

56



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLÁN"

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR
"LA OPINIÓN PÚBLICA"

"EL QUEHACER CULTURAL DE LA CASA DE
CULTURA QUINTA COLORADA"

296882

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A:
MARÍA ELISA PERALTA CERVANTES

Asesora:

Licenciada Olga Gallo Romo



Av. Alcanfores s/n,
Naucalpan de Juárez, Edo. de Méx.





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Cuatro Nobles Verdades

*El sufrimiento / insatisfacción es
inherente a la vida.*

*El origen del sufrimiento / insatisfacción es
el deseo egoísta - el apego.*

*La extinción del sufrimiento / insatisfacción
-Nirvana- es posible
extinguirlo en su origen.*

*El camino para lograrlo es:
el noble óctuple sendero.*

Buda

Con amor para:

Mi madre, la señora María Refugio Cervantes Pineda

Mi padre, el señor Pablo Osnaya Pérez (q.e.p.d.)

Mi hermano, Pablo Enrique Osnaya Cervantes

Mi adorado esposo, Luis Coyote Juárez

Mi querido hijo, Luis Darío Coyote Peralta

y mi amiga, la dra. Marcela González Franco

Con especial agradecimiento para:

licenciada Olga Gallo Romo

Mi primo, Enrique Cervantes Pineda

Mi cuñada, Yolanda Coyote Juárez

Mi cuñado, Antonio Coyote Juárez

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	----------

Capítulo 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Teoría de la Acción Comunicativa	11
1.2 Teoría de los Tres Mundos	14
1.3 Teoría de los Campos	16
1.4 Teoría General de Sistemas	21
1.5 Teoría Social de la Comunicación	28
1.6 Teoría de la Mediación Social	36
1.7 La Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública	46
1.8 La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva	50
1.9 La Opinión Pública en la Cultura Egipcia	57
1.10 La Opinión Pública en el periodo de Grecia y Roma	61
1.11 La Opinión Pública en la Edad Media	66
1.12 La Opinión Pública en el Renacimiento y Capitalismo	71
1.13 Perspectivas Actuales de la Opinión Pública.	78

Capítulo 2
EL QUEHACER CULTURAL
DE LA CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA

2.1	Origen de la Quinta Colorada.	84
2.2	Nacimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada	84
2.2.1	Desarrollo de la CCQC	86
2.2.2	Situación actual de la CCQC	90
2.2.3	Proyecto cultural de la CCQC	91
2.2.4	Objetivo de la CCQC	100
2.2.5	Organización interna de la CCQC.	101
2.3	Características sociodemográficas de los habitantes de seis colonias aledañas a la CCQC.	104
2.4	Definición de Consumos Culturales	117
2.5	Diagnóstico de Consumos Culturales	118



Capítulo 3
METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

3.1	Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones..	125
3.2	Relación del Marco Contextual con la Tabla de Especificaciones	128
3.3	Contextualización básica empleada para la construcción de la Tabla de Especificaciones	129

3.4	Tabla de especificaciones	131
3.4.1	Argumentación de la pertinencia de los: Conceptos, Categorías e Indicadores, índices y Reactivos.	150
3.5	Arboreación.	153
3.6	Procedimiento de Piloteo	169
3.6.1	Informe del procedimiento del Piloteo.	171
3.7	Cuestionario final	173



Capítulo 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1	Características de la población.	201
4.2	Conformación de la muestra.	205
4.3	Procedimiento de selección de la muestra.	211
4.4	Convalidación de la muestra.	212
4.5	Reporte del Levantamiento de Datos	215
4.6	Lectura de Gráficas	224
4.6.1	Estrato 1 / Colonia Ampliación Daniel Garza	225
4.6.2	Estrato 2 / Colonia Daniel Garza	256
4.6.3	Estrato 3 / Colonia Molino del Rey	281
4.6.4	Estrato 4 / Colonia Observatorio	302
4.6.5	Estrato 5 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 1	339
4.6.6	Estrato 6 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 2	366

4.7 Cruzamiento de Datos399
4.7.1 Estratos con mayor conocimiento de la CCQC399
4.7.2 Estratos con menor y nulo conocimiento de la CCQC405



Conclusiones411
Bibliografía421
Anexo427

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que se presenta a continuación es la culminación de seis meses de intenso trabajo en el seminario de titulación extracurricular "La Opinión Pública". Dicho seminario es una de las opciones de titulación que la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, a través del departamento de Educación Continua, proporciona a sus egresados.

Participar en el seminario otorga la oportunidad de ganarse el título ya que implica la conjugación de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera así como de la actualización en la teoría de la Comunicación y el uso total de la computadora.

Así también, el hecho de titularme después de trece años de haber terminado mis estudios tiene un significado especial: aún cuando no ha sido un impedimento para mi desempeño laboral representa un logro más en mi vida profesional.

A nivel personal significa cerrar con broche de oro la oportunidad de estudiar que me dieron tanto mi madre como mi padre (q.e.p.d.), y me permite cerrar uno de los ciclos más importantes de mi vida.

Optar por la investigación de consumos culturales se apega al gusto personal hacia las manifestaciones artísticas, lo cual concuerda con la vocación profesional por la investigación en Comunicación, campo en el que por supuesto queda inscrito este trabajo.

En la Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC) se abrió la posibilidad de realizar un estudio de Opinión Pública a través de su departamento de Difusión, cuyo titular es la licenciada Olga Gallo Romo.

La Quinta Colorada, como está asentado en su proyecto cultural, tiene como objetivo desarrollar y aplicar una óptima planeación, organización, difusión y evaluación de diferentes eventos culturales, artísticos y ecológicos que permitan contar con un programa integral de cultura. Por medio de talleres, cursos, exposiciones, cine, circuito cultural y conferencias desarrolla la tarea de promotor de la cultura.

Debido a la ubicación de la Quinta Colorada (primera sección del Bosque de Chapultepec) recibe visitantes de todo el Distrito Federal (D.F.). De manera contraria, la participación de los habitantes de las colonias más cercanas a la Casa de Cultura es baja.

El Departamento de Difusión de la CCQC es el encargado de dar a conocer las actividades de la Casa de Cultura así como de su acercamiento hacia empresas, instituciones, embajadas, universidades y público en general. De la preocupación de la licenciada Olga Gallo por expandir la actividad de la Casa de Cultura hacia esa zona, nace este estudio de Opinión Pública.

Los estudios de Opinión Pública (OP) permiten diagnosticar problemas en alguna comunidad, empresa, sociedad, etcétera. Realizar la investigación de OP sobre Consumos Culturales de la seis colonias aledañas a la Quinta Colorada, permitió obtener información para orientar y fomentar la oferta cultural de la Casa con el fin de atraer a tal población, que paradójicamente, no participa en las actividades de la Quinta.

Otro aspecto desarrollado fue obtener información sobre la historia de la Quinta Colorada. Hasta el momento no se conserva testimonio escrito sobre su origen y desarrollo. Con esta investigación se pretende hacer una contribución a la sociedad al realizar la recopilación y recuperación de un pasaje histórico.

El soporte teórico para esta investigación de OP se conforma, principalmente, de tres teorías de Manuel Martín Serrano; además de los teóricos Karl Popper, Jünger Habermas y Pierre Bodeau.

Siendo así, el Objetivo General de esta investigación es:

Hacer un diagnóstico de los habitantes de 18 a 60 años de edad de las colonias Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2, en relación a sus consumos culturales, el conocimiento acerca de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma.

Lo que dio lugar al planteamiento general del problema:

¿Cuál es el diagnóstico sobre los habitantes de 18 a 60 años de edad de las colonias Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2, en relación a sus consumos culturales, el conocimiento acerca de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma?.

El tema "El quehacer cultural de la Casa de Cultura Quinta Colorada" se desarrolla en cuatro capítulos:

En el **primero**, titulado "Fundamentos teóricos", se hace referencia a las teorías que sustentan la investigación. Las principales corresponden al comunicólogo español Manuel Martín Serrano y son: *Teoría de la Mediación Social*, *Teoría General de Sistemas* y *Teoría Social de la Comunicación*. Otro soporte teórico utilizado es la *Teoría de la Acción Comunicativa*, de Pierre Bourdieu. El tercer y último teórico de la comunicación abordado es Jürgen Habermas, con su *Teoría de los Tres Campos*.

Dado que los estudios de OP han sido abordados principalmente desde el campo de la Sociología, el uso de las teorías antes mencionadas trata de ser una aportación en la comprobación de realizar estudios de OP desde el punto de vista de la Comunicación, debido a que la OP es un fenómeno con base en la expresión.

Otro de los puntos desarrollados en este primer capítulo es un acercamiento a **La Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública**. La razón de tocar este tema es - también - demostrar porque se pueden realizar investigaciones de Opinión Pública desde la perspectiva de la comunicación.

Se efectuó un recorrido por la historia de la Opinión Pública, en los periodos de: la Comunidad Primitiva; Cultura Egipcia; Grecia y Roma; Edad Media; Renacimiento y Capitalismo. De esta forma se ubicó el nacimiento de la Opinión Pública y su surgimiento como Objeto de Estudio.

En la última parte de este primer capítulo se escribe sobre las **Perspectivas Actuales de la Opinión Pública**. Se exponen las aplicaciones actuales de los estudios de OP y sus alcances.

El marco contextual quedó contenido en el **Capítulo 2**, titulado "El Quehacer Cultural de la Casa de Cultura Quinta Colorada". En él se hace un esbozo sobre la historia de la Quinta Colorada. Se describe su origen como Casa de Cultura, desarrollo y situación actual: proyecto cultural, objetivo y organización, entre otros.

También se incluye:

Características sociodemográficas de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC; La definición del concepto Consumo Cultural utilizado en esta investigación, de acuerdo con el sociólogo Néstor García Canclini; así como la razón de realizar un **diagnóstico** de Consumos Culturales.

El siguiente punto desarrollado fue la "Metodología para la Elaboración del Cuestionario", ubicado en el **Capítulo 3**. Como el título lo indica, se efectuaron los pasos para la elaboración del cuestionario final, correspondiente a esta investigación.

El punto medular del capítulo lo constituye la construcción de la Tabla de Especificaciones. La importancia de la misma radica en que permite conceptualizar los puntos a diagnosticar.

La Tabla de Especificaciones consta de cuatro columnas: Conceptos, Indicadores, Índices y Reactivos.

Los Conceptos correspondientes a este estudio son:

- 1) Conocimiento de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC, en relación a sus consumos culturales, conocimiento de la CCQC y de las actividades culturales que se imparten en la misma.
- 2) Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC, en relación a sus consumos culturales, la CCQC y de las actividades culturales que se imparten en la misma.
- 3) Datos sociodemográficos de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

A partir de los Conceptos se formularon las Categorías, Indicadores, Índices y Reactivos.

De estos últimos se elaboró el cuestionario piloto, el cual al ser aplicado y corregido, dio lugar al cuestionario final.

El paso siguiente fue el “Levantamiento de Datos y Análisis de Resultados”, que a la vez es el título del **Capítulo 4** y último. En él se trata sobre el método para la conformación de la muestra, la aplicación del cuestionario y el tratamiento de los datos.

Los pasos desarrollados para la obtención de la muestra son: Características de la población, Conformación de la muestra, Procedimiento de selección de la muestra, Convalidación de la muestra.

Después de obtenida la muestra, se procedió a su aplicación, de la cual se entregó el Reporte del Levantamiento de Datos.

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta se realizó el procesamiento de datos. Para ello se hizo uso del programa de computación Excel: se efectuó la captura de datos, de la cual se pudo realizar la generación de gráficas y el Cruzamiento de Datos.

Las Conclusiones y el Anexo constituyen la última parte de este trabajo. En el Anexo, se puede consultar las tablas comparativas de cada uno de los consumos culturales de los estratos con mayor conocimiento de la CCQC, el consumo cultural de cada uno de los estratos / colonias, así como los porcentajes de consumo de cada uno de los Consumos Culturales.

Llevar a cabo un trabajo de este tipo resulta enriquecedor no sólo para el investigador sino para la comunidad universitaria y la sociedad, para la cual fue elaborado.

La investigación de esta zona del D. F., en sólo uno de sus aspectos culturales, proporciona una idea del inmenso trabajo que el comunicólogo tiene por desarrollar. Se espera dar pie a otras investigaciones, que engrandescan el estudio de la Opinión Pública desde la perspectiva de la Comunicación.

La CCQC representa una de las opciones que los habitantes del D.F. tienen para acercarse a las manifestaciones artísticas y culturales, así como uno de los instrumentos que el gobierno utiliza para llevar a cabo su labor cultural.

Aprovechar este tipo de instituciones favorecerá el cambio de nuestra comunidad, y por lo tanto del país, la cual si bien se encuentra necesitada de un crecimiento económico, no menos lo está del crecimiento cultural y artístico.

Capítulo 1

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En el Capítulo 1 se expone las teorías que conforman el soporte teórico de la presente investigación.

