

Análisis de la representación del fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal de los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga.

1

(MAYO DE 2016)

E. Vargas, *Comunicadora Social* y L. Riaño, *Comunicador Social*

I. INTRODUCCIÓN

Resumen— En Bucaramanga y su área metropolitana existen diversos establecimientos de juegos de suerte y azar, muchos de ellos enmarcados bajo el concepto de casinos, los cuales contribuyen, entre otros aspectos, al desarrollo socio económico del sector salud a nivel nacional y departamental, sin embargo, las carencias de estudios en este sector impiden identificar diversos factores a nivel comunicacional que son interesantes de estudiar e interpretar en la disciplina de la comunicación social. El uso del lenguaje verbal y no verbal en estos establecimientos permite identificar que el ser humano emplea el lenguaje de forma consciente e inconsciente en cada actividad que desarrolla.

Esta investigación tiene como objetivo principal analizar la representación del fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal de los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga. Con el fin de dar cumplimiento a este objetivo se realizó un análisis de la representación en los casinos: ‘El Doral’, ‘Diversiones Guarín’ y ‘Diversiones del Oriente’ establecimientos que según la revista ‘500 empresas generadoras de Santander’, son las que más venden en Santander. Para lograr realizar este análisis fue indispensable realizar una investigación de tipo mixta en donde en primera instancia se optó por el método cuantitativo, en donde se realizó una encuesta jerárquica que nos permitió identificar el fenómeno social más relevante en estos establecimientos.

Una vez establecido el fenómeno social más relevante se realizó una investigación de observación de tipo cualitativo en los casinos ya mencionados con el fin de interpretar, bajo conceptos teóricos, el lenguaje verbal y no verbal que se aplica en estos lugares. Posterior al análisis e interpretación de estos datos se procedió al desarrollo de las conclusiones y recomendaciones que buscan esclarecer el objetivo final del lenguaje.

Palabras clave— Análisis (analysis), descripción (description), (address), Fenómeno social (social phenomenological), Lenguaje verbal (verbal language), Lenguaje no verbal (non-verbal language), Relevante (Outstanding) Bucaramanga.

La presente investigación proporciona un análisis del lenguaje verbal y no verbal utilizado en los casinos ‘El Doral’, ‘Diversiones Guarín’ y ‘Diversiones del Oriente’ que pretende evidenciar la implementación consciente e inconsciente del lenguaje en este espacio en particular puesto que estos lugares son considerados como los establecimientos que más venden en Santander según la revista ‘500 empresas generadoras de Santander’.

La importancia de identificar las diversas modalidades del lenguaje verbal y no verbal en estos establecimientos permite comprender cómo estos lugares son sitios en los cuales se desarrolla esta actividad de forma natural, ya que como en cualquier proceso comunicativo existe un emisor que envía el mensaje y un receptor que lo recibe. El presente documento permite comprender mediante un análisis representativo en qué momento el casino cumple el papel de emisor y así mismo, nos permite identificar en qué momento los clientes de dichos establecimientos se convierten en emisores y receptores del lenguaje verbal y no verbal.

Componentes de la comunicación no verbal como la kinésica, la proxémica y la paralingüística nos permiten identificar cómo el cuerpo transmite diversos mensajes que a través de la interpretación, basado en aspectos teóricos, podemos descifrar e interpretar, confirmando que el lenguaje no verbal transmite aún más que el lenguaje verbal. Los diversos mensajes orales expresados por los empleados de estos casinos, sus formas de vestir, la ambientación de su entorno y el espacio socio cultural hacen parte de un conjunto de códigos que nos permite inferir que son elementos lingüísticos conscientemente utilizados en busca de obtener un resultado favorable para estos sitios. Estos aspectos verbales y no verbales conforman un proceso comunicativo que refleja la importancia de este estudio.

La importancia de realizar una investigación que resalte este tipo de temas radica en en que mediante el análisis de la representación del fenómeno social más relevante expresado

mediante el lenguaje verbal y no verbal en estos casinos permite establecer una base clara sobre la utilización de elementos del lenguaje para transmitir y emitir mensajes en este espacio socio cultural.

INFORMACIÓN BASICA DEL PROYECTO

A. Planteamiento del problema

En Bucaramanga y su área metropolitana no se tiene información a ciencia cierta sobre el lenguaje verbal y no verbal utilizado en los casinos y su inherente representación. De igual forma, es evidente que estudios sobre la representación del elemento conceptual expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal utilizado en los casinos de esta parte del departamento de Santander no existen, lo cual, hace necesario que se adelanten estudios en esta zona que sirvan para posteriores investigaciones académicas y científicas que puedan identificar los elementos conceptuales expresados mediante las formas de comunicación implementados en estos lugares.

Así mismo el juego ha hecho parte de la vida social de las comunidades desde sus orígenes, se puede afirmar que como forma básica de sociabilidad no hay ni ha existido etapa histórica alguna de sociedad y cultura sin juego. Desde los primeros tiempos el hombre ha jugado y ha desarrollado actividades lúdicas como forma de expresión, de pertenencia, como empleo del tiempo libre, ocio y esparcimiento. El juego constituye parte esencial de la vida cotidiana y el hombre encuentra en el azar una forma de entretenimiento, adquisición de bienes materiales y hasta de procurarse tensión emocional. Igualmente, es considerada una actividad lúdica generalmente realizada en búsqueda de placer que, según Cholí (2006) cumple una serie de funciones fundamentales para el aprendizaje, el desarrollo psicológico, la adaptación social, estabilidad afectiva, entre otros. Hechos que conllevan a identificar cuáles son los elementos comunicativos utilizados por los casinos para representar dichas funciones expresadas por Cholí y la Universidad de Granada.

Así mismo, los lenguajes verbal y no verbal son procesos de comunicación que a diario se implementan en la vida cotidiana. “Con mucha frecuencia le atribuimos a la comunicación el éxito o el fracaso de nuestra actuación en los diferentes papeles que asumimos en la vida diaria. El trabajo, los negocios, la sociedad, la política, los amigos, la familia y el estudio son algunos de los aspectos que nos obligan a emitir mensajes orales y escritos. El lenguaje es el instrumento que nos permite comunicarnos con los demás al enviar y recibir mensajes”

Analizar los propósitos, las cualidades, la kinésica, la paralingüística, la proxémica de la comunicación verbal y no verbal utilizados en estos lugares contribuyen a llenar un vacío del conocimiento en el área de la comunicación social por lo cual merece ser estudiado profundamente desde esta disciplina.

