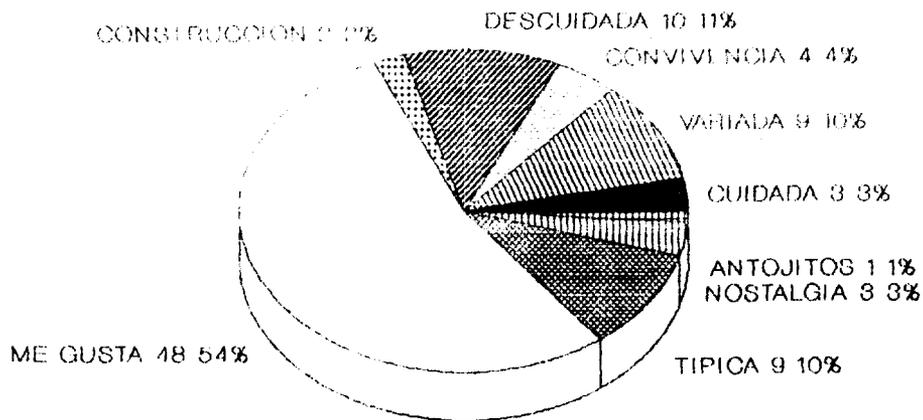
## 17. LOS ARTESANOS ?



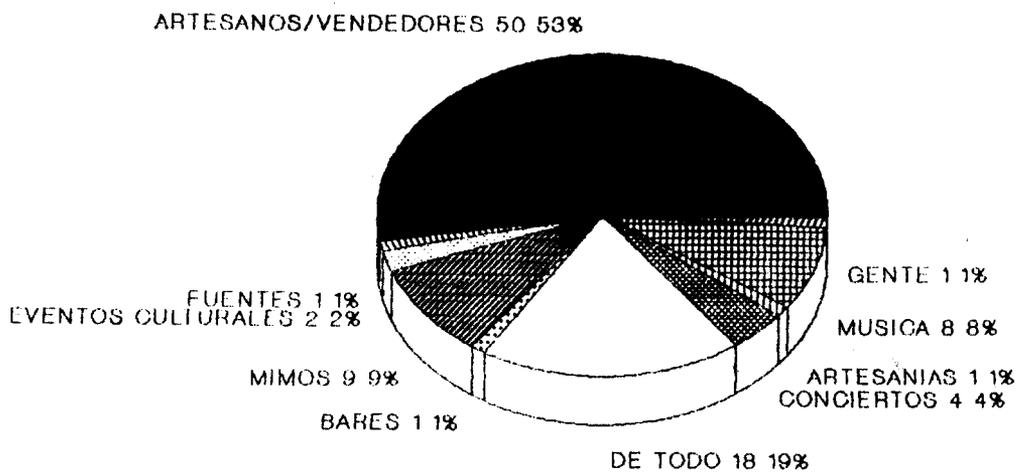
## 18. COMENTARIOS... GENTE ?



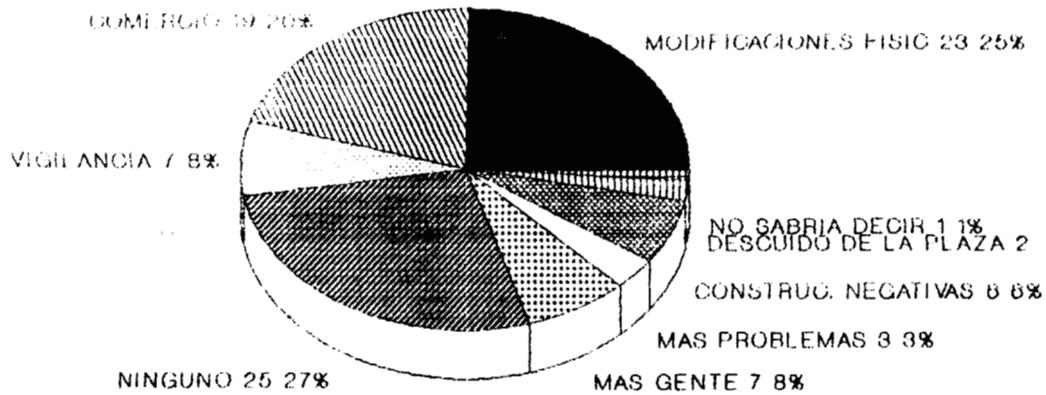
## 19. COMENTARIOS... LUGAR ?



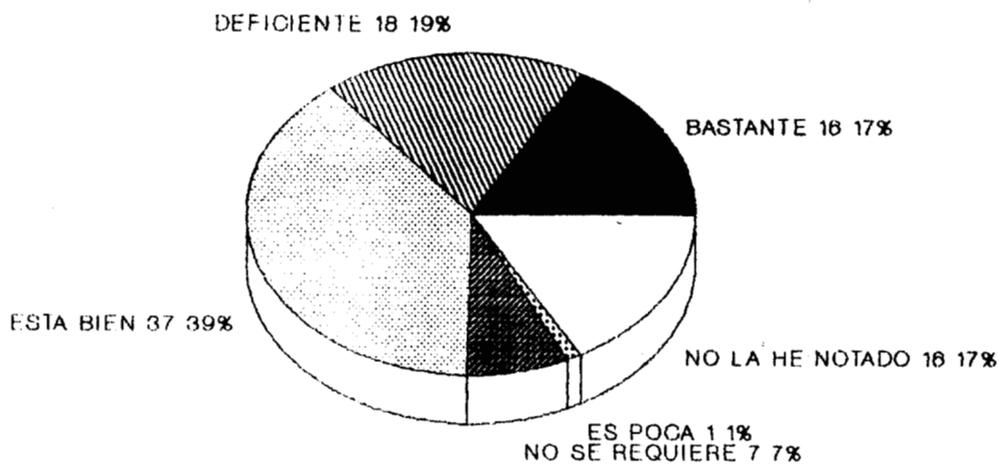
## 20. LO QUE MAS ABUNDA ?