Así, el Marco Teórico quedó constituido por seis teorías:

- De la Acción Comunicativa de Jünger Habermas;
- De los Tres Mundos, de Karl Popper;
- De los Campos, de Pierre Bourdieu;
- Y las Teorías: General de Sistemas, Social de la Comunicación y de la Mediación Social, de Manuel Martín Serrano.

La razón de seleccionar tales teorías es fundamentar la realización de la presente investigación de Opinión Pública desde la perspectiva de la Comunicación.

Por tal motivo, también se ofrece un análisis del desarrollo histórico de la Opinión Pública. En él se ubica el nacimiento de la Opinión Pública como fenómeno y después como objeto de estudio. La revisión histórica se hace desde las culturas primitiva y egipcia, Grecia y Roma, Renacimiento y Capitalismo, hasta Capitalismo Monopólico.

Como punto final se efectúa un recuento de las perspectivas actuales de los estudios de Opinión Pública. Se expone los alcances y limitaciones que a la fecha ofrecen los estudios de tales estudios.

1.1 Teoría de la Acción Comunicativa¹

La "Teoría de la Acción Comunicativa" de Jünger Habermas pretende explicar la manera como se desenvuelve el ser humano en el mundo. Y es así como concibe tres mundos:

OBJETIVO

SOCIAL

SUBJETIVO

En los cuales:

» **Mundo objetivo**

En él están inmersos cualquier cosa u objeto que se pueda medir. Lo que se percibe. Se pretende acceder a la comprensión del mundo objetivo. Permanece objetivo hasta que el mundo interno entra en contacto directo con el ser humano y a su vez cuando el mundo interno entra en contacto con el mundo externo, éste deja de ser objetivo y entonces toma relevancia.

» **Mundo Social**

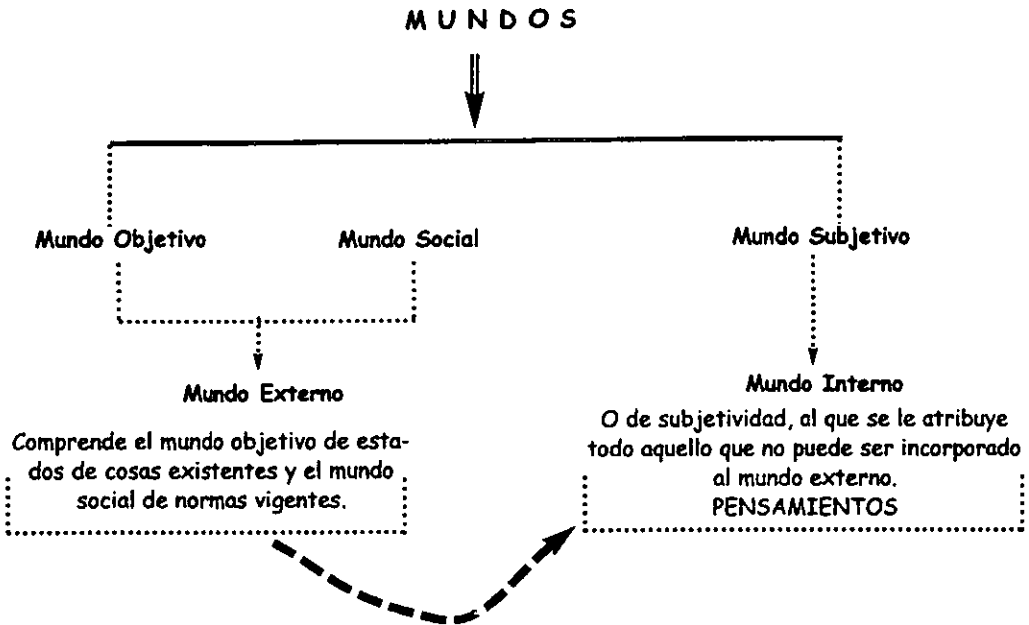
Comprende las normas y leyes vigentes que rigen un ámbito cultural. Estos dos mundos conforman el mundo externo, el cual comprende el mundo objetivo de estados de las cosas existentes y el mundo social de normas vigentes. Como por ejemplo la religión o la ideología.

» **Mundo Subjetivo.**

Es aquel que sólo pertenece al individuo. Como son las reflexiones o sensaciones. A su vez constituye el mundo interno, o sea, todo lo que le pertenece se puede incorporar al mundo externo y es el único lugar de acceso privilegiado del individuo. Nadie puede penetrar en él.

¹ Se presenta un resumen de Habermas, Jünger "Teoría de los Tres Mundos" en Teoría de la Acción Comunicativa, p 113-126.

Los mundos a los que se hace referencia quedan ilustrados en el siguiente esquema:



El planteamiento de Jünger Habermas explica que la "Teoría de la Acción Comunicativa" debe analizarse siguiendo el "hilo conductor" del entendimiento lingüístico. Considera que "las pretensiones de validez (verdad proposicional, rectitud normativa y veracidad expresiva) son características diversas de un saber que se encarna en manifestaciones o emisiones simbólicas"².

Estas manifestaciones pueden analizarse bajo el aspecto de cómo los actores se refieren con ellas a algo en el mundo. En este sentido encontramos que el mundo es todo aquello que es el caso. Y lo que es el caso puede enunciarse en enunciados verdaderos (expresiones).

² Ibid, p. 110.

Los conceptos del primero, segundo y tercer mundo por la forma en que los estados de las cosas existen son:

- Objetos o sucesos físicos.
- Estados mentales o episodios internos.
- Contenidos semánticos de los productos simbólicos, frutos de la mente.

Estos tres mundos constituyen en conjunto el sistema de referencia que los participantes suponen en común en los procesos de comunicación. Con el sistema de referencia los participantes determinan sobre qué es posible entenderse. A través del lenguaje llegan a un consenso para la acción.

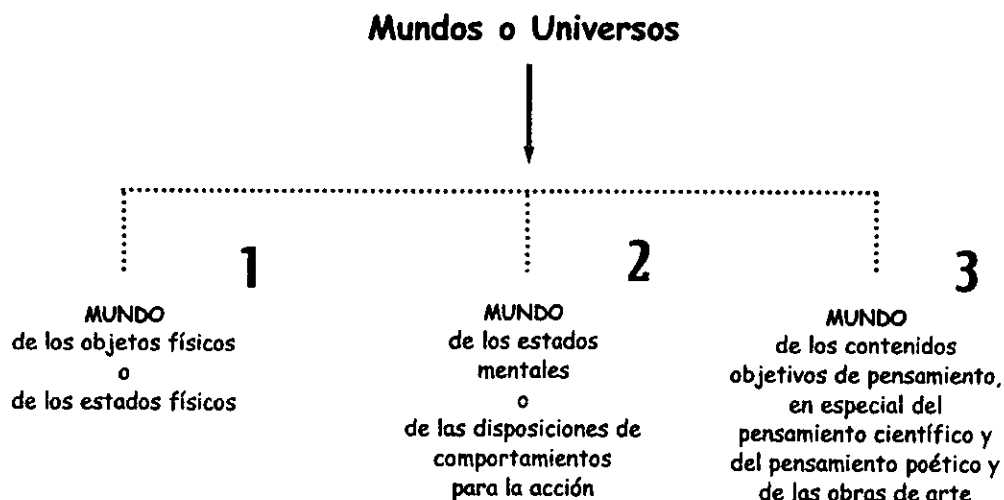
Siguiendo esta misma temática la "Teoría de los Tres Mundos" de Karl Popper explica que el hombre se desenvuelve en:

- Mundo de los objetos físicos.
- Mundo de los estados Mentales.
- Mundo de los contenidos objetivos.

Los cuales se revisan con mayor detalle en el siguiente apartado.

1.2 Teoría de los Tres Mundos³

La siguiente teoría es la de Karl Popper, llamada "Teoría de los Tres Mundos", con la cual el autor pretende explicar cómo el ser humano actúa por lo menos en tres mundos simultáneos:



De acuerdo a esta teoría, Popper propone la realización de la actividad humana en tres campos, en los cuales cada uno de sus componentes tiene forma específica:

- 1) Objetos o sujetos físicos;
- 2) Estados mentales o episodios internos;
- 3) Contenidos semánticos de los productos simbólicos.

³ Se presenta un resumen de Popper, Karl "Teoría de los Tres Campos" en Teoría de la Acción Comunicativa, p. 112-118.

Los mundos se refieren a:

1. Lo constituye los objetos físicos vistos desde el punto de vista que puede ser cualquier cosa que exista, que se pueda medir.
2. Corresponde al mundo interno de Habermas. Sin embargo, Popper considera que en él se piensa para cumplir o realizar una acción la cual está regida por normas establecidas.
3. En este mundo ya existe una acción y por lo tanto se generó una expresión, lo que da lugar a una representación. Al tercer mundo lo rige la razón y el pensamiento. Los elementos cognitivos, científicamente elaborables y de la tradición cultural están contenidos en él.

La relación entre los mundos se desarrolla así: entre el primer mundo y el segundo; entre el segundo y el tercero; y el primero y tercero sólo mantienen relación a través del segundo, es decir, a través del *decir*. En donde el tercer mundo es autónomo, "lo que explica que podemos actuar sobre él aunque nadie puede dominar ni siquiera una pequeña parte de él."⁴

En síntesis, de acuerdo a la "Teoría de los Tres Mundos" de Popper y a la "Teoría de la Acción Comunicativa" de Habermas, cabe afirmar que el hombre se desarrolla en tres esferas:

del
PENSAR

del
DECIR

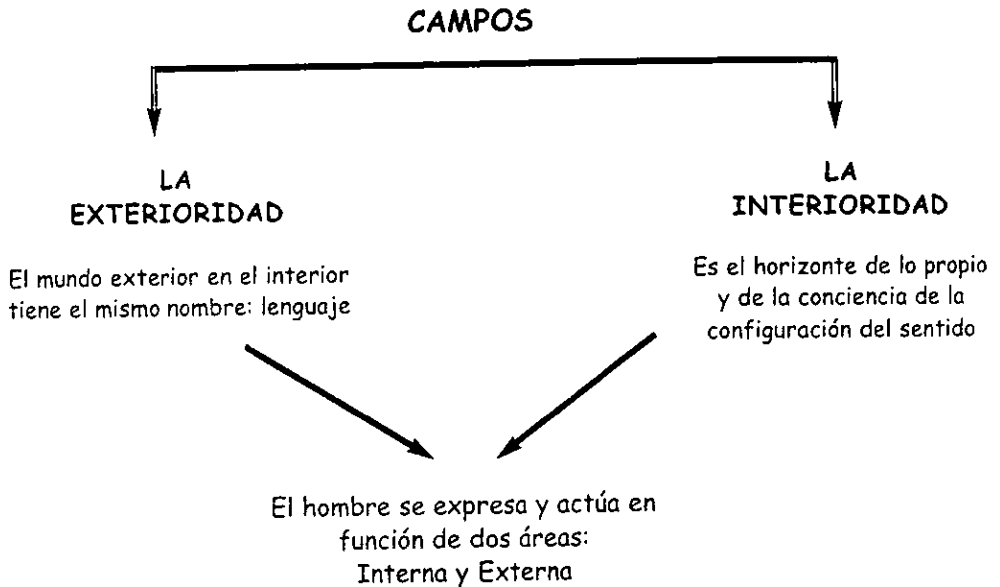
del
HACER

Las tres se relacionan por medio de las expresiones y pueden mantener relación, aunque no necesariamente.

⁴ *Ibid*, p. 114.

1.3 Teoría de los Campos⁵

La "Teoría de los Campos" de Pierre Bourdieu se refiere a dos aspectos del *movimiento* humano:



» LA INTERIORIDAD

Para Bourdieu todo movimiento humano se configura en áreas objetivas y subjetivas. En este caso, la Interioridad se refiere a lo subjetivo.

Cuando el hombre inicia su actividad comienza el aprendizaje del exterior. Todo su *movimiento* es interior, el cual culmina en la formación de su personalidad y la adquisición de cultura. Dándose la separación de lo propio y el otro, la interioridad y la exterioridad.

⁵ Se presenta un resumen de Bourdieu, Pierre "Teoría de los Campos". p. 125-150

Una de las formas de conectar el Campo Interno con el Externo lo constituye el lenguaje. Comprenderlo, indagarlo y registrarlo es cifrarlo en lenguaje, el cual es uno de los grandes mediadores, en la cultura occidental, entre los dos campos. Aún cuando lo humano no se reduce al lenguaje.

» LA EXTERIORIDAD

El mundo exterior en el interior suele tener el mismo nombre: lenguaje. Por medio de los signos el universo entero está presente en la conciencia. El sentido de lo amplio, de lo extenso, del tiempo y del espacio, se cifra en lenguaje. La percepción consciente se configura en su estructura y lógica, en él se construye internamente lo que el exterior será.

Una vez expuesta la concepción de Bordeau, en cuanto al movimiento humano, corresponde conocer su propuesta metodológica, con la cual pretende proporcionar un método que permita describir el proceso de contacto de la Interioridad con la Exterioridad. Tal metodología consiste en *tres momentos* guiados por *tres objetivos cognitivos*.

1.- Momento de la exploración.