B. Justificación

La legislación colombiana establece a los casinos como juegos de azar que se clasifican dentro de la categoría de juegos localizados, los cuales realizan aportes significativos al sector salud en Colombia. Esto se ve reflejado en los aportes que los Casinos y Bingos realizan a la salud.

El negocio de los Juegos Localizados presenta unas rentabilidades satisfactorias con respecto a las diferentes modalidades de los juegos de suerte y azar, a través de Col juegos, la entidad del Gobierno encargada de administrar los juegos de suerte y azar como fuente de recursos para la Nación.

La utilización de la comunicación verbal y no verbal en estos establecimientos en Bucaramanga y su área metropolitana ha generado interrogantes que vale la pena identificar. La utilización del lenguaje corporal, de signos, señas, la vestimenta, el aspecto, las posturas y los movimientos son algunos de los elementos comunicativos utilizados por miembros de los casinos con el fin de darle representación a diversos elementos que se identificarán en esta investigación.

La comunicación no verbal es parte esencial en todo proceso comunicativo pues, según Flora Davis, las palabras implementadas en la comunicación verbal sólo transmiten una parte muy sesgada del mensaje “así podría ser, si las palabras lo fueran todo. Pero son sólo el comienzo, porque detrás de ellas está el cimiento sobre el cual se construyen las relaciones humanas: la comunicación no verbal. Las palabras son hermosas, fascinantes e importantes, pero las hemos sobreestimado en exceso, ya que no representan la totalidad, ni siquiera la mitad del mensaje”

De ahí, la finalidad de este proyecto: analizar la representación del fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal en los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana. Esta investigación es de gran utilidad dentro de la sociedad concentrada en esta región del País y para futuras investigaciones que estudien fundamentos básicos y válidos para realizar trabajos más profundos que pretendan resultados más específicos en este mismo tema.

Así mismo, esta investigación permitirá llenar vacíos del conocimiento reflejando así el uso consiente de la comunicación verbal y no verbal dentro de los casinos objetos de estudio previamente seleccionados de acuerdo con sus niveles de ventas al momento de ejecutar la investigación. Desde el punto de vista práctico, la investigación contribuye, desde un enfoque analítico, al uso semiótico para la identificación y posteriormente descripción de los elementos comunicativos verbales y no verbales implementados en los casinos.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación genera la aplicación de un método de investigación mixto que contribuye a la creación de un conocimiento válido y confiable dentro del área de las ciencias sociales; de igual forma, aporta resultados de recolección de datos y análisis que conjuntamente contribuyen a investigaciones posteriores.

En cuanto a su alcance, la investigación abre nuevos caminos para el análisis de la representación mediante el lenguaje verbal y no verbal en los casinos del Área Metropolitana de Bucaramanga, aportando así, datos que contribuyan a la comprensión de futuras investigaciones en el área de las ciencias sociales.

Esta investigación es pertinente dado el momento y el lugar en el que se pretende llevar a cabo la exploración investigativa; en cuanto a su viabilidad es adecuada, ya que el presupuesto estimado cubre las pretensiones de dicha investigación; pero además porque el corpus empírico en cuestión se halla al alcance de los objetivos propuestos.

Es de suma importancia y factibilidad para la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana conocer los resultados de esta investigación ya que genera información veraz y exclusiva en aras de conocer más de cerca la importancia de la comunicación en todos los ámbitos sociales, específicamente en los casinos.

C. *Objetivos*

1) *Objetivo general.*

Analizar la representación del fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal de los casinos más concurridos del Área Metropolitana de Bucaramanga.

2) *Objetivos específicos*

- Determinar cuáles son los casinos más concurridos de Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Identificar cuáles son los fenómenos sociales más relevantes para los clientes de los casinos más concurridos Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Establecer cuál de los fenómenos sociales contemplados por los clientes de los casinos más concurridos del Área Metropolitana de Bucaramanga es el más relevante.
- Interpretar la representación mediante el lenguaje verbal y no verbal del fenómeno social más relevante en los casinos más concurridos del Área Metropolitana de Bucaramanga.

III. CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

A. *Marco Conceptual*

JUEGO

La RAE define al juego como un ejercicio recreativo o de competición sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde. El juego es una actividad vital con implicación en el desarrollo emocional y de gran importancia en el proceso de socialización de todo ser humano, especialmente durante la infancia, etapa la que se desarrollan las capacidades físicas y mentales contribuyentes a adquirir y consolidar de una manera creativa, patrones de comportamiento, relación y socialización. El juego posee la capacidad de afectar y ser afectado a su vez por el mundo externo y por los valores de quien juega. En

algunos casos el juego pasa de tener un carácter recreativo y de acercamiento social a tornarse como una necesidad imperiosa para el sujeto, y debido a esto disminuye su rendimiento académico y/o laboral y el dinero destinado a cubrir gastos básicos de supervivencia se destina a la conducta del juego y las apuestas.

LENGUAJE VERBAL

El lenguaje verbal es el proceso comunicativo mediante el cual los seres humanos se comunican a través de la palabra. La voz y el habla le permiten al individuo expresarse y comprender ideas, pensamientos, sentimientos, conocimientos y actividades “el lenguaje hablado se da como resultado de un proceso de un proceso de imitación y maduración a través de la riqueza de estímulos que existen en el ambiente. El lenguaje oral se concibe como el desarrollo de la capacidad de comunicarse verbal y lingüísticamente por medio de la conversación en una situación determinada y respecto a determinado contexto y espacio temporal”

Puyuelo M. (1998) define al lenguaje como una conducta comunicativa, una característica específicamente humana que desempeña importantes funciones a nivel cognitivo, social y de comunicación; que permite al hombre hacer explícitas las intenciones, estabilizarlas, convertirlas en regulaciones muy complejas de acción humana y acceder a un plano positivo de autorregulación cognitiva y comportamental, al que no es posible llegar sin el lenguaje.

Así mismo “el lenguaje verbal también llamada comunicación oral, tiene la capacidad de utilizar la voz para expresar lo que se siente o piensa a través de las palabras; los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante forman parte de aquello que inconscientemente acompaña a nuestras palabras pero que son comunicación no verbal”

LENGUAJE NO VERBAL

El lenguaje verbal “está compuesto por todos aquellos elementos que acompañan al lenguaje verbal y es una convención social más o menos uniforme y estable. La principal característica de este lenguaje es que los signos que lo conforman corresponden recíprocamente al número de significados, es decir, el número de signos es igual al número de cosas que requieren designarse. No se permite alguna otra interpretación y este lenguaje necesita ser visualizado y únicamente está compuesto por significantes”

Este proceso comunicativo consiste en el envío y recepción de mensajes sin la necesidad del lenguaje verbal, es decir, sin palabras, se logra llevar a cabo mediante indicios, gestos y signos.