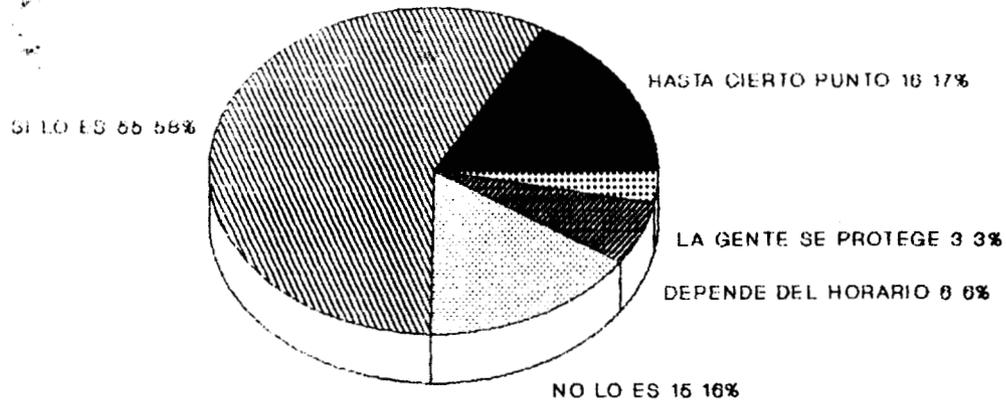
## 21. ALGUNOS CAMBIOS ?



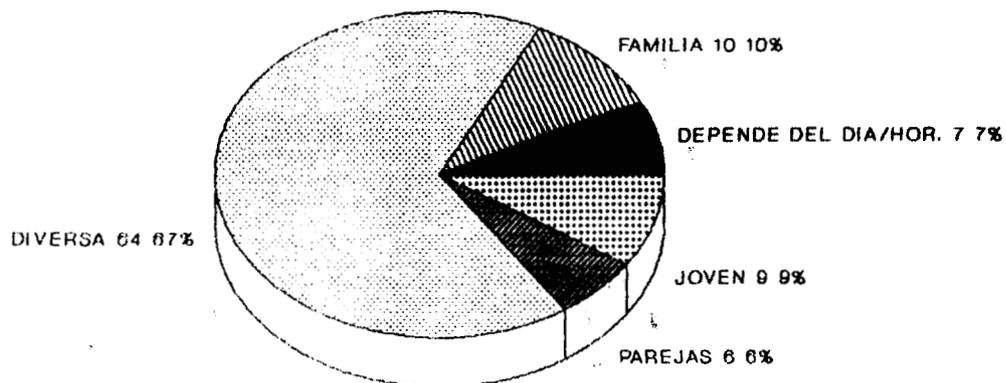
## 22. LA VIGILANCIA ?