El sujeto se pone en contacto con el mundo-objeto (material) en un flujo de impresiones (con los sentidos) y expresiones (con las palabras). Es el tiempo de interiorización del mundo exterior, y un tiempo de exteriorización de las condiciones de percepción que el sujeto tiene de ese mundo.

Antes de cualquier cosa el mundo-objeto es para el actor sujeto un escenario de vida social (conjunto de "cosas" a las que puede referirse) que lo impresiona y condiciona. En este contacto primario, antes que todo, es un acto cognitivo y social ante una parte del mundo. La exploración es un juego de impresiones (cognitivas) y expresiones (sociales), el sentido indagador se implica con la vivencia y el sentido. El explorador recorre su interior al tiempo que recorre el exterior del mundo objeto.

2.- Momento de la descripción.

Corresponde a la elaboración de mapas del mundo-objeto en todas las dimensiones posibles.

Los mapas deben ser tan detallados como rica es la relación del individuo con el mundo, como resultado de una percepción intensa.

Se trata de elaborar muchos mapas y detallar todos los elementos de composición y organización del objeto. Los mapas descriptivos seguirán un criterio situacional como base, cuando

se trate de una indagación sobre las formas históricas, sociales, culturales, comunicativas y cognitivas.

3.- Momento de la significación.

Se trata de, a través del lenguaje, de una formación de significado en tanto permite entender, comprender, dar valor y lugar al mundo-objeto. El individuo realiza un trabajo de síntesis en la elaboración de los mapas. El mapa es la representación del objeto-mundo en la interioridad, en el lenguaje y la lógica de percepción del sujeto. El resultado de la elaboración es la configuración de campo, una figura que representa las fuerzas y formas básicas de la composición y de la organización del mundo objeto.

En dicho momento de significación es cuando se abre la existencia de los mundos posibles, los que a su vez son configuraciones de sentido. Este mundo posible nace de la configuración de sentido y puede variar de acuerdo al marco de las condiciones de su delimitación puesto que son efectos de sentido: de acuerdo a la cultura en la que se realizan es su sentido.

Dar sentido es una ubicación tiempo-espacio, para que tomen forma social; todo ello a través de la comunicación.

Algunas de las **propiedades de los campos** son:

- **Tiene leyes** de funcionamiento más o menos invariantes.

- **La definición** de un campo proviene de definir aquello que está en juego y de los intereses específicos que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios y que no percibirá alguien que no haya sido instruido para entrar en ese campo.

- **Para que funcione** un campo es necesario que haya algo en juego (símbolos) y gente (lectores) dispuesta a jugar (a encontrar, entender, significar, semantizar y transformarse), que esté dotada de los *habitus* que implica el conocimiento y reconocimiento de las leyes inminentes al juego de lo que está en juego (los símbolos).

- **La estructura** del campo es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha.

- **Los participantes** de un campo contribuyen a reproducir el juego planteado por el mundo posible. Al contribuir, de manera más o menos completa, según los campos, a producir la creencia en el valor de los símbolos que están en juego.

Entonces, cuando ego y alter entran en comunicación es porque comparten un bagaje común de información y *ambos tienen la capacidad* de cifrar el mundo de la misma manera. Poder hacer uso de dicha información implica tener la *capacidad de Simbolizar*.

» LO SIMBÓLICO EN LOS CAMPOS EXTERIOR E INTERIOR

Al partir de la premisa de que cualquier acto comunicativo requiere necesariamente de la capacidad de simbolizar, cabe afirmar, que **simbolizar denota la capacidad de utilizar una materia cualquiera para contener una información que pueda ser decodificada por alguien**. En este sentido, un símbolo es el quantum informativo que sustituye a la cosa referida a través de signos con significado y sentido.

Un símbolo está constituido por: sustancia, información, modulación, la acción de ser comunicado, significar para alguien y de las variables impuestas por el mismo y las que los periodos históricos y los grupos sociales le asignen.

Todo símbolo es producto histórico de una sociedad, con una significación cultural, producido materialmente en una relación social y utilizado individualmente.

En la parte final de su metodología, Bordeau hace una propuesta del universo de estas "cosas" (referentes) susceptibles de ser simbolizadas en los dos Campos.

» CAMPOS EXTERNOS

✓ *Campo histórico:*

a. La concepción mítica de la historia, que en términos generales contemplan los cosmogónicos, los arquetípicos y los de vuelta al origen.

b. La linealidad en la concepción de la historia, que establece que la historia humana es evolutiva y progresiva.

✓ *Campo cultural.*

a. Dios como cúspide y creador de la humanidad y de la naturaleza, que se corresponde a los estadios históricos del comunismo primitivo, esclavismo y feudalismo principalmente.

b. La razón humana que es capaz de conocer y recrear las leyes naturales y dominar las relaciones entre los hombres y corresponde al periodo del Iluminismo o Enciclopedismo.

c. El avance tecnológico que es capaz de crear todo tipo de satisfactores materiales e inmateriales, en donde el propio hombre y la naturaleza están subordinados al desarrollo y corresponde al periodo conocido como el modernismo.

d. El avance tecnológico que tiene como límites la propia existencia humana y ecológica, en donde se trata de reestablecer el equilibrio entre estos tres factores y corresponde a la fase del posmodernismo.

✓ *Campo social.*

a. La forma de producción del comunismo primitivo.

b. La forma de producción de esclavismo.

c. La forma de producción feudalista.

d. La forma de producción capitalista.

e. La forma de producción del comunismo.

► CAMPOS INTERNOS

Símbolos en el contexto psicológico.

a. El raciocinio (el Yo).

b. El Inconsciente (el Ello).

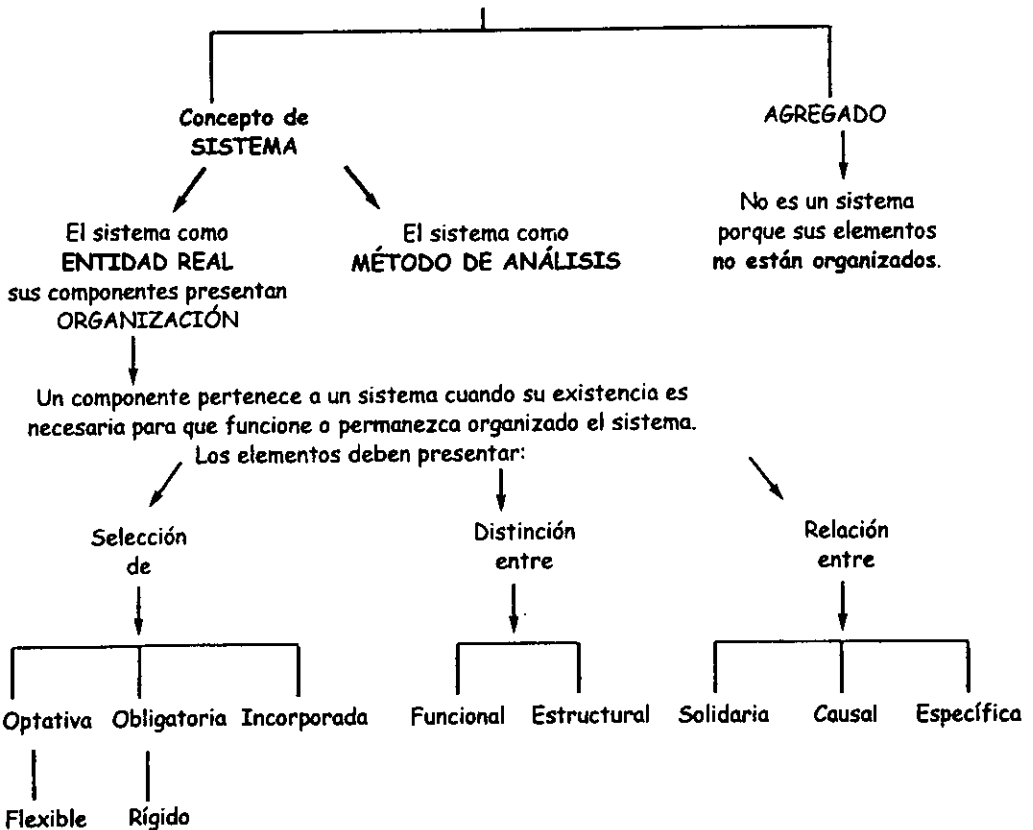
c. Las normas sociales introyectadas (El Super Yo).

Este universo general de símbolos puede tener múltiples connotaciones, dependiendo de los diversos contextos. Sin embargo, en un análisis formal (estructuralista) todos caerían en alguno de los contemplados en dicho universo.

1.4 Teoría General de Sistemas⁶

La "Teoría General de Sistemas" (TGS) fue creada por el teórico de la Comunicación Manuel Martín Serrano. A continuación se presenta una breve exposición de los puntos sobresalientes de la misma, para lo cual sirve de apoyo el siguiente esquema:

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS SISTEMAS



⁶ Se presenta un resumen de Martín Serrano, Manuel "Tema 5. Concepto de Sistema", en Teoría de la Comunicación I. Epistemología y Análisis de la Referencia, p. 93-109.

La propuesta de la TGS ofrece un método de análisis para abordar el estudio de los Sistemas. Por lo tanto, lo primero es determinar qué es un Sistema: es aquello que existe y tiene una entidad real; está compuesto por más de un elemento; dichos componentes deben estar organizados.

Y es precisamente la organización de sus componentes (elementos) la característica que hace diferente al Sistema de un agregado.

La metodología propuesta en esta Teoría se denomina **Análisis Sistemático**. Siendo su característica explicar la organización del objeto de estudio.

Ahora bien, **para decir que un Sistema está organizado**, sus componentes deben haber sido seleccionados, se distinguen entre sí y se relacionan entre sí; "de tal modo que esas características pueden ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema"⁷.

► SELECCIÓN

Un componente pertenece (ha sido seleccionado) a un Sistema cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado. A esa relación se le llama implicación, la cual puede ser de dos tipos:

-**Obligatoria**. Si un elemento desaparece el Sistema también desaparece o se transforma en otro o ya no funciona.

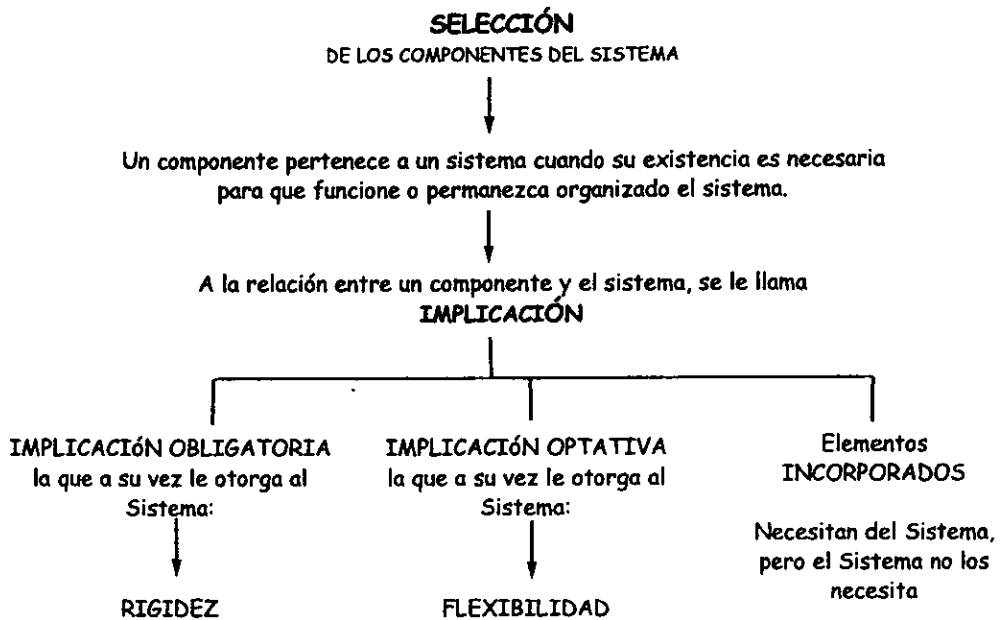
- **Optativa**. Si un elemento desaparece el Sistema sigue funcionando y puede o no sustituir el componente.

A su vez, el tipo de implicación del componente con el Sistema le otorga *flexibilidad o rigidez*: si el Sistema ha seleccionado todos sus componentes del tipo obligatorios será *rígido*; si la selección es optativa se tratará de un Sistema *elástico o flexible*.

A los elementos obligatorios y optativos hay que agregarles un tercer tipo, los llamados incorporados al Sistema. Estos aparecen con frecuencia en el Sistema, pero *no están implicados* en él: necesita del Sistema, pero el Sistema puede eliminarlos sin alterarse.

⁷ Ibid, p. 96.

Lo explicado hasta aquí queda resumido en el siguiente esquema:



► DISTINCIÓN

“Un componente se distingue de otro u otros en el interior de un sistema dado, cuando las diferencias que existen entre ellos, o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema. A partir de ahora se expresará esta distinción entre los componentes como diferenciación.”⁸ (Los elementos de un agregado están indiferenciados).

La diferenciación puede ser de dos tipos:

- **Estructural:** Se refiere al lugar ocupado por el componente en el Sistema, el cual no puede ser ocupado por otro componente.