“Estos mensajes pueden ser comunicados a través de gestos, lenguaje corporal o postura, expresión facial y el contacto visual, la comunicación de objetos tales como ropa, peinados o incluso la arquitectura o símbolos y la infografía, así como por medio de la conducta pues hay un monitoreo continuo de lo que hacemos y lo que el otro percibe”

SEMIOTICA

Nos encontramos con el hecho de que dicha palabra procede del griego pues está formada por dos vocablos de dicha lengua: semeion que puede traducirse como “signo” y logos que es sinónimo de “estudio” o “tratado”.

Ferdinand de Saussure dice que la semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

ENCUESTA JERÁRQUICA

Es un instrumento de investigación que permite aleatoriamente clasificar y ordenar según la preferencia por el encuestado. Siendo un método descriptivo con el que se puede detectar ideas, necesidades, favoritismos, hábitos de uso, etc.

Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme que nos permite determinar la relevancia de alguna de las opciones y efecto de esta.

PARALENGUAJE

Es el conjunto de características de las cualidades de la voz, tales como el tono, la dicción, la entonación, la fluidez y el ritmo al habla, además de que la risa, el llanto, el bostezo, las pausas, el suspiro y las muletillas, influyen en esta. El nerviosismo puede provocar un cambio en las cualidades de la voz.

PROXÉMICA

Es el estudio de la forma en que las personas utilizan el espacio (personal y/o social) para comunicarse. Por espacio ente

ndemos el aspecto físico del lugar o la distancia para hablar.

El antropólogo estadounidense Edward Hall como el principal exponente de la teoría, examina la manera en que las personas ocupamos el espacio y la distancia que guardamos entre nosotros al comunicarnos verbalmente.

LA KINESIA

Es la capacidad de efectuar comunicación mediante gestos u otros movimientos corporales; incluyendo la expresión facial, el movimiento ocular y la postura entre otros.

En la interacción es posible determinar el comportamiento de un ser humano, la postura corporal depende de qué tan seguro se encuentre un individuo respecto a una determinada situación y la aceptación de un determinado evento de interacción, por lo tanto las posiciones cerradas implican una protección en la interacción para dificultar la entrada de una persona al momento de comunicarse.

Sus características de observación constan del olfato, el lenguaje de las manos, la vista, el tacto, las posturas y los ritmos que definen personalidades y conductas de comportamiento de acuerdo a lo que los rodea.

B. Marco Teórico

TEORIA DE LOS FENOMENOS SOCIALES DE DURKHEIM

Para lograr llegar a la definición concreta de lo que entendemos por fenómeno sociales es necesario abarcar la teoría de Émile Durkheim, padre de la sociología moderna, quien argumenta que los fenómenos sociales son “Son maneras de hacer o de pensar, reconocibles por la particularidad que son susceptibles de ejercer una influencia coercitiva sobre las conciencias particulares...Consisten en maneras de obrar, pensar y sentir exteriores al individuo, y que están dotadas de un poder coactivo por el cual se imponen. Por consiguiente, no pueden confundirse con los fenómenos orgánicos, pues consisten en representaciones y acciones, ni con los fenómenos psíquicos que sólo tienen vida en la conciencia individual. Constituyen pues, una nueva especie, a la que se ha de dar y reservar la calificación de sociales...”

En este sentido, Durkheim manifiesta que todo fenómeno es un hecho social que representan los modos de actuar, pensar y sentir externos al individuo, y que poseen un poder de coerción en virtud del cual se imponen a él, es decir, todos los individuos pertenecientes a una sociedad deben actuar pensar y sentir de acuerdo con lo socialmente aceptado, por lo tanto, son exteriores a él. Son colectivos porque son parte de la cultura de la sociedad, y son coercitivos porque los individuos se educan conforme a las normas y reglas de ella sólo por el hecho de nacer en aquélla.

Para este sociólogo francés todo hecho social para convertirse en fenómeno social debe poseer y cumplir con las siguientes características.

- Los fenómenos sociales deben ser exteriores: Todo hecho social debe ser exterior al individuo en sí; bien sea que el fenómeno se de en sociedad o en grupo más nunca de forma individual. “Cada individuo tiene una manera de hacer, sentir y pensar. Cuando las generalidades de los individuos hacen, sienten y piensan de una manera determinada, se forma la manera de hacer, sentir y pensar de la sociedad. La combinación de estas maneras de hacer, sentir y pensar individuales se realiza fuera del sujeto y es en este sentido que las consideramos exteriores. Llegan a tener vida propia, independientemente de quienes participaron en su formación”
- Los fenómenos sociales deben ser coercitivos: En este sentido es necesario comprender que en todo hecho social el individuo se debe comportar conforme a las normas y reglas de la sociedad.
- Los fenómenos sociales deben ser colectivos y generales: “Para que un hecho sea social, debe ser general, y a la vez colectivo, dado que no necesariamente todo lo general es social. Lo general está en cada uno de los individuos del grupo, en cada parte, mientras que lo colectivo está en el todo, en el grupo. Un fenómeno social familiar, por ejemplo, es colectivo porque se refiere a la familia como grupo y, al mismo tiempo, es general porque involucra a cada uno los integrantes de la familia”, en este sentido se puede concluir que todo hecho social es parte de la cultura de la sociedad.

Una vez observadas las características que conforman un fenómeno social bajo este teórico podemos concluir que los fenómenos sociales son una manera de hacer, sentir o pensar que deben ser exteriores, coercitivos y a su vez colectivos y generales.

Una vez conceptualizado el término de fenómeno social es necesario identificar su relación con nuestra investigación, para ello es necesario la implementación de la teoría de Marvin Zuckerman, un especialista en psicología social que identifica los fenómenos sociales que motivan a un individuo a visitar un casino.