## 23. SEGURIDAD DEL LUGAR ?



## 24. TIPO DE GENTE ?

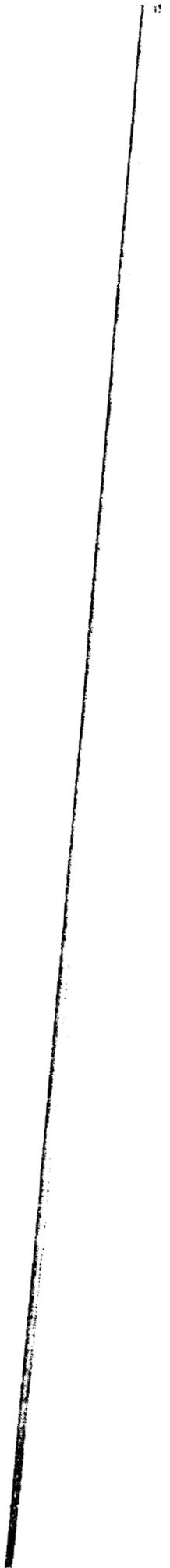


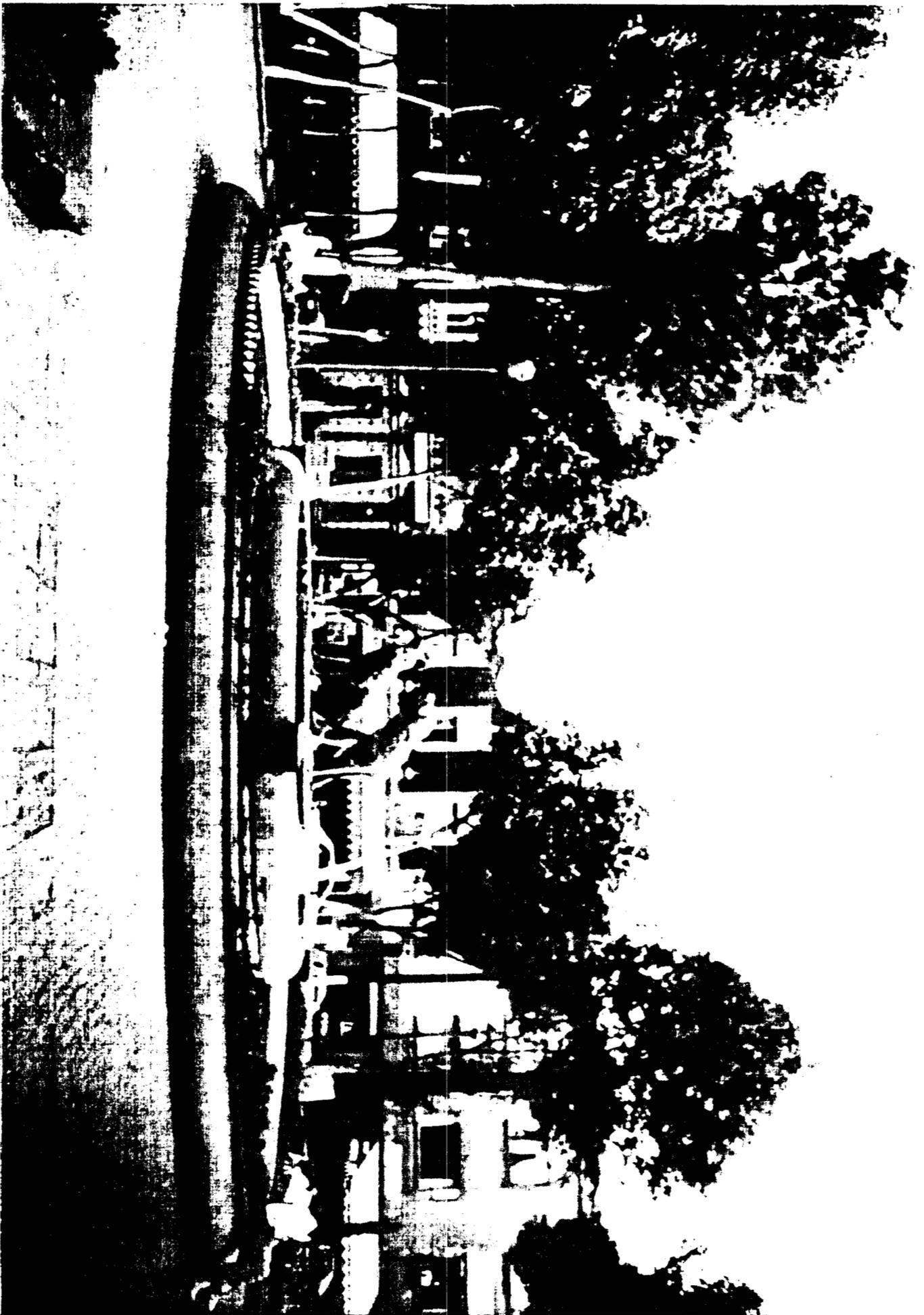
# ANEXO C





OXFORD



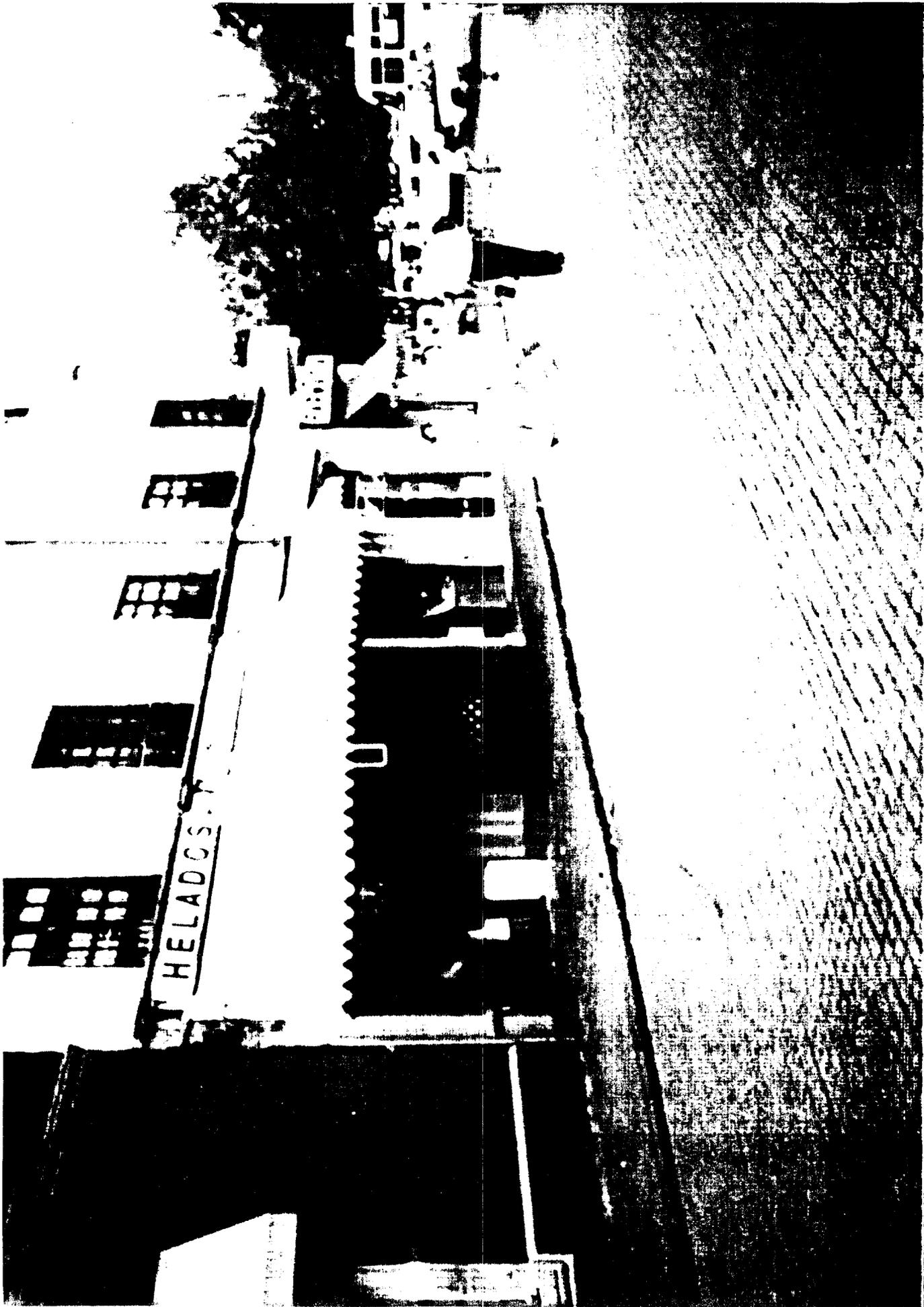




0

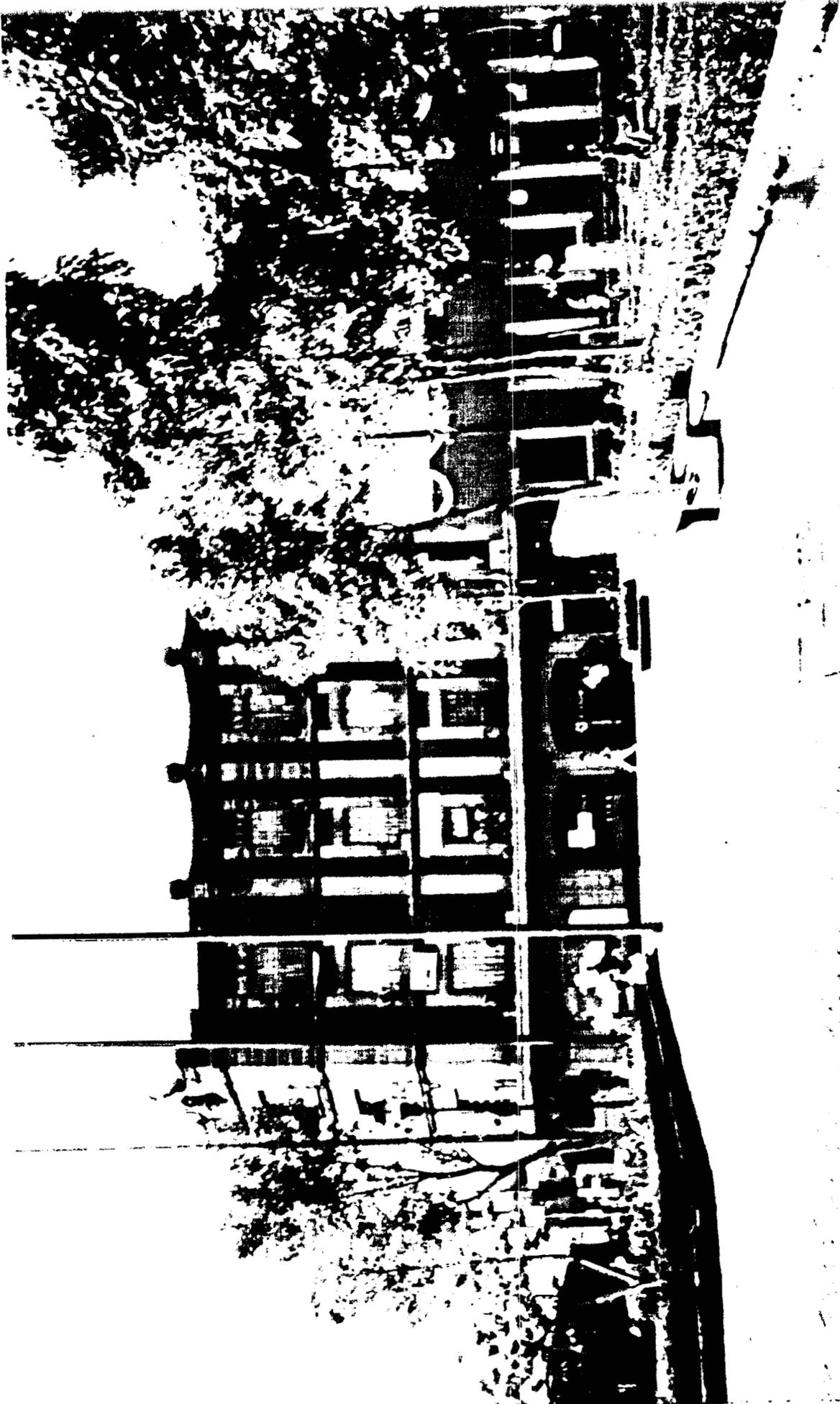
VENDEDORRES AMBULANTES

121

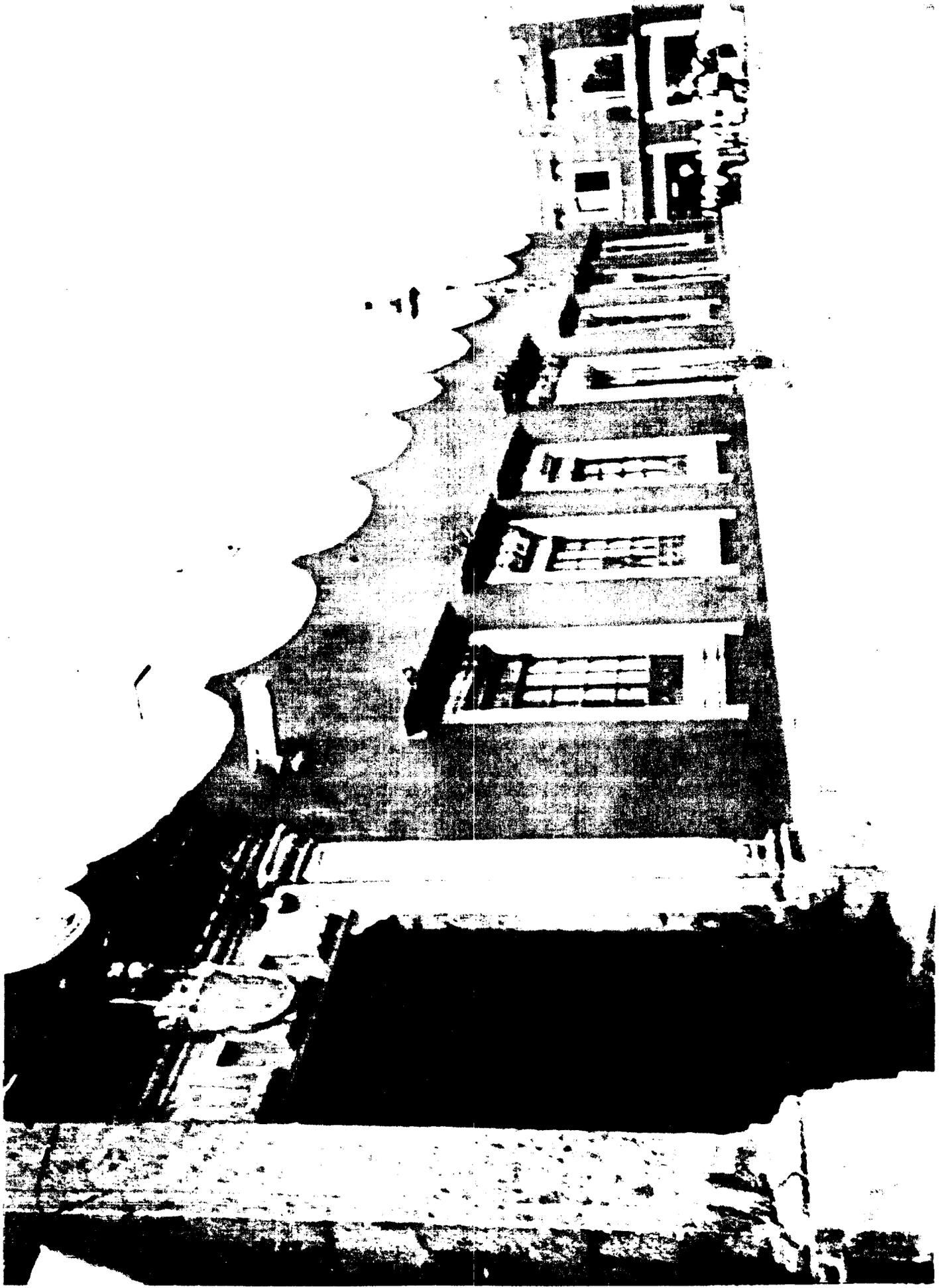


HELADOS

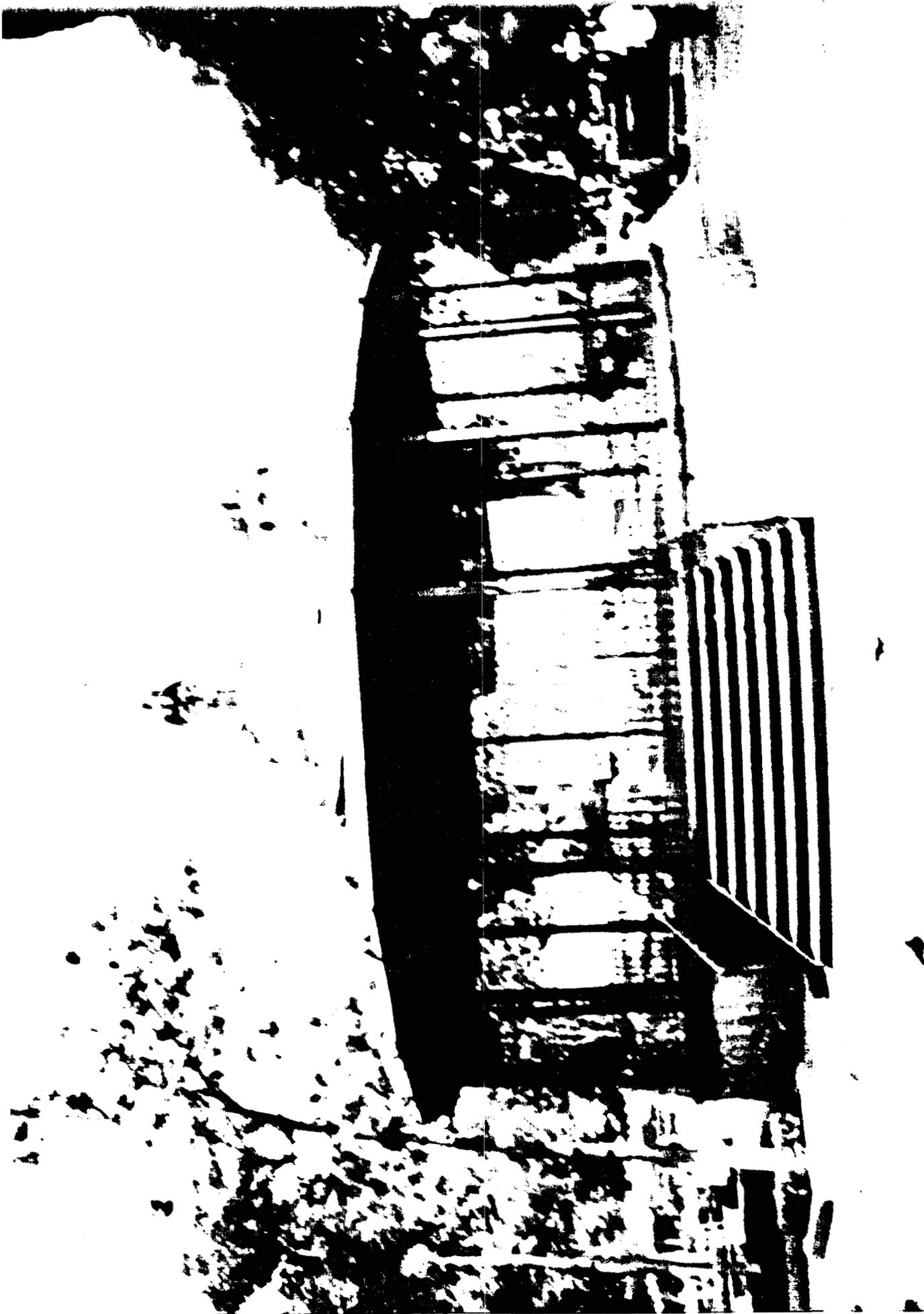




ANDADOR Y JARDINERAS

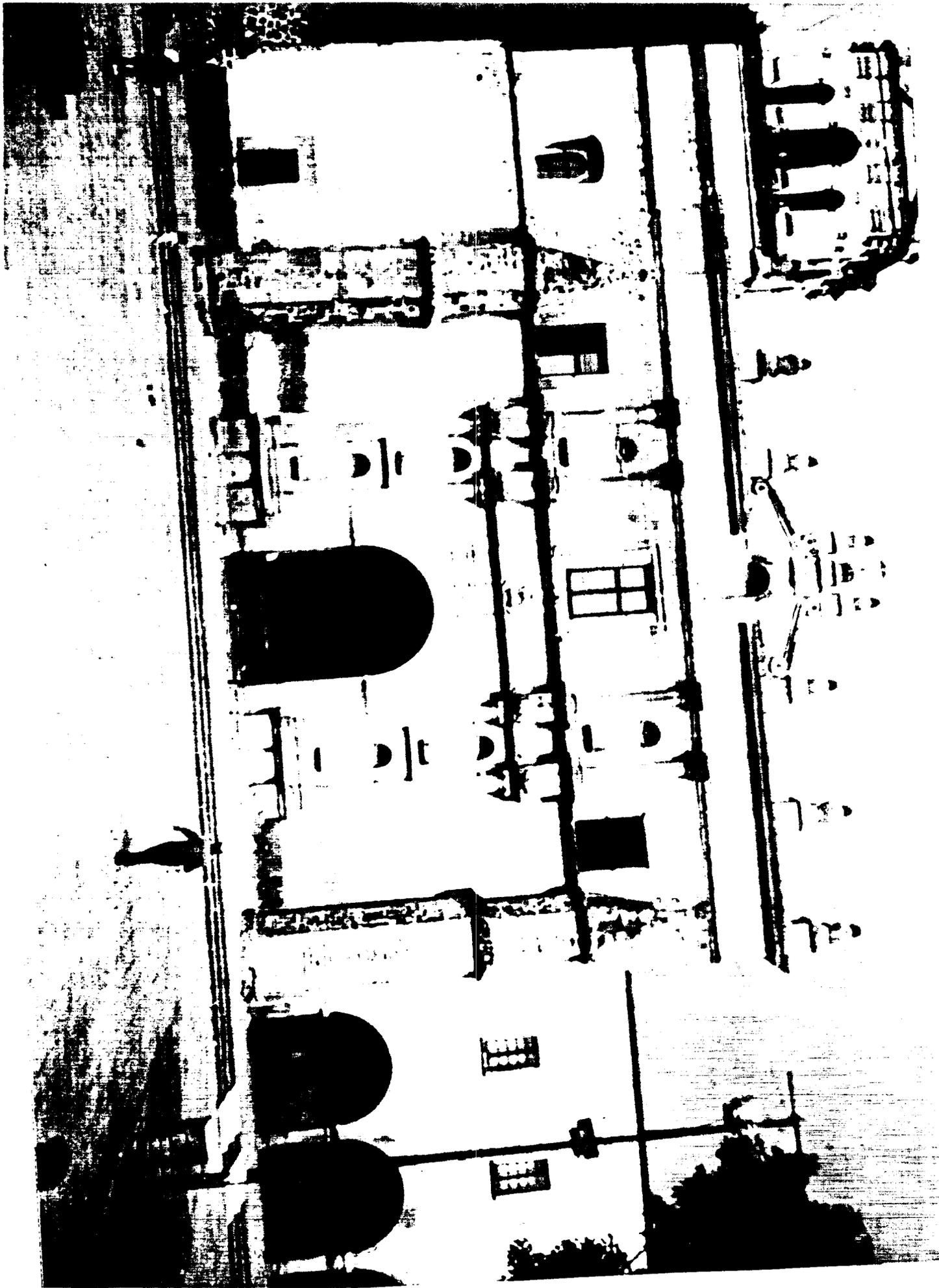


ANTIGUA CASA DE HERNAN CORTES



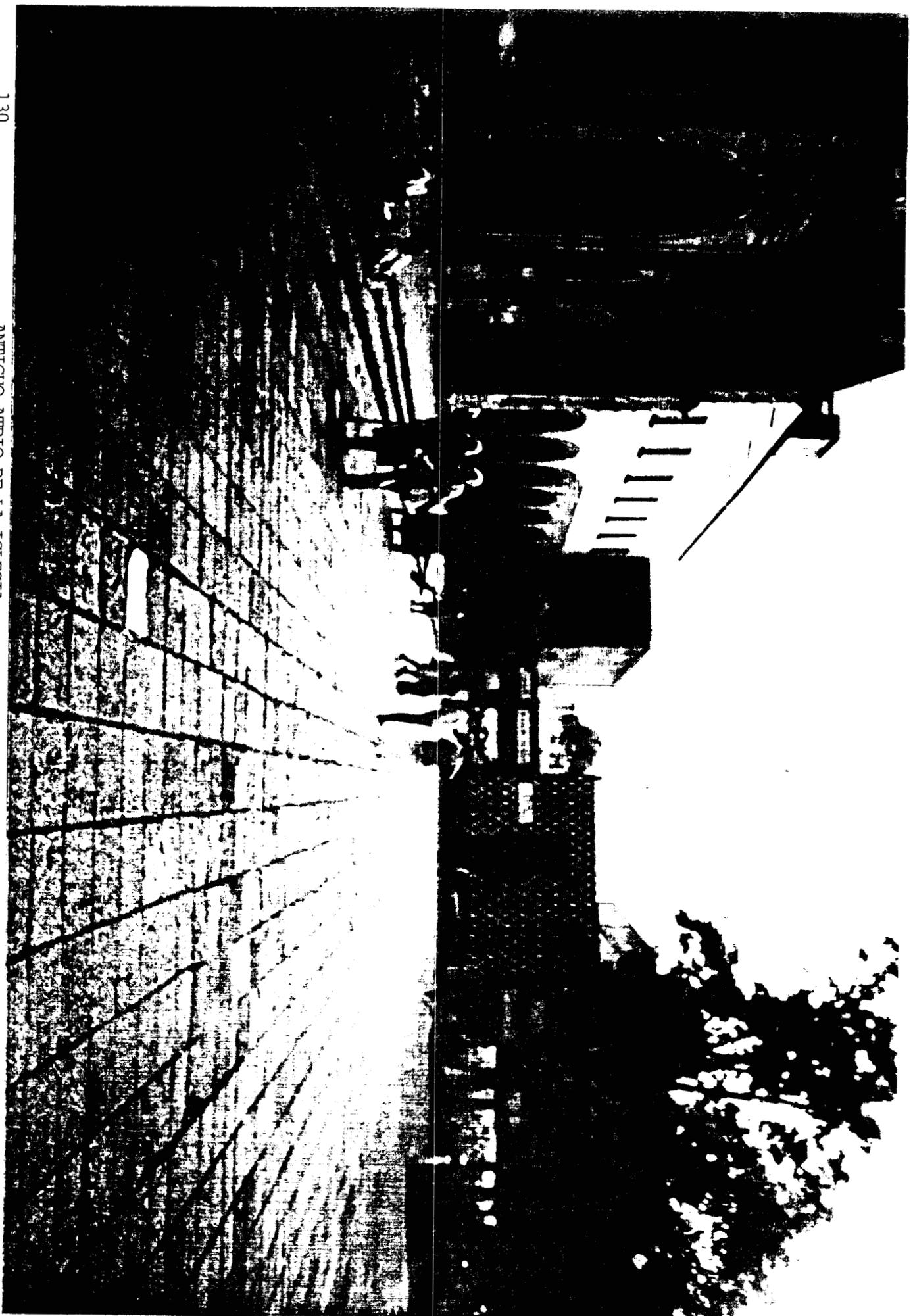
QUITOSCO

127





ANTIGUO ATRIO DE LA IGLESIA