- **Funcional:** Se refiere a la actividad, a lo que hace el componente en el Sistema, la cual no puede ser realizada por otro componente.

⁸ Ibid, p. 98.

La diferenciación entre los componentes del Sistema, estructural o funcional, se distingue de la heterogeneidad. Esta última se refiere a componentes de diferente naturaleza.

► RELACIÓN

“Un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otro u otros componentes del sistema son necesarias para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema. A partir de ahora, se expresarán estas relaciones como *dependencias*, indicando con ello que el estado de cada componente del sistema se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa”⁹. (Los elementos de un agregado son independientes).

Las dependencias pueden ser:

≈ **Solidarias**. Si un componente cambia, el que lo antecede, acompaña o sucede, también lo hace.

≈ **Causales**. Si un componente cambia, el que lo antecede, acompaña o sucede, también lo hace, pero no a la inversa.

≈ **Específicas**. Cuando un componente cambia puede o no que otro componente cambie u otros y viceversa.

La forma de afectación de un componente con los demás elementos puede ser directa o indirecta. Para formar parte de un sistema es suficiente que un elemento mantenga relación directa de afectación con otro elemento; con los demás tendrá relación indirecta de afectación.

Ahora bien, de acuerdo al tipo de relación que haya entre los elementos de un sistema (solidaria, específica o causal), determinará el **índice de constricción del sistema**:

- El sistema **más constreñido**: si las relaciones son solidarias.
- El sistema **medianamente constreñido**: si las relaciones son causales.
- El sistema **menos constreñido**: si las relaciones son específicas.

De acuerdo con el análisis de los sistemas presentado hasta aquí, el autor ofrece dos nuevas definiciones de Sistema y Análisis Sistemático:

⁹ Ibid. p. 100-101.

Sistemas son "... aquellos conjuntos constituidos por componentes implicados, diferenciados y dependientes. El análisis sistemático puede definirse como 'El estudio de la organización de los sistemas, consistente en identificar cuáles son los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen unos de otros y qué relaciones mantienen en el sistema' ".¹⁰

A partir del conocimiento de las distinciones, implicaciones y relaciones de los elementos de un componente se llega al análisis sistemático del mismo, con el que es posible expresarlo en un modelo. Por lo tanto, si el objeto de estudio es un sistema debe haber un modelo que pueda describirlo, fruto del trabajo del investigador, resultando un conocimiento total del sistema.

Cuando se desea describir *cómo funciona y cómo es* el sistema, el análisis sistemático es completo. En el caso de querer predecir *cómo se va a comportar*, hay limitantes, incluso cuando se ha logrado obtener un estudio completo del sistema.

La predicción del comportamiento del sistema depende del grado de libertad, lo cual se refiere al número de configuraciones o estados diferentes que a lo largo del tiempo puede presentar un sistema o componente del mismo sin transformarse en otro ni destruirse. El grado de libertad depende de la cantidad de componentes optativos, diferenciados y de relaciones solidarias entre los componentes de un sistema.

Así, entre más configuraciones, más flexibilidad y mayor número de elementos es menos predecible y por lo tanto presenta indeterminación; entre menos configuraciones, menos elementos y rigidez, presentará mayor determinación.

La importancia de la determinación de un Sistema radica en que nos permitirá pasar de un Análisis Sistemático a un Análisis Informacional.

El Análisis Sistemático se refiere al estudio de la organización del Sistema, mientras que el Informacional se encarga de la probabilidad de predicción sobre el comportamiento del sistema.

"Los pasos que han conducido de uno a otro análisis han sido los siguientes:

» **Análisis sistemático de la organización del sistema**, previo al análisis informacional del comportamiento del sistema:

- **Más rigidez**, menor tamaño, más constricción - menos grado de libertad, más determinación en el comportamiento de los componentes y del conjunto. Indica un sistema más previsible a nivel de su organización.

¹⁰ Ibid, p. 102.

- **Más elasticidad**, mayor tamaño, menos restricción - Más grados de libertad, menos determinación en el comportamiento de los componentes y del conjunto. Indica un sistema menos previsible a nivel de su organización." ¹¹

Por último, revisaremos el concepto de Sistemas finalizados. Estos se refieren aquellos "cuya organización y/o funcionamiento se vean afectados por la intervención humana."¹² Ejemplos de ellos son el sistema ecológico y los comunicativos.

En el caso de los sistemas comunicativos - los cuales son de nuestra especial atención -, Martín Serrano explica que la finalización se lleva a cabo por intervenciones o mediaciones de agentes sociales capaces de controlar el conjunto del sistema o alguno de sus componentes. Incluso existen intervenciones que tienen a veces el objetivo expreso de impedir que el sistema comunicativo funcione.

"Las formas de finalización que pueden destruir un sistema de comunicación son las siguientes:

a) Destruyendo la organización de los componentes del sistema, con lo cual los componentes se transforman en meros *agregados o colecciones*.

b) Destruyendo la diferenciación espacial o estructural de los componentes, los cuales, una vez indiferenciados, se transforman en *elementos sumatorios*.

c) Permitiendo que cada componente del sistema de comunicación asuma cualquier estado indefinido mediante la destrucción de las constricciones que les finalizaban"¹³

La razón de utilizar la "Teoría General de Sistemas" como uno de los principales soportes teóricos de esta investigación de Opinión Pública, consiste en que proporciona elementos metodológicos para el análisis del objeto de estudio. La Opinión Pública forma parte del Sistema Comunicativo (explicado más adelante) y por lo tanto es objeto de estudio de la Teoría de la Comunicación.

El estudio de la Comunicación es factible de abordar a través de este método, ya que posee todos los elementos de un Sistema, como son:

✓ Participan en él más de un componente:

- Dos actores.
- Una sustancia expresiva.
- Un instrumento biológico o tecnológico de modificación de la sustancia expresiva.

¹¹ Ibid, p. 107.

¹² Ibidem.

¹³ Ibid, p. 108.

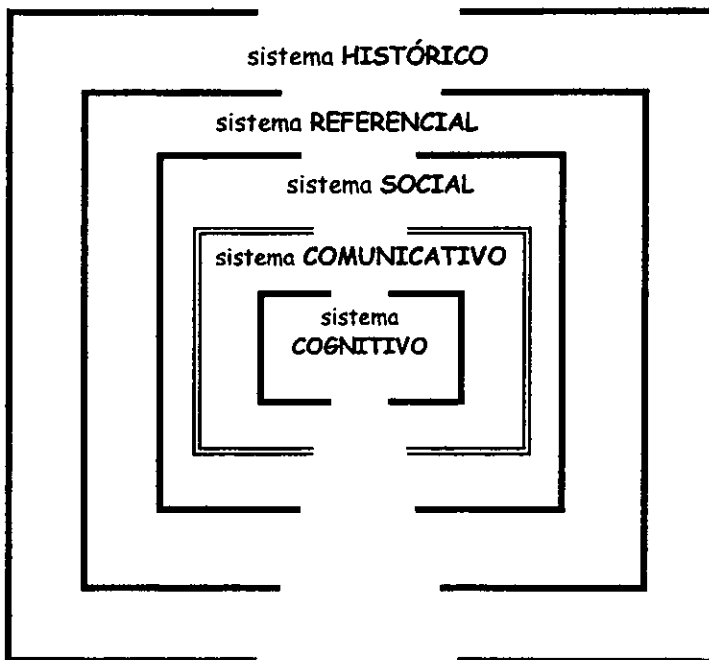
-
- Un instrumento biológico o tecnológico de captación de señales.
 - Una representación.

✓ **Organización.**

- ✓ Sus componentes presentan las características de: **selección, distinción y relación.**

A continuación se presenta los diferentes sistemas en los que, según Manuel Martín Serrano, el hombre se desarrolla.

MODELO DE LA CEBOLLA



Estos sistemas son abiertos y por lo tanto interactuantes y multifacetedos entre sí.

El siguiente apartado corresponde a la "Teoría Social de la Comunicación" y su autor también es Manuel Martín Serrano.

1.5 Teoría Social de la Comunicación¹⁴

Siguiendo en el contexto de la propuesta metodológica de Manuel Martín Serrano, a continuación se presenta la "Teoría Social de la Comunicación", la cual permitirá ahondar en el estudio del Sistema Comunicativo (SC).

A esta teoría le corresponde especificar
las características que diferencian a la

Interacción **EXPRESIVA**
de otras modalidades de interacción

de las que recurren a los
ACTOS EJECUTIVOS

"La Teoría Social de la Comunicación, como toda otra, funda su existencia en algún supuesto. El único que se da por establecido es el siguiente: existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad"¹⁵.

La importancia de dicho supuesto no parte del conocimiento del mismo, sino de investigar el por qué y el cómo de dicha relación. Para lograrlo, Martín Serrano comienza por delimitar el campo de estudio correspondiente a esta nueva teoría:

Así, explica que:

- Las Ciencias de la Comunicación son "aquellas que tienen por objeto el análisis de las interacciones en las que existe el recurso a actos expresivos"¹⁶; tanto si es comunicación entre humanos como entre animales.

- "Las Ciencias de la Comunicación penetran en el ámbito de las Humanas cuando seleccionan como objeto de estudio las comunicaciones entre Actores que son hombres. Una 'Teoría de la Comunicación Humana' justifica su especificidad porque nosotros no comunicamos sólo a propósito de lo que los animales comunican, ni sólo como ellos lo hacen"¹⁷.

¹⁴ Se presenta un resumen de Martín Serrano, Manuel. La producción Social de la Comunicación, p. 15-27 y 159-174.

¹⁵ Ibid, p. 15.

¹⁶ Ibid, p. 21.

¹⁷ Ibidem.

• "Cuando la comunicación humana se sirve de tecnologías que permiten multiplicar los productos comunicativos (por ejemplo, la imprenta), implica numerosos sujetos o se refiere al acontecer que concierne a la comunidad, el estudio de estas prácticas le reserva un lugar a las Ciencias de la Comunicación entre las Sociales."¹⁸

En esta última precisión es donde se proporcionan las **razones por las que la Teoría Social de la Comunicación no es llamada Teoría de la Comunicación Social**, las cuales son cuatro:

1. Toda comunicación humana, incluida la privada, es social en razón de la naturaleza de los actores.
2. Comunicación social dice demasiado poco si se refiere sólo a las interacciones que están tecnológicamente mediadas.
3. Comunicación social delimita un campo de estudio por el objeto material. No se debe limitar por el canal en que se comunica, al soporte material.
4. Comunicación social es una denominación históricamente asociada a una concepción propagandística cuando no desembozadamente manipuladora del recurso de la comunicación pública.

De estos cuatro puntos derivamos que "La existencia de información que se produce, distribuye y usa de forma institucionalizada y que concierne a los acontecimientos que interesan a la comunidad en su conjunto, es la razón por la que las Ciencias de la Comunicación pueden tener una disciplina que pertenece al ámbito de los estudios sociales"¹⁹.

Por lo tanto, el campo de estudio de la "Teoría Social de la Comunicación" es:

CUALQUIER SOCIEDAD EN DONDE LA FORMA DE OPERAR CON LA INFORMACIÓN DE INTERÉS COMÚN SE HAYA INSTITUCIONALIZADO.

Tal institucionalización se logra al crear una organización más o menos compleja, especializada en tal tarea, a la que se le asignan recursos, tanto materiales como humanos.

La "Teoría Social de la Comunicación" busca leyes generales, categorías universales y modelos predictivos. "Por haber ligado el estudio de la sociedad y el de la comunicación, se pregunta por el cambio, o para ser más precisos, por el intercambio entre dos cambios: el que se produce en las Formaciones Sociales, y el que se manifiesta en las modalidades de comunicación

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Ibid, p. 22.

pública. Siempre toma en consideración la producción de comunicación como una actividad histórica, porque las sociedades que las producen también lo son y porque la validación de sus hipótesis se realiza comprobando si el curso que siguen los Sistemas de Comunicación en el desarrollo de las comunidades, se ajusta a las previsiones de la Teoría²⁰.

El hecho de buscar las leyes de intercambio entre el Sistema Comunicativo y el Sistema Social, ubican a la Teoría Social de la Comunicación dentro de "los saberes dialécticos".

De acuerdo a la "Teoría General de Sistemas" (TGS), la comunicación humana es un Sistema finalizado porque:

- a) Las relaciones entre sus componentes están **organizadas**.
- b) Sus componentes son **heterogéneos** y presentan funciones **diferenciadas**.
- c) Sus componentes están **constreñidos** en sus posiciones y funciones. Es decir, la comunicación tiene un fin.

Por lo tanto, la comunicación se puede estudiar como el Sistema de Comunicación (SC). Dicho sistema (como ya vimos en la "Teoría General de Sistemas") es abierto, por lo tanto interactuante y multiafectado por los demás Sistemas, como el Sistema Social (SS) con el que guarda mayor relación de interdependencia y el Sistema de Referencia (SR).

Lo que corresponde ahora es establecer los componentes del SC, que según Manuel Martín Serrano son:

Actores de la comunicación.