Zuckerman expone cuatro fenómenos que explican los motivos por los cuales las personas consumen estos juegos, y, por ende, visitan los casinos de juego de una manera regular con niveles exacerbados, estos son:

- La búsqueda de emociones y aventuras, caracterizada por el deseo de implicarse en actividades peligrosas que supongan ciertos riesgos, así como rapidez de decisiones y actuaciones.
- La búsqueda de experiencias, caracterizada por la búsqueda de situaciones que provoquen un aumento importante de activación fisiológica y exijan comportamientos poco predecibles.
- La desinhibición social, caracterizada por la emisión de conductas que implican la liberación de distintas trabas psicosociales.
- La susceptibilidad al aburrimiento, que hace referencia al desagrado que produce cualquier actividad rutinaria, repetida o monótona, ya sea en ambiente laboral, familiar o social, con el consiguiente rechazo de experiencias repetidas.

Este teórico expone que estas motivaciones se pueden categorizar como fenómenos sociales en el contexto de los casinos, es decir, que se pueden denominar como fenómenos sociales estrictamente en este entorno debido a sus características de espacio y lugar. Podemos identificar, de acuerdo con las investigaciones realizadas por Marvin Zuckerman, que estas motivaciones se encuentran relacionadas con las características expuestas por Émile Durkheim en lo referente a los fenómenos sociales.

C. Marco Legal

Al inicio de la presente investigación, se llegó a la conclusión de la importancia de conocer cuáles son los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana para a partir de allí iniciar con el estudio que nos permitiera analizar el fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal de estos lugares.

Una vez identificado el punto de inicio de nuestra investigación se decidió visitar la defensoría del espacio público, ubicada en la sede de la Alcaldía del municipio de Bucaramanga, cabe resaltar que este Departamento Administrativo fue creado mediante el Acuerdo Municipal No. 035 de Diciembre 20 de 2002, así mismo, dentro de sus funciones generarles se encuentra: La defensa, inspección, vigilancia, regulación y control del Espacio Público del

Municipio, la administración de los bienes inmuebles y la elaboración del inventario general del patrimonio inmobiliario municipal. Esto motivó a que en primera instancia se considerará coherente y viable para el suministro de la información requerida de esta investigación.

Sin embargo, una vez abordada las oficinas de este Departamento Administrativo se lograron identificar que en sus despachos no se encuentra información relacionada con el número de ventas de los casinos o con cualquier información que nos suministrará datos sobre cuáles son los casinos más concurridos de Bucaramanga hecho por el cual se decidió buscar otra fuente como la cámara de comercio de Bucaramanga.

La cámara de comercio de Bucaramanga tiene entre algunas de sus funciones, según el código del comercio a nivel nacional, el cumplimiento de la Ley 643 de 2001 que manifiesta lo siguiente:

- Artículo 550. “Registro de vendedores. Establéese el Registro Nacional Público de las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad de vendedores de juegos de Suerte y Azar, que deberán inscribirse en las Cámaras de Comercio del lugar y cuando éstas no existieren, por delegación de la Cámara de Comercio, la inscripción se hará en la Alcaldía de la localidad, la cual deberá reportar la correspondiente diligencia de registro. En toda vinculación de vendedor con empresario será necesario que estén debidamente registradas las personas que intervengan en el acto o convenio. El reglamento establecido por el Consejo Nacional de Juegos de Suerte y Azar señalará las faltas y las sanciones por la omisión de este requisito”.

Según las funciones de esta entidad debe poseer una base de datos o un registro mediante el cual nos permita identificar cuantitativamente el número de establecimientos que se dedican a los juegos de apuestas de azar, entre ellos, los casinos. Con base en esta información se identificó en estos registros se encuentran registrados diversos lugares que se dedican a un sinnúmero de actividades relacionados con los juegos de apuestas y Azar.

Así mismo, se logró identificar que entre otras de las funciones de esta entidad se encuentra que deben cumplir mediante el decreto 898 de 2002:

- Elaboración de estudios: adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde operan.
- Registros públicos: llevar los registros públicos encomendados a ellas por la ley y certificar sobre los actos y documentos allí inscritos.
- Costumbre mercantil: recopilar y certificar las costumbres locales mediante investigación realizada por cada Cámara dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial

observadas en forma pública uniforme y reiterada, siempre que no se opongan a normas legales vigentes.

De igual forma, según el régimen legal de la Republica de Colombia, Poder Público - Rama Legislativa, Ley 643 de 2001. Se fija el régimen propio del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar. El Congreso de Colombia decreta que hay leyes donde se estipula y se dejan claras las reglas de funcionamiento de las casas de apuestas y los factores que deben influir respetando así la salud mental y emocional de sus posibles jugadores.

IV. METODOLOGÍA

La metodología a utilizar en el desarrollo de esta investigación será de corte mixto ya que su propósito es idóneo para analizar e interpretar la representación del fenómeno social más relevante mediante el lenguaje verbal y no verbal en los casinos el 'El Doral', 'Diversiones Guarín' y 'Diversiones del Oriente'; al respecto Roberto Hernández Sampiere afirma que "La meta de la investigación mixta no es remplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales". A su vez "Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio"

Así mismo se aborda el estudio de casos como parte de la investigación cualitativa, el cual, se comprende como un método que intenta describir y analizar los diversos aspectos de un fenómeno social o entidad social. El investigador de estudios de casos observa las características de una unidad, niño, aula o institución, con el propósito de analizar profundamente distintos aspectos de un mismo fenómeno. Por medio de esta metodología los investigadores de este trabajo podrán obtener información calificada como la descripción intensiva, holística y analítica del fenómeno social sujeto al estudio, enmarcado en el contexto social-cultural donde se desarrolla.

El estudio de casos se caracteriza porque analiza a profundidad la interacción de los factores que producen cambio en los casos selecciones de estudio, así mismo, pueden ser grupos, familias o comunidades, hecho que contribuye a nuestra, este tipo de investigación utiliza particularmente la observación, las historias de vida, las entrevistas, los cuestionarios, los diarios y las autobiografías como método de recolección de dato en donde el objetivo básico es la de comprensión del significado de una experiencia.

Cuando hablamos de análisis, inherentemente nos remitimos a una investigación profunda que nos permite acercarnos eficazmente al objeto de estudio arrojando los resultados deseados en la investigación, ofreciendo diversos panoramas de las posibles conclusiones de la misma. El análisis es un

método que nos garantiza innumerables formas de procesar información debido a que se contempla como un instrumento de trabajo rápido que nos permite recopilar información de una forma eficaz.

Con el objetivo de identificar los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga se realizará un rastreo de información enfatizada en el sector económico de Santander, para ello se realizará un seguimiento a los estudios de la Cámara de Comercio de Bucaramanga quien es la entidad encargada de estas funciones a nivel Nacional y Regional.