FUENTE

OXEN

OXEN



## A N E X O E

### DIRECTORIO CULTURAL Y TURISTICO DE LA DELEGACION COYOACAN

La Delegación Coyoacán tiene una gran diversidad de servicios turísticos: museos, teatros, cines, casas de cultura, casas históricas, arquitectura religiosa colonial y contemporánea. Todo esto hace de Coyoacán un rico centro cultural en manifestaciones artísticas, escultóricas y musicales, y un lugar donde se conjuntan la riqueza histórica y la modernidad de los servicios al público. El arte se fomenta aquí constantemente y cualquier persona tiene acceso a esta riqueza que no es patrimonio sólo de Coyoacán, sino de los capitalinos y de los mexicanos provenientes de otras partes de la República Mexicana.

#### CASAS DE CULTURA

##### CASA DE CULTURA JESUS REYES HEROLES.

Antigua calle Real, hoy Francisco Sosa Núm. 202.

Anteriormente, perteneció a la familia Armida, y desde 1985 pasó a ser un espacio más para la cultura de Coyoacán; aunque data de comienzos del siglo XIX, mantiene el estilo colonial propio de la calle donde se encuentra, así como el conjunto que forman todas estas casonas del barrio de Santa Catarina. Las actividades culturales que auspicia, entre otras, son: exposiciones, presentaciones de libros, conferencias y talleres que van desde literatura y la danza, hasta el dibujo y la música.

##### CASA DE CULTURA RICARDO FLORES MAGÓN.

Calzada de la Virgen y Canal Nacional, Colonia Carmen Serdan.

Ahí se llevan a cabo, primordialmente, actividades musicales, aunque también se ofrecen conferencias y talleres que enriquecen a los asistentes no sólo intelectual sino artísticamente.

##### CASA DE LA CULTURA RAUL ANGUIANO.

Huayamilpas y Coras, Colonia Huayamilpas.