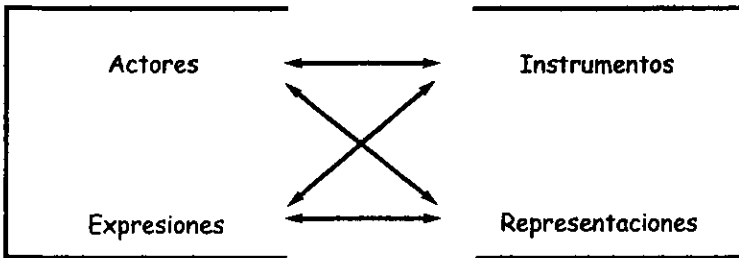
Expresiones comunicativas.

Representaciones.

Instrumentos de comunicación.

²⁰ Ibid, p. 24.

Los cuales conforman el **Modelo Dialéctico de la Comunicación**:



En donde todos los elementos tienen relación entre sí.

A continuación definiremos los elementos del SC.

► ACTORES

"a) Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones y organizaciones entran en comunicación con otros Actores.

b) Las personas físicas por cuya mediación técnica unos Actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados por los otros Actores."²¹

Los Actores deben diferenciarse de los agentes sociales (pertenecientes al SC) y de los objetos de referencia (del SR).

El Actor lo es en tanto esté involucrado en la producción, consumo o distribución de comunicación. De lo que se desprenden dos tipos de Actores:

- **Los que se sirven de la comunicación.** Los que son responsables de la producción de la comunicación o consumo de ésta.

- **Los que sirven a la comunicación.** "Aquellos que ponen en circulación información elaborada por otros actores y consumida por terceros, siempre que su intervención afecte a los datos de referencia que le llegan a Alter"²².

²¹ *Ibid*, p. 162.

²² *Ibid*, p. 163.

De estos dos tipos de actores se desprende otra clasificación:

- Fuente.

El que emite la información, utilizada posteriormente como un producto comunicativo.

- Redactor.

Realiza la mediación cognitiva. Piensa cómo tratar la información de la Fuente. La piensa, la trabaja y no necesariamente la plasma.

-Estructural o medllador.

Le da forma y estructura a la información.

- Receptor.

Consumidor del producto comunicativo.

-Controlador.

Controla el momento de la emisión del producto comunicativo.

» INSTRUMENTOS

“Los instrumentos de comunicación son amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los Actores”²³. Existen dos tipos:

- Biológicos.

Nuestro sistema fonológico.

- Tecnológicos.

Que pueden ser amplificadores (no modifican la naturaleza de la señal) y traductores (traducen de un código a otro).

— También hay los que se sirven de la información (como las computadoras) y los que sirven a la comunicación (como los medios de comunicación).

²³ Ibidem.

► EXPRESIONES

Sustancias son las cosas de la naturaleza, cualquier objeto fabricado o cualquier organismo. Es Sustancia Expresiva aquella que ha recibido un trabajo (transformada) para generar señales. Lo que la convierte en una Sustancia Informada que presenta "diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien... Las relaciones que existen entre los distintos estados expresivos y las distintas designaciones se denominan articulaciones"²⁴

De acuerdo a su origen hay tres tipos de Expresiones:

- a) Las que proceden de **las cosas existentes de la Naturaleza.**
- b) **Objetos.**
- c) **Movimientos Corporales.**

► REPRESENTACIONES

Las Representaciones son el conjunto de datos de referencia proporcionados por un producto comunicativo que tiene sentido para el (los) usuario(s) de la representación, los que los usan.

"La representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación"²⁵.

De acuerdo a su uso existen tres tipos de representaciones:

- a) **Modelos para la acción.** Modifica el hacer.
- b) **Modelos para la cognición.** Modifican el pensar.
- c) **Modelos intencionales.** Modifican el decir.

²⁴ Ibid, p. 165.

²⁵ Ibid, p. 168.

Finalmente, se revisa la Interdependencia del SC con el SR y el SS.

"La penetración del 'SR' en el 'SC' se produce por la mediación de los *datos de referencia*. Los datos de referencia (referidos a un objeto de referencia) son, desde el punto de vista físico, un conjunto de energías moduladas; desde el punto de vista perceptivo, un conjunto de estímulos expresivos; desde el punto de vista de la teoría de la información, un conjunto de señales codificadas; desde la perspectiva de la comunicación, un conjunto de expresiones asociadas a un conjunto de representaciones"²⁶. En función de nuestro modelo ciframos el mundo.

De tal manera, no hay comunicación sin objeto de referencia, pero sí puede haber objeto de referencia que no exista (puedo hablar de lo que no existe, de acuerdo a la teoría de los Mundos de Karl Popper).

"Por intervención del Sistema Social sobre el Sistema de Comunicación se entiende toda práctica personal o institucional que afecte a alguno de los componentes del sistema de comunicación o al sistema en su conjunto"²⁷.

De acuerdo al uso social de la comunicación, existen distintas clases de prácticas con las que el SS afecta al SC:

- a) Las que afectan a los Actores.
- b) Las que afectan a los Instrumentos.
- c) Las que afectan a las Expresiones.
- d) Las que afectan a las Representaciones.

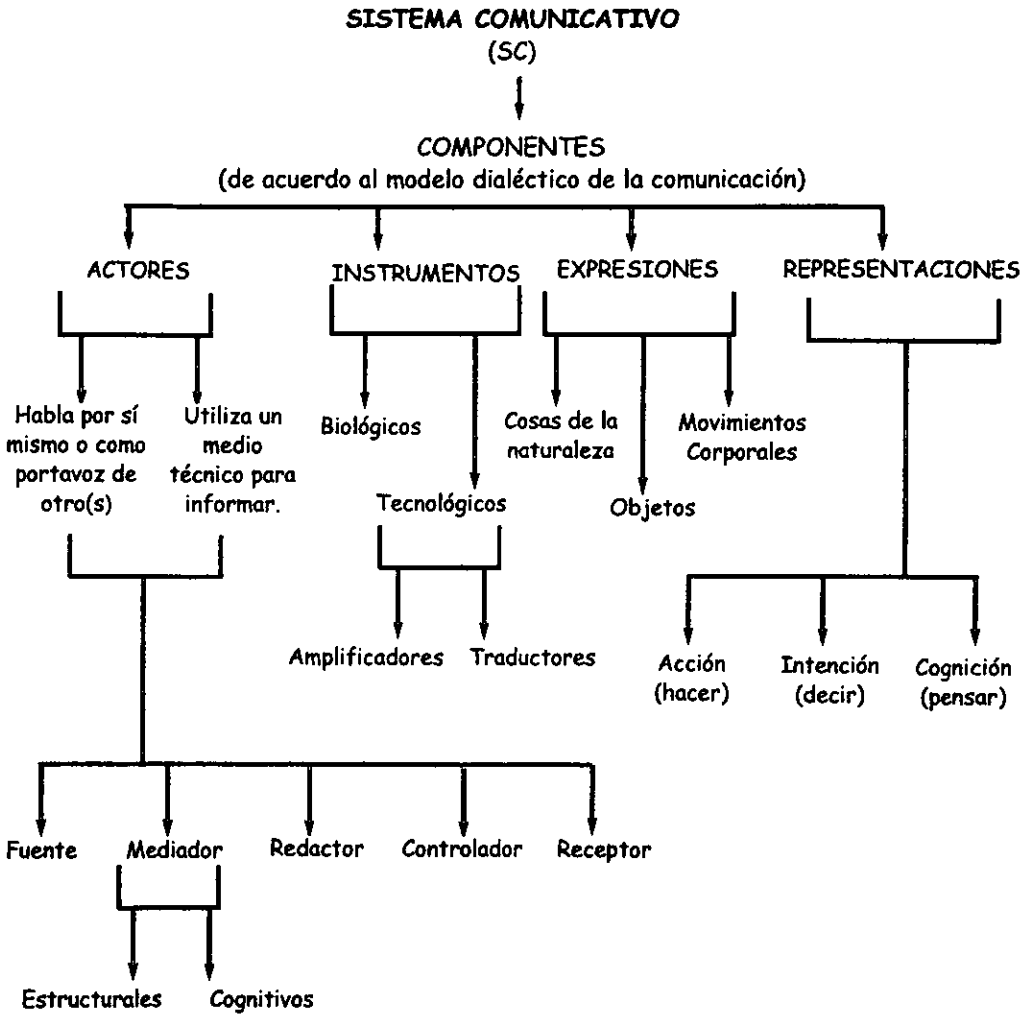
Ya que el SC forma parte de otro Sistema es multiafectado y a su vez afecta a los demás Sistemas. La manera en que el SC afecta al SS es cuando "la comunicación puede utilizarse como un interventor que controla el funcionamiento de alguna institución o de alguna práctica social."²⁸

²⁶ *Ibid.*, p. 171.

²⁷ *Ibid.*, p. 172.

²⁸ *Ibid.*, p. 173

De acuerdo a lo anterior, se presenta el siguiente esquema:

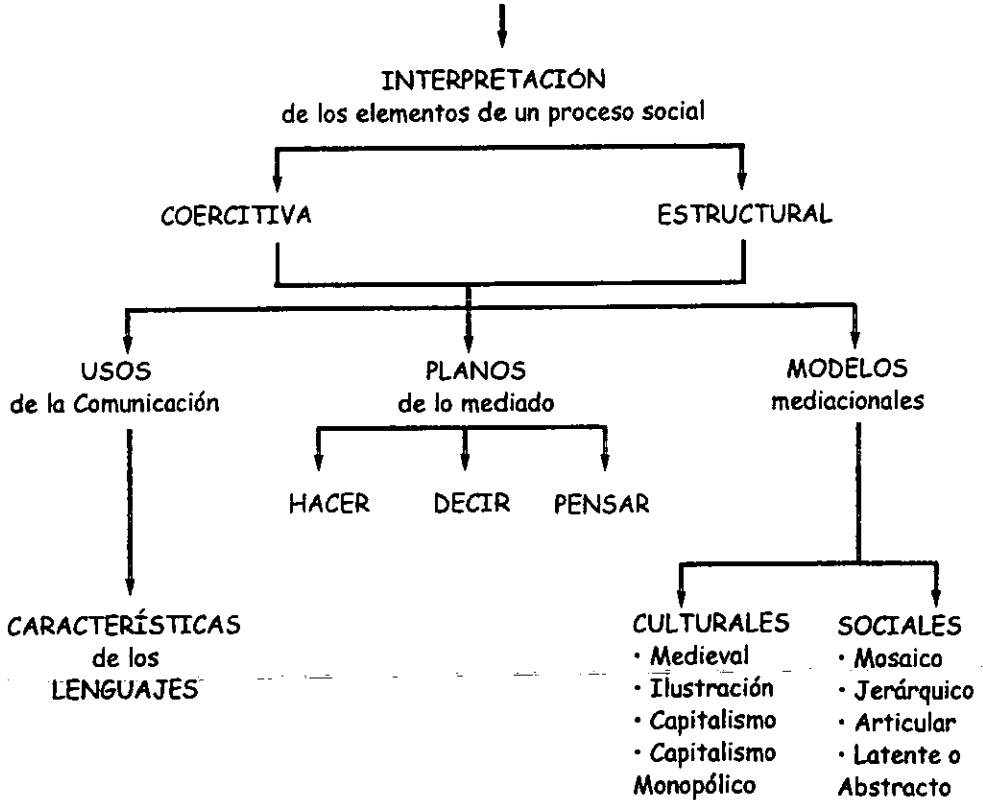


1.6 Teoría de la Mediación Social²⁹

A continuación se presenta la "Teoría de la Mediación Social" de Manuel Martín Serrano.

Dicha teoría tiene que ver con el tema de investigación porque nos proporciona apoyo metodológico: un modelo para comprender la transformación e influencia histórica de la Opinión Pública. La exposición del tema se hará de acuerdo al siguiente esquema:

TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL



²⁹ Se presenta un resumen de Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social, p. 20-34

La "Teoría de la Mediación Social" (TMS) permite dar un ORDEN a las cosas, hechos, objetos y conceptos que se han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales.

Entendiendo por **Mediación** a:

".. la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden"³⁰.

Este **ORDEN** Martín Serrano lo conceptúa como **MODELOS MEDIACIONALES**; los cuales son similares a los códigos, ya que como estos:

- **Puede interpretarse** como un mero sistema codificante que significa lo mismo que una **ESTRUCTURA**: estructura y código son modelos que permiten unificar la diversidad del acontecer desde el punto de vista sociocultural compartido *a priori* por el mediador y los receptores.

- **Si todo modelo** (si es modelo nos obliga a todos a cifrar lo mismo e interpretarlo de la misma manera) es un código entonces significa lo mismo que **COERCIÓN**: el modelo de coerción explica que el modelo es una forma de tomar partido acerca de "lo que ocurre", lo que equivale a decir que código e ideología (la cual es coercitiva) son términos que designan, en este contexto, la misma cosa.

La significación del código como control social es una constante cultural, en la medida que el mediador utiliza los mismos supersignos que los sujetos emplean para pensar y actuar. Orden equivale al modo establecido de entenderse con el mundo.