Para realizar el respectivo análisis de la investigación, se recurrirá a hacer una categorización formal en donde nos basaremos en la teoría de Marvin Zuckerman y su estudio sobre los fenómenos sociales en los casinos para la identificar y establecer los fenómenos sociales que se presentan en los casinos objetos de estudio. Así mismo se hará una encuesta jerarquizada basada en los aspectos teóricos de Marvin Zuckerman en los jugadores de estos establecimientos con el fin de identificar cuál de estos fenómenos sociales es el más representativo para estos sujetos.

Una vez identificado el fenómeno social más relevante para los clientes de estos establecimientos se llevará a cabo una observación participante en los casinos con el fin de interpretar, bajos conceptos teóricos del lenguaje verbal y no verbal, su representación. Para tener un soporte que nos permita realizar la recolección de información dentro de estos lugares se realizará una tabla con los aspectos más representativos del lenguaje verbal y no verbal que nos permita categorizar y ordenar la información en base a los aspectos teóricos anteriormente rastreados.

Una vez identificados estos aspectos se realizará la descripción de los aspectos del lenguaje verbal y no verbal que representan al fenómeno social más relevante en los casinos objetos de estudio, así mismo se realizará un libro de códigos que permita comprender el significado del uso consciente o inconsciente del lenguaje verbal y no verbal en estos establecimientos.

A. Fase Diagnóstica

Al inicio de la presente investigación, se llegó a la conclusión de la importancia de conocer cuáles son los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana, para a partir de allí iniciar con el estudio que nos permitiera analizar el fenómeno social más relevante expresado mediante el lenguaje verbal y no verbal de estos establecimientos de comercio.

Una vez identificado el punto de partida de nuestra investigación, identificamos que la cámara de comercio es la entidad encargada de realizar estudios financieros en la ciudad. Este hecho ofrece una base en la cual se concibe que deban existir estudios financieros que en materia de esta investigación sea de vital ayuda para identificar los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana. En efecto se logró identificar un estudio de 'Vanguardia Liberal' en cooperación con esta entidad.

Vanguardia Liberal es un diario impreso en Bucaramanga, fundado por Alejandro Galvis Galvis el 1 de septiembre de 1919 y es considerado como el diario con más circulación en Bucaramanga y su área metropolitana debido a su tradición y alcance.

‘500 Empresas generadoras de Santander’ es una revista publicada por ‘Vanguardia Liberal’ en la cual se reflejan las empresas que más venden en Santander con datos financieros tomados de la Cámara de Comercio. Esta revista organiza a las empresas de Bucaramanga y las categoriza en su razón social, sector y diversas variables que permiten ordenar de forma ascendente las empresas que más venden en millones de pesos, cabe destacar, que este ejemplar o edición es de corte anual por lo tanto los datos tomados de esta revista pertenecen a julio del 2015 año de su más reciente publicación.

En este ejemplar se pudo identificar cuáles son los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana basadas en sus niveles de venta anualmente. En primera instancia se encuentra los casinos ‘Doral Group’, ‘Diversiones del Oriente’ y ‘Diversiones Guarín’, estos casinos ocupan la posición 164, 307 y 347 respectivamente.

Para lograr el cumplimiento del objetivo número dos de la presente investigación que consiste en identificar cuáles son los fenómenos sociales más relevantes para los clientes de los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga se decidió utilizar la teoría de Marvin Zuckerman sobre los casinos, en la cual, categoriza los fenómenos sociales en las siguientes motivaciones:

- La búsqueda de emociones y aventuras, caracterizada por el deseo de implicarse en actividades peligrosas que supongan ciertos riesgos, así como rapidez de decisiones y actuaciones.
- La búsqueda de experiencias, caracterizada por la búsqueda de situaciones que provoquen un aumento importante de activación fisiológica y exijan comportamientos poco predecibles.
- La desinhibición social, caracterizada por la emisión de conductas que implican la liberación de distintas trabas psicosociales.
- La susceptibilidad al aburrimiento, que hace referencia al desagrado que produce cualquier actividad rutinaria, repetida o monótona, ya sea en ambiente laboral, familiar o social, con el consiguiente rechazo de experiencias repetidas.

Este estudio permite identificar los fenómenos sociales más relevantes para los clientes de los casinos en cualquier espacio socio-cultural en donde se desarrolle esta actividad, lo cual le contribuye a esta investigación pues a partir de allí se toma estos fenómenos sociales encontrados como aporte a nuestra investigación, es decir, que las investigaciones de Marvin Zuckerman nos permite generalizar y encontrar los fenómenos sociales más relevantes para los clientes de los casinos más concurridos de Bucaramanga y su área metropolitana.

Con la intención de cumplir con el objetivo número tres de esta investigación en el que se quiere identificar cuál de los fenómenos sociales ya expuestos por Marvin Zuckerman es el más relevante, se decidió utilizar la encuesta jerárquica como instrumento de recolección de datos. En este instrumento de recolección se implementó la teoría de Marvin Zuckerman, en la cual, expone y categoriza cuatro de los fenómenos sociales más comunes según su investigación dejándonos como labor

establecer cuál de esos cuatro es el más relevante para los clientes de los casinos ‘Diversiones Guarín’, ‘El Doral’ y ‘Diversiones el oriente’ del área metropolitana de Bucaramanga.

Una vez elaborada esta encuesta se decidió abordar los casinos en donde se realizó la presente investigación, con el fin de obtener la información por parte de los jugadores, para ello, se solicitó una cita previa con los administradores de los casinos: ‘Diversiones Guarín’, ‘Diversiones del oriente’ y casino ‘El Doral’, con el objetivo de solicitar el permiso que nos facilitara diligenciar las encuestas dentro de los ya mencionados establecimientos. El encuentro con los administradores fue exitoso en los casinos ‘El Doral’ y ‘Diversiones Guarín’, ya que una vez obtenido y presentado los permisos diligenciados, estos funcionarios permitieron la realización de la encuesta en sus casinos, con la única observación de que en el momento del abordaje de la misma era necesario la presencia de sus empleados para garantizarle al jugador que no se le está cuestionando con este instrumento de recolección de información.