Pertenece al Parque recreativo y cultural Huayamilpas.

## FOROS CULTURALES.

### FORO CULTURAL COYOACANENSE

Allende Núm. 36, Colonia Del Carmen.

Fue construido por el gobierno de la República Mexicana e inaugurado el 13 de octubre de 1977. En él se realizan actividades artísticas y culturales: exposiciones, presentaciones de cantantes y declamadores, de libros, conferencias, reuniones y juntas de vecinos, montaje de obras y festivales de danza. Este foro fue creado para brindar a la comunidad un lugar donde pueda expresar sus inquietudes artísticas y culturales.

### FORO CULTURAL "ANA MARÍA HERNÁNDEZ".

Pacífico Núm. 181, Barrio de la Conchita.

Aquí se llevan a cabo diversos actos culturales como temporadas de teatro escolar (INBA-SEP-DDF), festivales, conciertos y conferencias. Además, se imparten varios talleres de danza: hawaiana, regional, clásica y jazz.

### FORO CULTURAL DE LA JUVENTUD "FRIDA KAHLO".

Fernández Leal y Pacífico. Centro Cultural Universitario

Se localiza dentro del área comprendida por la Ciudad Universitaria. Entre otras instalaciones, cuenta con teatros, cines, librería y cafetería.

## ARQUITECTURA RELIGIOSA.

### CAPILLA DE SAN ANTONIO.

Panzacola y Francisco Sosa, esquina con Avenida Universidad.

Fue construida en el siglo XVII.

### PARROQUIA DE SAN JUAN BAUTISTA.

Plaza Hidalgo y Centenario.

Ocupa el espacio de lo que fuera la iglesia primitiva construida a mediados del siglo XVI. Más tarde, se construyó la portada actual, de estilo renacentista y se modificó la techumbre de alfarje, sustituyéndola con una cubierta moderna. A la izquierda de la portada, tiene un arco ornamentado con manos de indígenas. La iglesia y el convento fueron modificados en 1929.

## PLAZA Y CAPILLA DE LA CONCEPCIÓN.

Entre las calles Vallarta, Carranza, Fernández Leal e Ibáñez.

Se le conoce comúnmente como "La Conchita", el edificio actual fue construido en el siglo XVIII. Está conformado por una sola nave, cúpula, dos campanarios y una sacristía anexa. Su fachada es muy elaborada, con labores mudéjares de argamasa y mosaicos. Es de estilo barroco y sus muros se adornan con ajaracas. En el interior, tiene retablos barrocos; está rodeado por un jardín público.

## EX-CONVENTO DE LOS CAMILOS.

Fernández Leal y Pacífico.

Fue lugar de descanso y hospicio de los Camilos. El zaguán, de talla hermosa, conduce a un patio de interesante enlosado.

## PLAZA Y CAPILLA DE SANTA CATARINA.

Francisco Sosa.

En la arbolada Plaza Santa Catarina se ubica la Capilla del mismo nombre; originalmente el templo fue una capilla abierta que se transformó, en 1650, en la actual construcción, añadiendosele una torre, misma que perdió su linternilla debido al temblor de 1985. En su interior, encontramos pinturas murales de aquella época. En la plaza se encuentra un busto de Francisco Sosa.

## IGLESIA DE SAN MATEO.

Héroes del 47 y Paz Montes de Oca, Colonia Churubusco.

Fue construida casi por completo con el material de la destrucción del Teocalli a Huitzilopochtli, y data del siglo XVII, aunque ha sido reconstruida. Destaca su cruz prehispánica ubicada en la plazuela.

## IGLESIA DEL NIÑO JESÚS.

Tlalasco y Tepexpan, Barrio del mismo nombre.

Data del siglo XVII; su retablo y fachada son característicos de la época, con arcos de medio punto, frescos y un tablero de hoja de oro.

## PARROQUIA DE LOS REYES.

Calle Camino Real de los Reyes esquina eje 10, plazuela de los Reyes.

Fue construida sobre los restos de un templo, en donde se veneraba a los "tres reyes magos" y su decoración es espléndida. La fachada muestra un toque arquitectónico propio de la época colonial. El barrio donde se localiza lleva el mismo nombre y es conocido por las fiestas que ahí se celebran.

## EX-CONVENTO DE CHURUBUSCO.

General Anaya, Nonoalco y 20 de agosto, Barrio de San Diego.

El convento es sencillo y al estilo de la época, está dispuesto alrededor de un patio central de estilo granadino. La primera iglesia fue construida por los franciscanos llegados a la Nueva España en el siglo XVI. Ellos levantaron una casa humilde y dos pequeñas capillas, se reedificó en el siglo XVII con ayuda de Diego del Castillo y su esposa, cuyos escudo nobiliarios se encuentran en la portada de la iglesia. Originalmente, el convento se llamaba de San Diego, y luego de Santa María de los Angeles Huitzilopochtli. Al lado de la iglesia se encuentra la capilla de San Antonio. El convento también fue una biblioteca. El 20 de agosto de 1847, el convento fue escenario de la batalla contra los norteamericanos; posteriormente fue reparado y volvió a abrirse al culto y, en 1861, los religiosos fueron exclausurados. En 1920, se instaló ahí el museo de las Intervenciones.

## TEMPLO DE SAN DIEGO.

Ex-convento de Churubusco.

De estilo colonial, el templo fue mandado reconstruir por don Diego del Castillo y su esposa doña Elena de la Cruz.

## CAPILLA DE SAN ANTONIO.

Interior del ex-convento de Churubusco.

Está recubierta de azulejos, lo que hace la diferencia de las capillas de la época.

## TEMPLO DE SAN PABLO.

Avenida División del Norte esquina calzada de Tlalpan, San Pablo.

## TEMPLO DE SAN LUCAS.

Calle de San Miguel, esquina con San Lucas, Barrio de San Lucas.

## CASAS HISTORICAS.

### CASA DE ALVARADO.

Francisco Sosa Núm. 989 esquina con Salvador Novo.

La casa ha sido atribuida al conquistador Pedro de Alvarado, pero el dato no es exacto; actualmente ahí se encuentran la Biblioteca Nacional de Planeación y el Centro de Documentación de la Gestión Gubernamental.

### CASA DE DIEGO DE ORDAZ.

Francisco Sosa núm. 2.

Se presupone que perteneció a Diego de Ordaz, quien fuera amigo y capitán de Hernán Cortés, pertenece al siglo XVII.

### CASA DE HERNÁN CORTÉS.

Plaza Hidalgo núm. 1.