Por lo tanto, se habla de mediación cuando determinados significados deben asumir ciertos significantes y cuando se atribuyen los segundos a los primeros, existe un código mediador, es decir, es requisito fundamental la existencia de un referente común (SR).

Cuando surge alguna alteración en este ORDEN surgen los **Modelos de Integración**, los cuales actúan como "giroscopios" para restablecer el equilibrio.

Las instituciones encargadas de realizar la mediación son Culturales, Científicas y Profesionales. Ellas son las que ofrecen una visión estable del mundo. "Lo que pasa" deja de ser el objeto. "Lo que se dice que pasa" se convierte en el objeto. Dichas instituciones proporcionan una interpretación de la realidad.

³⁰ Martín Serrano, Manuel "La Mediación Social", p. 54

El objeto material de la veracidad son los signos. Entonces, de acuerdo a la relación que establece el medium (objeto material) con el referente (SR) se toma como criterio para clasificar a los media desde el punto de vista de la comunicación, según las características del lenguaje, es decir, si se transmite por instrumentos biológicos o tecnológicos.

Esto queda ilustrado como sigue:

CARACTERÍSTICAS DE LOS LENGUAJES			
RELACIÓN DEL SIGNO CON EL REFERENTE	RELACIÓN DEL MENSAJE CON EL REFERENTE		CARACTERÍSTICAS DE LOS CÓDIGOS
ABSTRACTOS (comunica por signos; no hay relación entre la palabra y lo que designa)	ACRÓNICO (se puede controlar mejor por el espacio de tiempo)	SINCRÓNICO (no puede haber mucho control porque es inmediato) Radio	PARTICULARES
ICÓNICOS (sí hay relación entre la palabra y lo que designa)	Libro/Radio Cine/TV	Media Index (sincrónico e icónico a la vez)	GENERALES
CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES:	Referentes sujetos al control del mediador	Referentes resistentes al control del mediador	

Partiendo de la definición de **COMUNICACIÓN** como la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor sobre un referente a través de un medio, se puede hablar de los usos de la comunicación:

» INFORMATIVA

El emisor utiliza la comunicación para transmitir datos. Se emplea los códigos para controlar la información sobre el objeto que llega al receptor.

SECUENCIA INFORMATIVA

EMISOR - - - (MENSAJE, CÓDIGO) - - - RECEPTOR

OBJETO
SUCESO
VALOR

REFERENTE = DATO

En éste el emisor, el medium, el contenido de la información y el receptor comparten un referente sobre el que se comunican y hace uso de él para comprobar la exactitud de la información.

» REPRODUCTIVA

El emisor utiliza la comunicación para transmitir información sobre la información. Emplea los mensajes para controlar los códigos de decodificación que va a aplicar el receptor.

SECUENCIA INFORMATIVA

EMISOR - - - (MENSAJE, OBJETO) - - - RECEPTOR

CÓDIGO

REFERENTES = INFORMACIÓN

Aquí, el emisor, el medium, el contenido de la información y el receptor comparten el código sobre el que se comunica.

► CONTRACOMUNICATIVA

Carece de un código que ponga en relación al referente con el mensaje. La destrucción o la anulación de este código no se debe a la falta de información sino por el contrario, por exceso de información (saturación).

RELACIÓN DE ELEMENTOS EN LA CONTRACOMUNICACIÓN

(CÓDIGO)

INNOVADORA

(EMISOR) --- EMANCIPADORA --- (MENSAJE, OBJETO) --- DISONANTE --- RECEPTOR

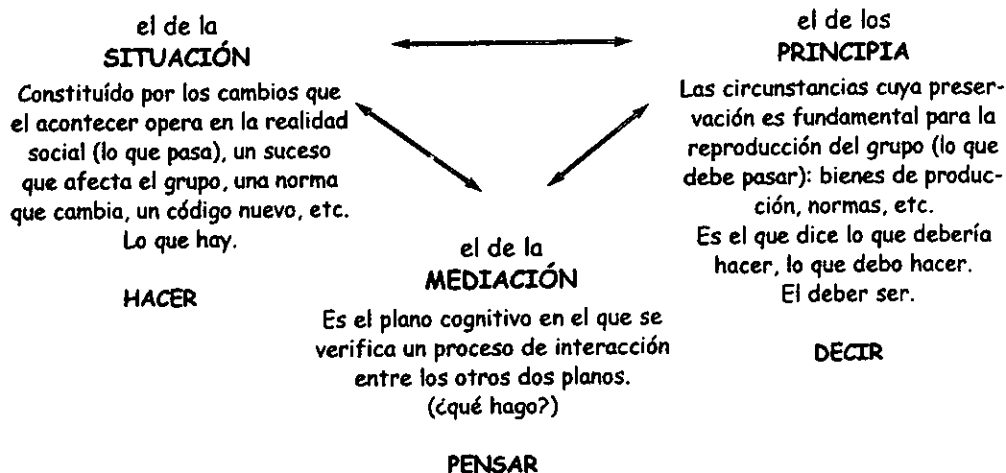
SUBVERSIVA

(REFERENTE)

La DISONANCIA se presenta cuando entre *lo que pasa, lo que se dice y lo que acontece* hay incoherencia. Cuando existe disonancia (incoherencia entre lo que pasa y lo que pienso que debe pasar) entre lo que se informa y lo que acontece, entonces surgen los PLANOS (correspondientes a las esferas del pensar, hacer y decir) que permiten la REDUCCIÓN DE LA DISONANCIA.

» PLANOS DE LO MEDIADO

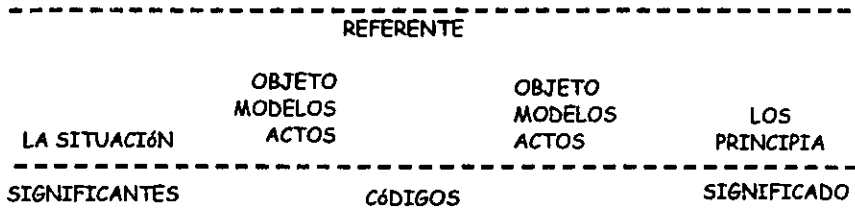
PLANOS



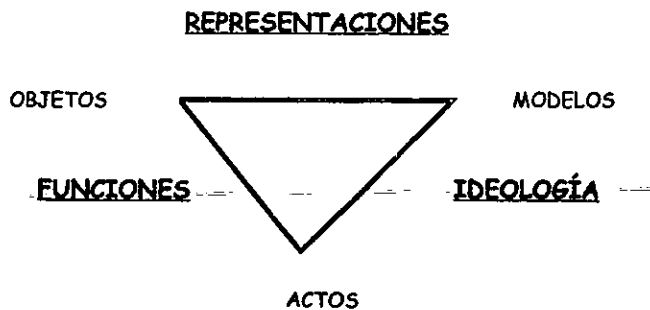
Es por ello que para que exista **CONSONANCIA** en la que sea posible el consenso social es necesario que exista un referente. Así, cuando los referentes de la situación son heterogéneos respecto al de los principios, el proceso de mediación requiere de la participación de un referente común. Entonces el mediador introduce códigos para que sirvan como referente, con el fin de **REDUCIR LA DISONANCIA** entre el plano de la situación y el plano de los principios.

Quedando esquematizado de la siguiente manera:

PLANOS MEDIADOS



En cuanto a las clases de **códigos mediadores** hay tres tipos en función de los referentes mediados:



Donde:

- **Representaciones** son las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.
- **Ideologías** son las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos.
- **Funciones** son las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos.

► MODELOS MEDIACIONALES

Tomando en cuenta que la Mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales Manuel Martín Serrano, plantea la existencia de otras formas de mediación. Él los llama **MODELOS MEDIACIONALES**; de los cuales hay tanto culturales como sociales. Estos permiten establecer las relaciones que se presentan entre los Sistemas Social y Referencial.

En cada época ha existido un modelo mediador, el cual ha proporcionado la interpretación histórica del acontecer, ellos son los:

► MODELOS MEDIACIONALES CULTURALES

1) **Modelo Medieval**. Se sustenta en la obra de Dios. "En la época medieval no existía la percepción cultural de un estado artificial (creado por el hombre) en oposición de un medio natural"³¹. Todo era percibido como obra de Dios; sólo existía un creador y por tanto la actividad del hombre era un actividad de recreación.

La visión medieval consideraba natural todo lo que estaba presente, todo lo que percibía a través del ojo humano o los sentidos, lo mismo pasaba con todo lo artificial; por lo tanto, consideraban mágicos aquellos efectos que escapaban a dicha percepción, tal fue el caso de la mayoría de los procesos biológicos y químicos.

2) **Ilustración o Enciclopedismo**. Se rige a través de la ciencia experimental. Hay dominio de la Razón. Se busca la felicidad mediante la fabricación de objetos materiales como una forma de sustitución del mundo natural.

³¹ Ibid, p. 28

Esta ideología plantea que ya que la naturaleza no expresa la razón, entonces tiene que ser dominada por ella. Así, la tecnología y la cultura abandonan definitivamente su alianza con la naturaleza y se oponen a ella, la razón triunfa como productividad a nivel tecnológico y como represión a nivel de la socialización.

3) Capitalismo. Se basa en el desarrollo tecnológico, todo se explica a través de la razón científica y el progreso humano. En esta época la burguesía logró acrecentar la productividad, hasta entonces impensada. Racionalizó la producción introduciendo la división social del trabajo entre unos hombres, propietarios de los medios de producción y otros, propietarios de su fuerza de trabajo.

Sin embargo, en este proceso eran falsas las esperanzas del logro de la liberación de la sociedad por vía de la razón, ya que ni la sociedad era más justa ni los hombres más libres. A medida que las técnicas eran más racionales y las riquezas materiales más abundantes, las relaciones sociales carecían de razón y la cultura del pueblo se empobrecía.

4) Capitalismo Monopólico. Está mediado por un medio artificial. Se pretende la reconciliación del medio natural con el artificial, por medios artificiales. Se propone una aproximación de la realidad fundada en una imagen perceptiva del mundo y una reconciliación total entre el medio natural y el artificial. El cambio a éste modelo tiene que ver, en cierta medida, con la aparición de los nuevos medios de comunicación.

Con la aparición de los medios de comunicación masiva, el hombre se empieza a liberar, en cierta forma, de la angustia que le genera desenvolverse en un mundo humano artificial, esto debido a que los medios transforman las cosas en signos, proporcionando representaciones casi idénticas de lo natural.

Hasta el momento todos estos modelos conviven, ninguno se ha perdido.

► MODELOS MEDIACIONALES SOCIALES

Por otro lado, se encuentra que "... cada forma de mediar la sociedad tiene su paralelo en una teoría cognoscitiva que puede ser referida a un modelo lógico; este modelo debe dejar que por su medio se exprese la ideología que se utiliza para interpretar al mundo"³².

Los modelos mediacionales **SOCIALES** son:

1) **Mosalco.** "La mediación mosaica desune los datos, los desarticula y los presenta sin discriminación unos junto a otros, se esfuerza en que las posiciones relativas de los componentes del sistema sean funcionales y no se produzcan inversiones, es un orden de secuencias. Así los hechos, por heterogéneos que sean pueden integrarse en la misma definición de la realidad"³³. Imponen una visión fragmentada de la realidad. La ideología es una desunión de datos.

2) **Jerárquico.** Los hechos aparecen contenidos unos en los otros, el orden de los datos se expresa en términos de dependencia y no de distancia. Trata de mantener la virtud de los signos, preservando su capacidad de apropiación de la realidad. Uno arriba de otro. Para pasar a un dato debo pasar por cada uno. Unos dependen de los otros.

3) **Articular.** Permite que los mediadores se puedan sustituir unos con otros para que la visión del mundo conserve el mismo orden inicial. Cambio de códigos para transmitir los mismos datos. Mediante este modelo las cosas son referidas al orden inminente que el mediador establece.

4) **Latente o abstracto.** "Da referencia al uso de los datos explícitos con el objeto de interesar al espectador en una realidad; el mediador emplea un sistema de orden que posee carácter latente: no muestra los criterios empleados para clasificar la realidad, ya sea porque para el propio mediador son inocentes, o porque desea mantenerlos ocultos. Estos transforman en funcionales las apariencias irracionales, contradictorias o incomprensibles de la realidad"³⁴.

Dado que las ideologías están orientadas hacia el control social del grupo, el modelo o los modelos deben ser simples y genéricos para que puedan ser aplicados a situaciones **CONCRETAS**.

Hasta aquí se ha revisado las diferentes teorías ejes de esta investigación. La siguiente parte constituye el aterrizaje de las mismas al campo de la Opinión Pública.

³² Ibidem

³³ Ibidem

³⁴ Ibidem

1.7 La Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública

Los estudios de Opinión Pública (OP) han sido abordados por diversas disciplinas, en especial la Sociología. Sin embargo, de acuerdo a las teorías presentadas en los apartados precedentes, cabe la posibilidad de realizarlos desde el punto de vista de la Comunicación, puesto que es un fenómeno que tiene como base fundamental a la expresión. De ello trata precisamente el presente apartado.