En el casino ‘Diversiones del Oriente’ no fue posible realizar esta encuesta dentro de sus establecimientos ya que su administrador manifestó que al realizar este ejercicio sus clientes (jugadores) se sentirían intimidados y a su vez incómodos, por lo tanto, no nos concedió el permiso para la recolección de datos en este lugar, hecho por el cual, se decidió realizar estas encuestas por fuera de sus instalaciones con el previo permiso de los jugadores antes de ingresar a este sitio.

Recurriendo a fuentes primarias (en este caso los administradores) de estos establecimientos se decidió implementar el instrumento de recolección en las horas y días más concurridos de cada casino del último trimestre, esto con el fin de lograr la mayor muestra probabilística, dentro de este lapso siendo conscientes del ingreso al casino se debía manejar de acuerdo con lo permitido por ellos.

Con base en lo anteriormente expuesto se realizaron las encuestas de la siguiente manera.

CASINO	DÍA	HORA
EL DORAL	17/04/2016	5 A 6 PM
DIVERSIONES EL ORIENTE	23/04/2016	11 A 12 AM
DIVERSIONES GUARÍN	29/04/2016	7 A 8 PM

B. Resultados

Estos son los resultados que nos arrojó la encuesta realizada a los clientes de los casinos ‘El Doral’, ‘Diversiones Guarín’ y ‘Diversiones del oriente’ quienes clasificaron y ordenaron los fenómenos sociales del más importante al menos, de acuerdo con las motivaciones por las que asisten a un casino.

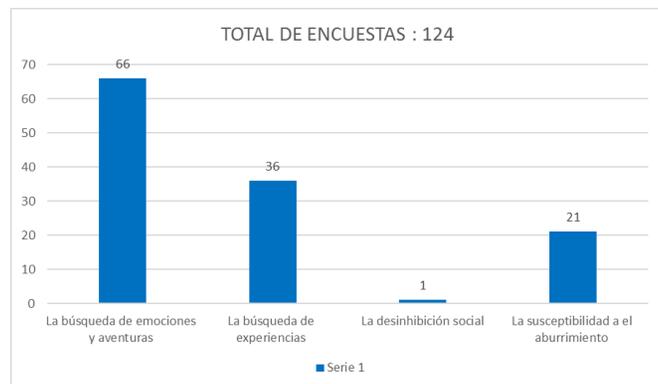
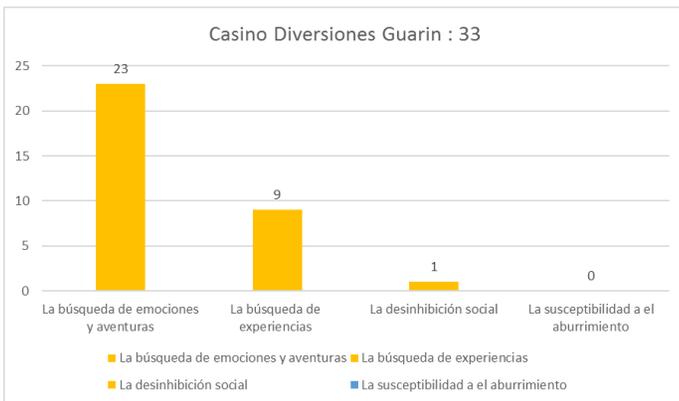
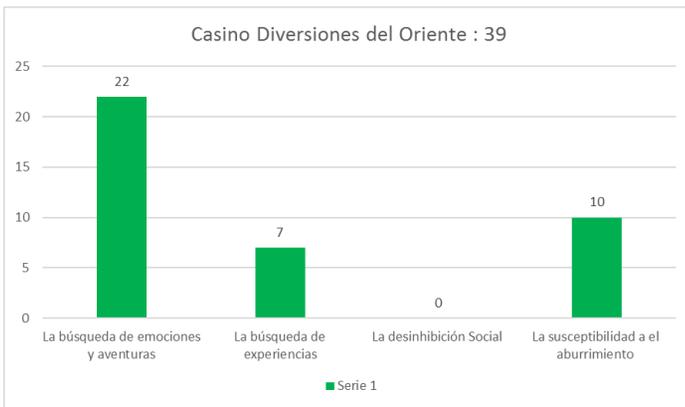
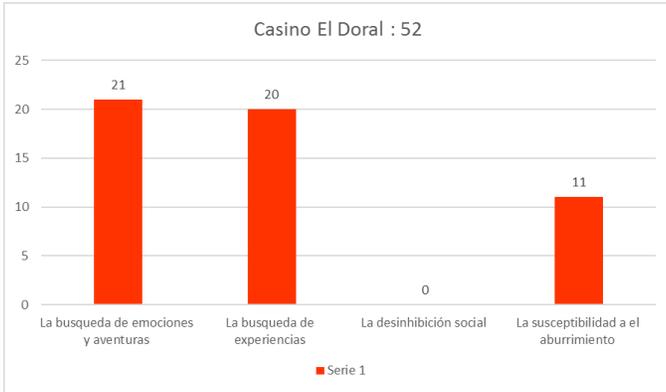


Gráfico 1. Encuestas a Casinos
Según los resultados de las encuestas realizadas se puede determinar que el fenómeno social más relevante de los cuatro

expuestos por Marvin Zuckerman es: “La búsqueda de emociones y aventuras” según 66 clientes de los 124 encuestados que la ubicaron en primer lugar, resaltando que en cada uno de los casinos ocupó el primer puesto obteniendo como resultado un fenómeno social generalizado en los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga.

También se puede evidenciar un orden similar a la hora de responder las encuestas y que ubica en segundo lugar a “La búsqueda de experiencias” con 36 personas que la ponen como primera en su orden y que sin duda sigue siendo un factor que influye a la hora de apostar.

Una vez establecido el fenómeno social más relevante presente en estos establecimientos se prosiguió al cumplimiento del cuarto objetivo de la presente investigación que consiste en interpretar la representación mediante el lenguaje verbal y no verbal del fenómeno social más relevante, es decir, la búsqueda de emociones y aventuras, en los casinos más concurridos del área metropolitana de Bucaramanga.