Ocupa el extremo norte de la plaza; ha sido modificada en varias ocasiones y data del siglo XVII. Posiblemente ahí residió la administración del Marquesado del Valle de Oaxaca, que Carlos V otorgó a Cortés. En el vestíbulo del edificio se encuentra la orden de Felipe II, en la que se concede a Coyoacán su escudo de armas, al oriente del recinto se encuentra un patio con entrada independiente por la calle, al poniente, con entrada aparte, hay una biblioteca pública. Actualmente, el edificio está ocupado por la Delegación Política de Coyoacán.

### CASA DE LA MALINCHE.

Higuera núm. 57, esq. con Fernández Leal, frente a la plaza de la Conchita.

La construcción es de dos pisos y en su tiempo fue un obraje, mismo que perteneció al español Sebastián de Soto. Desde su interior se tiene una vista hermosa del parque y capilla de la Conchita. Se dice que fue propiedad de Hernán Cortés y que ahí vivió la Malinche, pero este dato es incorrecto; en un tiempo fue cárcel de la población; actualmente la habitan los pintores Rina Lazo y Arturo García Bustos.

### CASA DE FRANCISCO SOSA.

Francisco Sosa núm. 5, hoy 38.

Francisco Sosa fue historiador, biógrafo y poeta mexicano; dejó documentos importantes sobre Coyoacán.

#### **CASA DE MIGUEL ANGEL DE QUEVEDO.**

Francisco Sosa núm. 440, esq. con Panzacola.

Es una casa de dimensiones muy grandes, pues ocupa la cuarta parte de la manzana que forman las calles de Francisco Sosa, Panzacola y la avenida que lleva su mismo nombre; resalta por su tamaño y por la cantidad y variedad de árboles que tiene en su interior. El personaje que le da nombre, además de haber vivido ahí donó los Viveros de Coyoacán y es conocido como el Apóstol del Árbol.

#### **CASA DE SALVADOR NOVO.**

Salvador Novo esq. con Francisco Sosa núm. 392.

La casa fue adquirida por Salvador Novo en 1941. Originalmente fue construida por Paulino Fontes en terrenos de este último le compró a Miguel Angel de Quevedo, junto a su parque Arboretum.

#### **CASA DE JOSE JUAN TABLADA.**

Héroes del 47 esq. con Eleuterio Mendez.

En la actualidad, esta casa aloja los teatros Coyoacán y Rodolfo Usugli, la Escuela de Escritores de SOGEM.

#### **CASA DE EMILIO "INDIO" FERNÁNDEZ.**

Dulce Oliva esq. con Zaragoza, Barrio de Santa Catarina.

#### **CASA DE DOLORES DEL RIO.**

Salvador Novo núm. 127, Barrio de Santa Catarina.

#### **HACIENDA DE SAN PEDRO MARTIR.**

La hacienda data de mediados del siglo XIX, y en la actualidad, el casco está dividido en tres partes independientes, conservadas para dar la imagen original, en 1923 se fundó ahí la Escuela de Pintura al Aire Libre; de ella salieron muchos artistas, hoy muy reconocidos.

#### **CASA DEL SOL.**

Francisco Sosa 412, Barrio de Santa Catarina.

#### **EX-HACIENDA EL ALTILLO.**

Avenida Universidad núm. 1700, Barrio de Santa Catarina.

## MUSEOS.

### MUSEO FRIDA KAHLO.

Londres núm. 247, esq. con Allende.

### MUSEO NACIONAL DE LAS INTERVENCIONES.

General Anaya, Nonoalco y 20 de agosto.

### MUSEO CASA DE LEON TROSTKY.

Río Churubusco núm. 410, entre Gómez Farias y Morelos.

### MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES.

Calle Hidalgo núm. 289.

### MUSEO ANAHUACALLI O DIEGO RIVERA.

Calle del museo núm. 150.

### INSTITUTO CULTURAL DOMECA.

Viena núm. 101, esq. con Mina, Colonia El Carmen.

### MUSEO DE LA ACUARELA MEXICANA.

Salvador Novo núm. 88, Barrio de Santa Catarina.

### MUSEO DEL AUTOMOVIL.

División del Norte núm. 2072, colonia San Pablo Tepellapa.

### MUSEO ESCULTORICO GELES CABRERA.

Avenida Xicotencatl núm. 181, esq. con Corina, colonia del Carmen.

## **MUSEO DEL TRANSPORTE.**

General Anaya y 20 de agosto, interior del ex-Convento de Churubusco.

## **MUSEO DEL RETRATO HABLADO.**

Avenida Universida núm. 1990-c, colonia del Carmen.

## **CASA ESTUDIO PABLO O'HIGGINS.**

Xochicalitka núm. 52, colonia Coyoacán.

## **MONUMENTOS.**

### **MONUMENTO A DON MIGUEL HIDALGO Y COSTILLA.**

Plaza Hidalgo.

### **MONUMENTO A JOSE MARIA MORELOS Y PAVON.**

Héroes del 47 y calzada de Tlalpan.

### **MONUMENTO AL GENERAL ANAYA.**

Frente al Convento de Churubusco.

### **ESTATUA ECUESTRE DE EMILIANO ZAPATA.**

Obra del escultor mexicano Ignacio Asúnsolo e inaugurada por el presidente Adolfo Ruíz Cortnes el 10 de abril de 1954; originalmente fue colocada en Huipulco, por ser el lugar natural de paso de Cuernavaca a la ciudad de México. Conservaba un pedestal que desapareció cuando la estatua fue trasladada a la alameda sur; ahí fue colocada en otro pedestal más pequeño.

## PARQUES Y JARDINES.

### VIVEROS DE COYOACAN.

Entre las avenidas México y Universidad.

### PLAZA HIDALGO Y JARDIN CENTENARIO.

Entre las calles de Allende, Aguayo e Hidalgo y los atraviesa la calle Carrillo Puerto.

Juntos forman la plaza central de Coyoacán. En sus orígenes, el jardín Centenario fue atrio de la parroquia y convento de Coyoacán; hoy en día es un jardín público muy visitado los fines de semana. En la plaza está la estatua de quien le da nombre: Don Miguel Hidalgo y Costilla. En el quiosco se ofrecen audiciones musicales los domingos y otras fiestas cívicas o religiosas. El parque fue inaugurado como tal el 27 de septiembre de 1921.

### PARQUE ECOLOGICO, RECREATIVO Y CULTURAL HUAYAMILPAS.

Calle Huayamilpas y Coras, colonia Huayamilpas.