La Comunicación Humana ha tenido como función principal la sobrevivencia del hombre, tanto a nivel ontogenético (de individuo), como filogenético (de grupo). Sin la comunicación, el desarrollo de la "hominización" no hubiera sido posible, como a continuación se puede leer:

"Entendiendo el lenguaje como la producción y la percepción de un idioma, cabe decir que el lenguaje evoluciona en la medida en que lo hace la especie humana... Se cree que la comprensión del idioma está ligada a la función que realiza una determinada zona del cerebro en el hemisferio izquierdo (conocido como área de Broca). Hasta que se produjo esa especialización fisiológica, se podía pensar que no había diferencias entre el lenguaje humano y el medio de comunicación que realizan otras especies animales. Parece ser que en la era de Neanderthal (hará entre 100.000 y 300.000 años) se inició el lenguaje, pero que fue con la aparición del homo sapiens (puede que con un cráneo y una cavidad bucal más adecuadas para el lenguaje) cuando se dio una evolución lingüística significativa. Así pues, el lenguaje humano puede contar con 30.000 ó 40.000 años de existencia. La enorme diversidad de lenguas que hay en el mundo, demuestra que una vez que apareció el lenguaje se produjeron los cambios a gran velocidad. No es posible saber si hubo una primera y única lengua, ni cuáles fueran sus sonidos, gramática y léxico".³⁵

En el caso del lenguaje hablado, su evolución la ha compartido el hombre con los animales. Estos pueden comunicar información tal como sexo, grupo de pertenencia, etcétera. En su caso, la adquisición del lenguaje en los animales es una conquista filogenética que les ha permitido la sobrevivencia.

La comunicación humana es un hecho social. Al realizarla dentro de su grupo de pertenencia le ha permitido expresar sus necesidades y al grupo expresar las propias, lo que ha permitido su sobrevivencia. Esto último se encuentra en congruencia con los fines últimos de la especie humana: salvaguardar el conjunto de interpretaciones que se dan sobre el acontecer y lo que en él pasa, para que el hombre tenga un sentido en la vida; y del mismo grupo social, para conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfactores materiales o inmateriales.

³⁵ (Evolución, cambio y crecimiento de un lenguaje), Enciclopedia Encarta (1998).

Además, la Comunicación constituye un elemento estructurante de la personalidad del hombre, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, de las actividades y de los avances en las diferentes razas.

Por lo tanto, la OP es un fenómeno humano, es decir, como fenómeno se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de ésta manera tiene pertenencia a estos grupos. La naturaleza social del hombre es heredada y con ella la habilidad para la Comunicación, para la interrelación expresiva, simbólica, que es capaz de sustituir actos ejecutivos, con la finalidad de economizar energía y eficientar la vida humana.

Como parte de ese proceso de Comunicación, el hombre expresa: sus pensamientos, emociones, experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas. Si el hombre no expresa sus opiniones, éstas no serán conocidas; es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfactor social; un conjunto de datos de referencia no contenidos en una expresión son datos no significantes; un fenómeno no nombrado no es conocido. Por ello, en el estudio de la Opinión Pública son tan importantes las expresiones emitidas por los sujetos.

» IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN ENTRE LOS ELEMENTOS DEL SISTEMA OPINIÓN PÚBLICA

De acuerdo a la "Teoría General de Sistemas" (TGS) de Manuel Martín Serrano, la Opinión Pública es un sistema, ya que presenta organización, selección, distinción y relación en sus componentes.

Dado que **tiene como Instrumento a la Expresión** para llevar a cabo el consenso y disenso de los asuntos de interés público, sólo a través de ella se puede analizar. Por lo tanto, si la Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la Expresión, entonces forma parte del Sistema Comunicativo (SC), sin que esta pertenencia implique que no pueda establecer relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas (es abierto; por lo tanto interactuante y multiafectado por los demás sistemas: Cognitivo, Social, Referencial e Histórico).

La OP es un subsistema del SC, dado que comparten a la Expresión como elemento definitorio; y sus elementos estructurales: Actores, Expresiones, Instrumentos y Representaciones. Dichos elementos han sido establecidos en concordancia con el Modelo Dialéctico de la comunicación (de Martín Serrano), a través del cual se conocerá la selección, relación y distinción entre los componentes en la organización y funcionamiento del Sistema Opinión Pública.

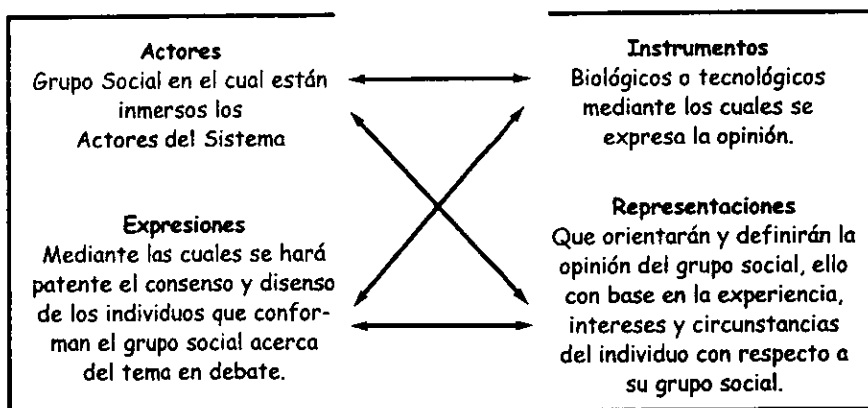
► COMPONENTES DEL SISTEMA OPINIÓN PÚBLICA

La OP se define como:

Las expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a **todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan** al grupo social, a diferencia del "público" que es el grupo social en sí mismo.

Como ya se mencionó, el Sistema OP es un subsistema del SC; por lo tanto, comparten los cuatro elementos estructurales del Modelo Dialéctico de la Comunicación:

SUBSISTEMA OPINIÓN PÚBLICA (Modelo dialéctico de la Comunicación)



Las cinco temáticas que se definen como lo "público" son:

- 1.- La sobrevivencia del grupo social.
- 2.- La producción de bienes materiales e inmateriales.
- 3.- La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes).

4.- El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción).

5.- La Cultura.

Cabe aclarar que si alguno de los asuntos en debate no puede ser incluido dentro de alguna de estas temáticas, entonces no puede ser inherente y/o susceptible a lo que aquí se ha definido como Opinión Pública.

► RELACIONES ENTRE LOS COMPONENTES DEL MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN

Estas pueden ser **solidarias, causales y específicas**. Estos mismos tipos de relaciones se pueden dar entre el Sistema Opinión Pública con el mismo Sistema de Comunicación, o entre el primero con otros sistemas ajenos.

Tanto los componentes estructurales como funcionales pertenecen al Sistema Opinión Pública, ya que su existencia es necesaria para que funcione o permanezca organizado el sistema.

La **implicación obligatoria** se da con base en los componentes estructurales y la **optativa** con base en los funcionales.

De acuerdo a la definición de OP, **se analizarán las expresiones de los individuos del grupo social** que hagan referencia a los cinco incisos siguientes, considerando que en estos están incluidos todos los asuntos que interesan y/o afectan al grupo social:

- 1) **La sobrevivencia** (tanto del grupo social como de las industrias)
- 2) **La producción** de bienes materiales e inmateriales
- 3) **La conservación** de la propiedad privada
- 4) **El Estado**
- 5) **La Cultura**

1.8 La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva

Como ya se vio en el apartado anterior la Comunicación ha sido imprescindible para la evolución del hombre; proceso en el cual la Opinión Pública ha estado implicada de forma inherente, como a continuación se explica.

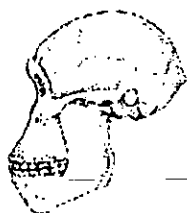
El proceso de evolución del hombre ha pasado por diversas etapas. En un principio necesitó cubrir sus necesidades básicas de cobijo y alimentación. Una vez cubiertas, las supera al comenzar a fabricar tanto utensilios como espacios de protección. Iniciando así el proceso de conscientización de su separación de la naturaleza y de otros animales.

El esculpido de herramientas permite a los primeros hombres hacerle frente a la naturaleza y entonces comienza a cubrir otro aspecto en su desarrollo: el pensamiento mágico. La capacidad de simbolización adquirida tanto en lenguaje como en pensamiento, le permite dar los principios de la espiritualidad y religiosidad.

Las primeras muestras de la cultura humana se tienen en el periodo paleolítico, que abarca desde la aparición del homo habilis, hace dos o tres millones de años, hasta hace unos nueve mil años, tiempo en que surgió el homo sapiens.

En el Paleolítico, periodo caracterizado por el tallado de la piedra, se inicia y desarrolla el lento proceso de hominización, caracterizado por la conquista de la posición erecta, la liberación de las manos y su correlación con el cerebro, y el desarrollo de las estructuras cerebrales; el periodo culminó con la aparición del hombre, quizá a fines de la Era Terciaria, hace 1.8 millones de años.

EVOLUCIÓN DEL CRÁNEO HUMANO



AUSTRALOPITHECUS
(3-2 millones de años)



HOMO
NEANDERTHALENSIS
(100.000 A 40.000 años)



HOMO ERECTUS
(750.000 de años)



HOMO (SAPIENS)
(40.000 años hasta hoy)

El hombre de Neanderthal (surgido hace cerca de 100.000 años en Europa y Oriente Medio) presentaba una capacidad craneal media de 1.450 centímetros cúbicos (característica relacionada con un alto desarrollo cerebral que le permite, entre otras cosas, la habilidad del lenguaje) a quienes se les atribuye formas avanzadas de comportamiento y pensamiento simbólico; practicaban la caza mayor, enterraban a sus muertos y poseían incipientes sentimientos protoreligiosos.

Con la aparición del homo sapiens, hace unos 38 mil años en el periodo paleolítico superior, la evolución humana dio un paso definitivo no ya en lo biológico, sino en su desarrollo psíquico y social.

“El tiempo del desarrollo se tornó conciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza, lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión)”³⁶

“En las culturas primitivas las fuerzas indomables de la naturaleza ocupan un lugar preferencial en la veneración de los hombres. Algunas de esas fuerzas se consideran amigables o propiciatorias y otras son malignas u hostiles. En algunas de estas culturas primitivas, con un modo de vida regido fundamentalmente por las actividades de cacería destinadas a la sobrevivencia del grupo, el conjunto formado por el cazador, el animal y el Sol, es el centro de los mitos”³⁷.

Los vestigios encontrados de dibujos, esculturas, herramientas y vestimentas demuestran que el hombre ha logrado colocarse en un sitio privilegiado de la naturaleza por su capacidad de aprender del entorno; es más un ser de aprendizajes que de instrucciones genéticas.

La visualización de los restos del arte paleolítico que han llegado hasta estos días ha permitido establecer sus principales referentes comunicativos: los animales, los



ARTE PRIMITIVO

³⁶ Gallo Romo, Olga. "Avances de tesis de Maestría".

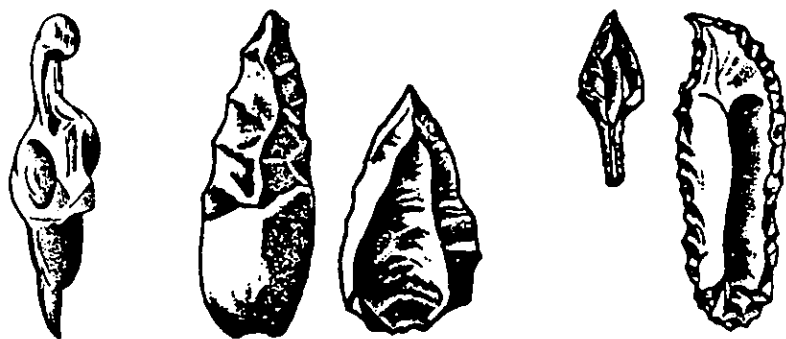
³⁷ (Hominización), Enciclopedia Encarta (1998).

hombres y los signos, el tiempo, así como rasgos formales y estilísticos del artista primitivo: la composición, el volumen y los recursos visuales utilizados.

Dada la importancia de **los animales** para la supervivencia del hombre primitivo (principal fuente de alimentación, después de frutos y raíces) se puede afirmar que constituyen los **primeros referentes en la comunicación del hombre**.

Durante el Neolítico, el hombre varió sus relaciones con la naturaleza: de cazador y pescador nómada pasó a ser agricultor, recolector sedentario y domesticador, modificando de alguna manera la selección natural de las especies vegetales y animales en beneficio de aquellas que producían alimentos.

El hombre neolítico fundó los primeros poblados, convirtiéndose en sedentario, gracias a los cultivos de la tierra y a la domesticación de los animales. Es difícil establecer la casuística del proceso de neolitización. Las teorías clásicas suponen que fueron las transformaciones económicas derivadas de la adopción del sistema de vida de producción agrícola y ganadera las que acarrearón la sedentarización y propiciaron la invención y expansión de nuevas industrias (lítica y cerámica).