Para ello se realizó un trabajo de campo en el cual se llevó a cabo la técnica directa de recolección de datos que constó en la observación participante la cual nos permitió identificar la relación de los diversos elementos que conforman el lenguaje verbal y no verbal con nuestro objetivo a desarrollar. Para poder realizar esta observación fue necesario visitar a los casinos objetos de estudio los mismos días y horas en los cuales los administradores de estos establecimientos nos informaron que se encontraba la mayor parte de personas acumuladas. Una vez obtenido el permiso por parte de los administradores de estos establecimientos comerciales decidimos realizar la visita en donde se localizó los aspectos más importantes del lenguaje verbal y no verbal, la cual, nos permitió identificar, en primera instancia, la representación de la búsqueda de emociones y aventuras en estos sitios.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la observación participante en los casinos ‘El Doral’, ‘Diversiones del Oriente’ y ‘Diversiones Guarín

CASINO ‘EL DORAL’	
Distancia social	Distancia íntima. Distancia personal. Distancia social. Distancia pública.
Postura corporal	Se acarician la mandíbula. Se tiran el oído. Apretarse la nariz. Agarrarse la cabeza por detrás. Ponerse las manos en la cintura. Jugar con el cabello. Rectitud. Mirar hacia el suelo. Cruzar los pies y balancearlos. Brazos cruzados a la altura del pecho. Piernas cruzadas por parte de los clientes.

	Piernas muy separadas.
Forma de andar	Caminar con las manos en los bolsillos. Caminar de forma rápida. Caminar con paso lento. Caminar observando a los demás jugadores. Caminar de forma erguida.
Gestos con las manos	Golpear ligeramente sus dedos. Frotarse las manos. Entrelazar los dedos. Palmas abiertas al momento de jugar. Comerse las uñas. Manos en las mejillas. Manos en los ojos. Manos en la nariz. Palmas abiertas. Puntas de los dedos unidas.
Volumen y color de voz	Voz fuerte y segura por parte de los empleados del casino. Voz con tonalidad fuerte al momento de perder o ganar. Volumen de voz suave y con complicidad. Volumen fuerte por parte de los empleados de los juegos de mesa. La música se caracteriza por ser movida y alegre.
Vestidos y símbolos	Elegancia por parte de los empleados del casino. En los casinos se observan cuadros con figuras de personas con dinero. La iluminación del casino siempre es con colores llamativos. Cada juego proyecta una representación ostentosa en su parte superior.
Expresiones de la cara y mirada	Pupila dilatada. Se levantan las cejas muy a menudo. Pestañear repetidamente. Mirar hacia los lados.
Saludo y contacto	Saludo con seguridad por parte de los empleados del casino. Ofrecimientos al momento de saludar. Saludos cordiales entre clientes del casino.
Discurso	Saludo con buena actitud y cordialidad. En los juegos de mesa se maneja un lenguaje directo y preciso. Los empleados del casino desean suerte a sus clientes en el momento de jugar. Cuñas auditivas en referencia al juego y promociones.

CONCLUSIONES

- Los diversos aspectos del lenguaje verbal y no verbal encontrados en la presente investigación tienen concordancia directa con la representación del fenómeno social más relevante escogido por los clientes de estos establecimientos.
- El fenómeno social por el cual las personas visitan estos lugares está directamente asociado por las motivaciones y emociones personales de cada individuo. Los jugadores visitan este lugar en búsqueda de emociones y aventuras que están relacionados directamente con lo que la experiencia del juego les puede hacer sentir.
- El lenguaje verbal y no verbal se observa de forma inherente en cada una de las actividades presentes en los casinos. El lenguaje no verbal expresado por los clientes de estos establecimientos evidencia que es un aspecto importante en esta actividad, cada gesto, emoción, distancia o lenguaje corporal tiene como finalidad consiente e inconsciente comunicar o transmitir un mensaje.
- El lenguaje verbal y no verbal utilizado por parte de los casinos se realiza de una forma consciente con el fin de que el jugador se sienta motivado a seguir apostando en el establecimiento.
- La noción del dinero después de inmiscuirse en el juego se vuelve intangible, pues se transforma en otro producto que ya no son los billetes los que se juegan. El dinero adquiere otras modalidades que confunden al jugador como es el caso de las fichas en las mesas y los créditos en las máquinas tragamonedas.
- Los casinos de la presente investigación evidencian ausencia de relojes y ventanas, en los tres establecimientos se observó que están ubicados en lugares cerrados y con ausencia de ventanas, lo que le ofrece en primera medida al jugador un aspecto de seguridad y confidencialidad, pero así mismo, la ausencia de relojes o ventanas alejan al jugador de la noción del tiempo haciéndolo pasar horas enteras en estos lugares.
- Los casinos manejan diversas estrategias que hacen sentir al cliente como en su propio hogar. Una mirada, una sonrisa, una buena palabra y hasta un apretón de mano estimulan al cliente a "sentirse como en casa", pero en muchas ocasiones esto no es suficiente y ahí es fundamental para el casino utilizar otro tipo de estrategias como el ofrecimiento de diversas bebidas o alimentos que hacen sentir muy cómodo al jugador.
- La ambientación utilizada en estos lugares es estimulante y fascinante, el sonido de campanas, sirenas, luces parpadeantes, pitidos, sonidos digitales, todo es fascinante esto genera la impresión de que todo el mundo está ganando cuando en realidad la mayoría de los clientes están perdiendo, la comunicación no verbal de la ambientación de este lugar da la sensación de "¡Ganar! ¡Ganar! ¡Ganar! "

- La iluminación utilizada en estos establecimientos es baja y suave pero agradable a la vista de los jugadores. Una mala iluminación puede ser irritante para los ojos, pero un nivel más moderado invita a los jugadores a instalarse, relajarse, y disfrutar mientras se siente seguro, cómodo y acogedor, lo cual se presenta como un aspecto del lenguaje no verbal utilizado conscientemente por parte de estos establecimientos.

AGRADECIMIENTOS

Dedicamos este proyecto y el esfuerzo representado en él a nuestros padres quienes han sido la mayor motivación en el transcurso de este camino, impulsándonos a superarnos en los diversos aspectos de la vida y siendo un apoyo incondicional en el desarrollo de este trabajo.

A nuestras familias quienes creyeron en nosotros y en nuestros sueños, haciéndose partícipe en la culminación de esta meta. A ellos y a nuestros seres queridos le dedicamos este trabajo que es el símbolo de una historia académica que finalizamos con esfuerzo y dedicación.

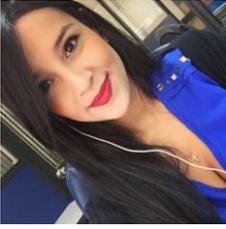
A nuestros profesores que han cumplido un papel fundamental en nuestra formación académica y personal brindándonos su compromiso más allá de nuestras necesidades en cada uno de los momentos.

De igual forma, a Alex Guerrero, nuestro tutor de proyecto de grado, quien con sus conocimientos nos permitió aterrizar las ideas y ampliar el panorama, alentándonos a cumplir a cabalidad con este proyecto permitiéndonos destacar lo mejor de nosotros.

REFERENCIAS

- [1] Earl. Fundamentos de la investigación social. Universidad AIH. Actas III (1968). Paralingüística y kinésica, Para una teoría del sistema comunicacional hablante en español
- [2] Gónzales, Angeles. El juego patológico, una nueva adicción. (1989)
- [3] Bernabé, Rosa. Sesgos cognitivos en los juegos de azar la ilusión de control. Facultad de Psicología Universidad Complutense de Madrid (1995)
- [4] Bolaño, Leydi Y Galindo, Manuel. Análisis Estructural Del Sector Estratégico De Casinos En La Ciudad De Bogotá. Bogotá. 2009,106 h. Trabajo de Grado Administración de empresas. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Administración.
- [5] Blasco, Asunción. Los judíos de Aragón y los juegos de azar. Aragón, España, 1999, 118 h. Departamento de Historia Medieval, Ciencias y Técnicas Historiográficas y Estudios Árabes e Islámicos. Universidad de Zaragoza. Departamento de Historia.
- [6] Blume, S.B. Tratamiento de las adicciones: alcoholismo, dependencia de las drogas y juego compulsivo (1986)
- [7] Carozo, Valentín. La educación para la ciudadanía como medio preventivo de conductas adictiva. El caso de la ludopatía, 2003, pag 173-176.
- [8] Cifuentes Julio; Gallego Ana. Concesión Del Monopolio De Juegos De Apuestas Y Azar En El Valle Del Cauca. Cali, Colombia,2010, 25 h. Estudios Gerenciales. Universidad ICESI.
- [9] Comisión en Teología y Relaciones Eclesiásticas de la Iglesia Luterana-Sínodo de Missouri. Los Juegos de Azar. Estados Unidos, Febrero de 1996, 20 h.
- [10]Choliz, Mariano. ¿De quién es la responsabilidad del juego responsable? España 2008. Universidad de Valencia, Departamento de psicología Básica.
- [11]
- [12]DSM-IV. Manual Diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Trastornos de control de los impulsos no clasificados en otros apartados. Pag 625.
- [13]Eco, Humberto. Cómo se hace una tesis. Técnicas de investigación y procedimientos de investigación. Estudio y escritura, España 1994.
- [14]Fernández, Fernando (2005) Teoría de juegos: análisis matemático de conflictos. Departamento de Métodos Cuantitativos en Economía y Gestión, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- [15]Forero, Ingrid. Análisis de los avances en Responsabilidad Social Empresarial en Colombia, que han tenido las organizaciones de Juegos de Azar Localizados en el periodo entre 2010-2012: Caso Grupo VICCA. Bogotá. 2013,40 h. Trabajo de especialización en Mercadeo de Servicios. Facultad de Posgrados de Ciencias Económicas.
- [16]Fundación Colombiana del Juego patológico. 2005. Pag 85
- [17]Gealy, “Suertes”, en Interpreter's Dictionary of the Bible (Diccionario de los Intérpretes de la Biblia). En: Comisión en Teología y Relaciones Eclesiásticas de la Iglesia Luterana-Sínodo de Missouri. Estados Unidos. 1996. P 3-14.
- [18]García, J. Díaz, C y Aranda, J. Trastornos asociados al juego patológico. Instituto Español para la Atención a los Problemas de los Jugos de Azar, Madrid 1993. Pag 84 y 87.
- [19]Gonzales, Angeles. El juego patológico una nueva adicción. Madrid 1989.
- [20]Grand Rapids: Baker Book House. En: Comisión en Teología y Relaciones Eclesiásticas de la Iglesia Luterana-Sínodo de Missouri. Estados Unidos. 1996. P 3-14
- [21]Hall, E. T. (1959). The silent language. Nueva York: Doubleday y Co
- [22]
- [23]Hammersley, M. y P. Atkinson. Etnografía. Métodos de Investigación, Barcelona: Paidós, 1994. Capítulo 1: “¿Qué es la etnografía?”.
- [24]
- [25]Hurtado, José. Introducción a la patología, La Habana. 2004.
- [26]Ibáñez, Ángela y Zais Jerónimo. La ludopatía, una nueva enfermedad (2000)
- [27]Monje Carlos. Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Neiva, 2011, 215 h. programa de Comunicación social. Universidad Surcolombiana, facultad de ciencias sociales y humanas.
- [28]Organización Mundial de la salud (1992)
- [29]Poyatos, Fernando. (1968) Paralingüística y kinésica
- [30]Ramos, Jesús. Ludopatía, el otro lado del juego. Madrid, noviembre de 2006. Pag 2.
- [31]Real Academia de La Lengua Española.
- [32]Revista electrónica de psicología Universidad Complutense de Madrid. Autor: Villoria López, Madrid, 1998.
- [33]Sandoval, Martín, Casinos: efectos sociales negativos y ludopatía. México (D.F)
- [34]Secades, Villa y Villa Canal.El juego patológico: prevención, evaluación y tratamiento en la adolescencia.Madrid (1998)
- [35]Tobón, Nelson. Cano, Victor y Londoño, Helena. Perfil cognitivo en personas con ludopatía: una aproximación a la población no institucionalizada. 2010. Revista Universidad Católica del Norte, pag 29.
- [36]Munarriz Begoña. Técnicas y métodos en Investigación cualitativa. España, 2000. 20 h. Universidad del país Vasco. Faculta de ciencias sociales y comunicación.
- [37]Colombia, Ministerio de Salud. Metodología de la investigación en salud. Bogotá ministerio de salud, 1982.
- [38]Universidad Católica de Chile. Manual de patología general, capítulo 1, conceptos básicos. (s.a)
- [39]Universidad de Granada. Las Bases sociales de la ludopatía, España 2003. Tesis Doctoral presentada por Concepción Barroso Benítez.
- [40]Vasilachis Irene. Estrategias de Investigación Cualitativa.1 ed. España: Editorial Gedisa. ISBN: (978-84-9784-173-32002

BIOGRAFIA



Erika Johanna Vargas Castaño nació en Bucaramanga, Santander, el 25 de junio de 1995. Se graduó de la Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI como Comunicadora Social.



Luis Alfredo Riaño Navarro nació en Lebrija, Santander, el 20 de agosto de 1993. Se graduó de la Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI como Comunicador Social.