ARMAS PRIMITIVAS

Este cambio en la sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo, por un lado, el cuidado del entorno ecológico se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio, conforme fueron creciendo las comunidades. Por ello, no es raro que hoy por hoy el cuidado y conservación al medio ambiente sea un tema de interés público.

La sedentarización supuso un cambio fundamental en la manera de concebir el hábitat humano. El hombre se agrupó en poblados en los que, aparte de los recintos privados, se

hicieron precisos los lugares comunitarios y las construcciones defensivas. El uso de la piedra y el barro permitió la aparición de nuevas formas de habitación, en las que se adivina una cierta preocupación por la decoración interior y exterior de los muros mediante pinturas e incisiones.

Todo lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como fenómeno, no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social³⁸, que es precisamente lo que se denomina Comunidad Primitiva.

La Opinión Pública estuvo presente desde la Comunidad Primitiva, es decir, ésta nace con el hombre mismo. Además, la Opinión Pública es una expresión, y la expresión es ontológicamente comunicativa.

La Opinión Pública, en su aspecto fenoménico, se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de esta forma tiene pertenencia en estos grupos.

Según Jean Jacques Rousseau, el hombre en estado natural es un ser individual. Sin embargo, por las circunstancias adversas a las que se enfrenta cotidianamente tiene que ceder esta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitirá vivir con mayor seguridad dentro de un grupo social.

La reunión colectiva origina el surgimiento del Estado, que será el encargado de proveerlo de protección, alimento y territorio que él solo, como ser individual, no podría conseguir ni conservar. "Puesto que ningún hombre tiene una autoridad natural sobre sus semejantes, y puesto que la naturaleza no produce ningún derecho, quedan pues, las convenciones como base de toda autoridad legítima entre los hombres"³⁹.

Así, "el contrato social tiene como finalidad encontrar una forma de asociación que defienda y proteja de toda fuerza común a la persona y a los bienes de cada asociado, y por virtud de la cual cada uno, uniéndose a todos no obedezca sino a sí mismo y quede tan libre como antes... Lo que el hombre pierde por el contrato social es su libertad natural y un derecho ilimitado a todo lo que le apetece y puede alcanzar; lo que gana es la libertad civil y la propiedad de todo lo que posee"⁴⁰.

Al conformar el hombre en los albores de su origen grupos sociales denominados comunidades primitivas desarrolla el primer y más arcaico sistema estamental en el cual ya existe un código de referencia común entre todos los integrantes de dicho grupo social.

³⁸ Reunión que establecen individuos de la misma especie con los fines de conservar su integridad al protegerse de otros grupos, conseguir alimento y poseer un territorio.

³⁹ Gallo Romo, Olga. "Avances de tesis de Maestría".

⁴⁰ Ibid, p. 27-32.

En síntesis, el ser humano es un ser social por naturaleza que cede su opción de libertad individual en pro de una libertad colectiva que le proporcionará a cambio protección, alimento y territorio.

En el periodo histórico correspondiente a la Comunidad Primitiva eran tres las temáticas que afectaban al grupo social -y sobre las cuales había que llevar a cabo el consenso-. Las cuales eran:

1. La protección de los individuos frente a la naturaleza y otros grupos.
2. El abastecimiento de alimentos.
3. La posesión de un territorio.

Se clasifican en los rubros de sobrevivencia y conservación de la propiedad privada.

Si la Opinión Pública se presenta en ésta etapa histórica como fenómeno, cumple una función sólo comunicativa y no ejecutiva; expresiva con capacidad simbólica, ya que rescata la capacidad natural del hombre para comunicarse no sólo acerca del presente sino también sobre ideas y sucesos del pasado y futuro.

Con la posesión de la habilidad simbólica para comunicar -sustitución del objeto de referencia con símbolos emanados de un código común- el ser humano ahorra energía y cumple una función de carácter social de producción y reproducción tanto de ideas como de bienes.

Así, en el comunismo primitivo la Opinión Pública se privilegia principalmente de dos temas:

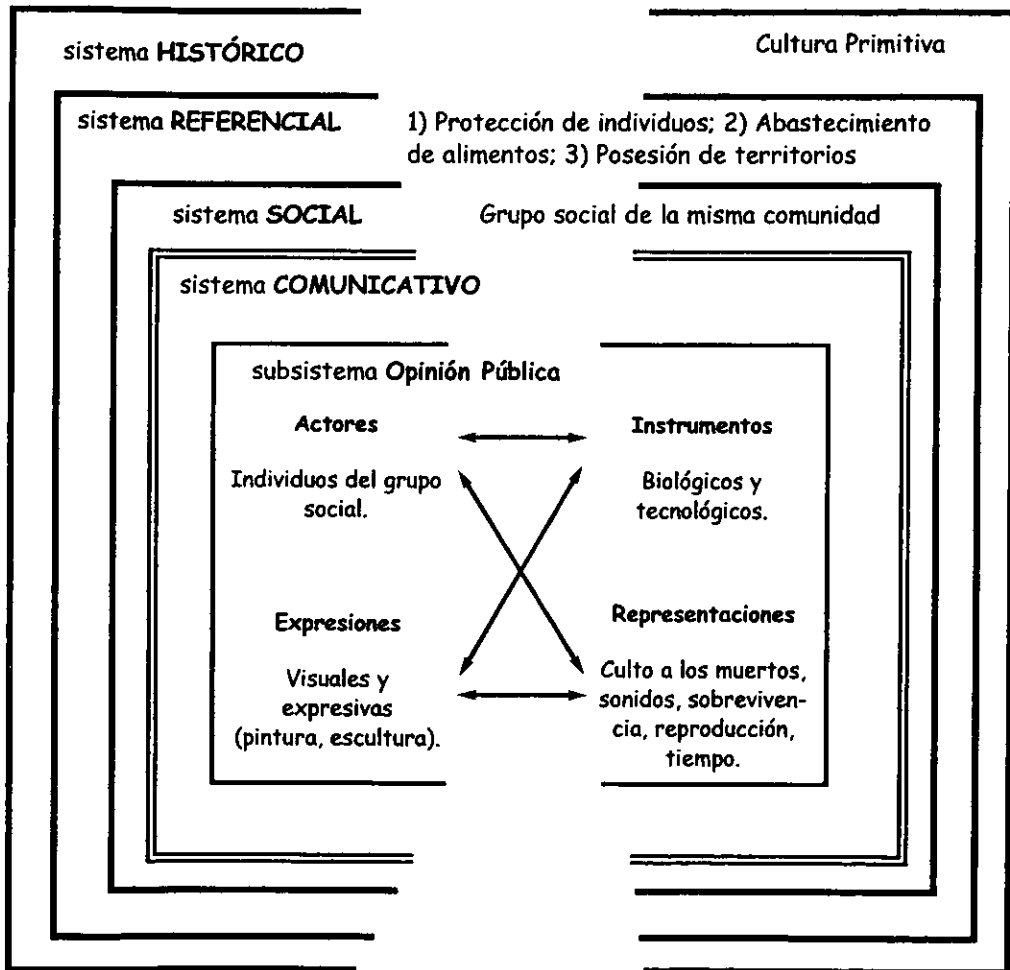
- La sobrevivencia
- La conservación de la propiedad.

— Con base en ello se le asignan funciones de consenso y disenso sobre el hacer.

Debido a su existencia como fenómeno cumplía su función de carácter comunicativo mediante la simbolización de objetos de referencia que permitían el ahorro de energía gracias al empleo de las expresiones.

A continuación se presenta el Modelo de la Cebolla correspondiente a la Comunidad Primitiva, en el cual están los Sistemas en los que el hombre actúa en congruencia con la "Teoría General de Sistemas" de Manuel Martín Serrano.

MODELO DE LA CEBOLLA Cultura Primitiva



En donde:

*** Sistema Histórico:**

Es el referente común: espacio y tiempo en el que se ubica el grupo social.

*** Sistema Referencial / cultural:**

Todo lo que se nombra, la forma de ver el mundo, la cultura; de lo que nos expresamos. El deber ser. Es la cultura que prevalece en la época.

*** Sistema Social:**

Se refiere a las relaciones del poder político y las relaciones de producción.

*** Sistema Comunicativo:**

Está fuera del sistema cognitivo y dentro del social. Es el mediador entre ambos sistemas. Sus elementos, de acuerdo a la "Teoría General de Sistemas" y al Modelo Dialéctico de la Comunicación de Martín Serrano, son:

- Actores.
- Instrumentos.
- Expresiones.
- Representaciones.

El SC se relaciona con el sistema cognitivo porque es la expresión de él. Se relaciona con el Social porque lo relaciona con otros individuos o grupos sociales.

1.9 La Opinión Pública en la Cultura Egipcia

Los orígenes de la civilización egipcia se encuentran en el tercer milenio anterior a la era actual y pervivió durante aproximadamente tres mil años, la de mayor duración hasta hoy. Entre las aportaciones más importantes de esta cultura cabe destacar la escritura jeroglífica.

Su territorio tiene salida tanto al Mar Rojo como al Mar Mediterráneo.

De acuerdo a su mitología, los cincuenta hijos de Belo y de Amquínol se casaron con sus primas, la Danaides y fueron muertos por éstas, a excepción de Linceo. Éste heredó Arabia y conquistó el reino de los melámpodos al que dio su nombre: Egipto.



AMÓN
ESCULTURA EGIPCIA. DINASTÍA XVIII

"Hace unos 60.000 años, el río Nilo comenzó las inundaciones anuales de los terrenos de su cuenca, dejando tras de sí un fértil suelo aluvial. Las áreas cercanas a la llanura de inundación permitieron garantizar los recursos alimentarios y el agua. Con el tiempo, los cambios climáticos, que comprendían periodos de aridez, permitieron afianzar el asentamiento humano en el valle del Nilo. Desde el periodo calcolítico (edad del cobre, que comienza hacia el 4000 a. C.), hasta comienzos del Imperio Antiguo, la población se extendió por una gran área."⁴¹

Para adentrarse y comprender el mundo egipcio es fundamental tomar en consideración la cronología, y más aún si se tiene en cuenta que los egipcios no poseían un sistema cronológico único, ni tan siquiera continuo. El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio al año I, sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

Los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del periodo predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a J.C. Ello no quiere decir que la civilización egipcia comience en este periodo, fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones⁴².

⁴¹ (Egipto), Enciclopedia Encarta (1998).

⁴² Ibidem.

Las manifestaciones artísticas más importantes del antiguo Egipto son el templo y la sepultura. Los templos, en los que nunca se empleó la bóveda, estaban formados por tres grandes recintos: peristilo, en el que podía entrar el pueblo; hipóstilo, reservado para los sacerdotes y dignatarios de la corte, y la capilla, a la que sólo tenía acceso el sumo sacerdote y el faraón.

La fachada del templo tenía, llamada pilono, en el centro la puerta de entrada bordeada por torres trapezoides. Para sostener la techumbre se empleaban numerosas columnas con capiteles en frente; en la figuración del rostro, el ojo visible corresponde a la que tiene visto frontalmente.

La pintura, al igual que el relieve, se caracteriza por la falta de perspectiva, por la posición de perfil de los personajes y por ciertas reglas convencionales, como pintar la tez varonil de rojo, la femenina de amarillo o rosa, etcétera.



TEMPLO DE AMÓN

Durante el Imperio Antiguo (2755-2255 a.C.) los monarcas - faraones- mantuvieron el poder absoluto, sobre un gobierno sólidamente unificado.

La religión desempeñó un papel importante, como queda registrado en la mitología egipcia; de hecho, el gobierno había evolucionado hacia un sistema teocrático, en donde el faraón era considerado un dios en la tierra, por lo que gozaba de un poder absoluto.

En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey. Estrechamente ligado al dios-halcón Horus, primer dios del Estado egipcio, el faraón (término que no se usó para designar al rey hasta el primer milenio, cuando su figura ya no despertaba el respeto y la veneración de las épocas clásicas) estaba más cerca de los dioses que de los hombres: era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia.

Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era pues, en Egipto, algo exclusivamente temporal, sino de orden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo.



LA DIOSA MAAT

Un ejemplo del poder del faraón, así como de la cosmovisión egipcia, lo constituyen la pirámide de Gizeh. Dicho monumento fue construido en honor del faraón Keops.

“El esplendor manifestado en las pirámides se extendió a numerosos ámbitos del conocimiento como arquitectura, escultura, pintura, navegación, artes menores y astronomía; los astrónomos de Menfis establecieron un calendario de 365 días. Los médicos del Imperio Antiguo también mostraron un extraordinario conocimiento de fisiología, cirugía, el sistema circulatorio humano y el uso de antisépticos”⁴³

El clero tenía como función, por delegación real, asegurar el mantenimiento puramente de la creación y el equilibrio universal obtenido el primer día del mundo, gracias al cual se alejó el caos y se hizo posible la vida.

Para los egipcios la vida en la tierra era sólo un aspecto de un ciclo invariable, un episodio efímero en comparación con el tiempo infinito del más allá. La muerte suponía la posibilidad de la felicidad eterna, pero, para lograrla, el hombre había de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética emanada del poder.

La creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias. La primera cosmología que se elaboró para constituir un verdadero sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en el número nueve su sistema de ordenación.

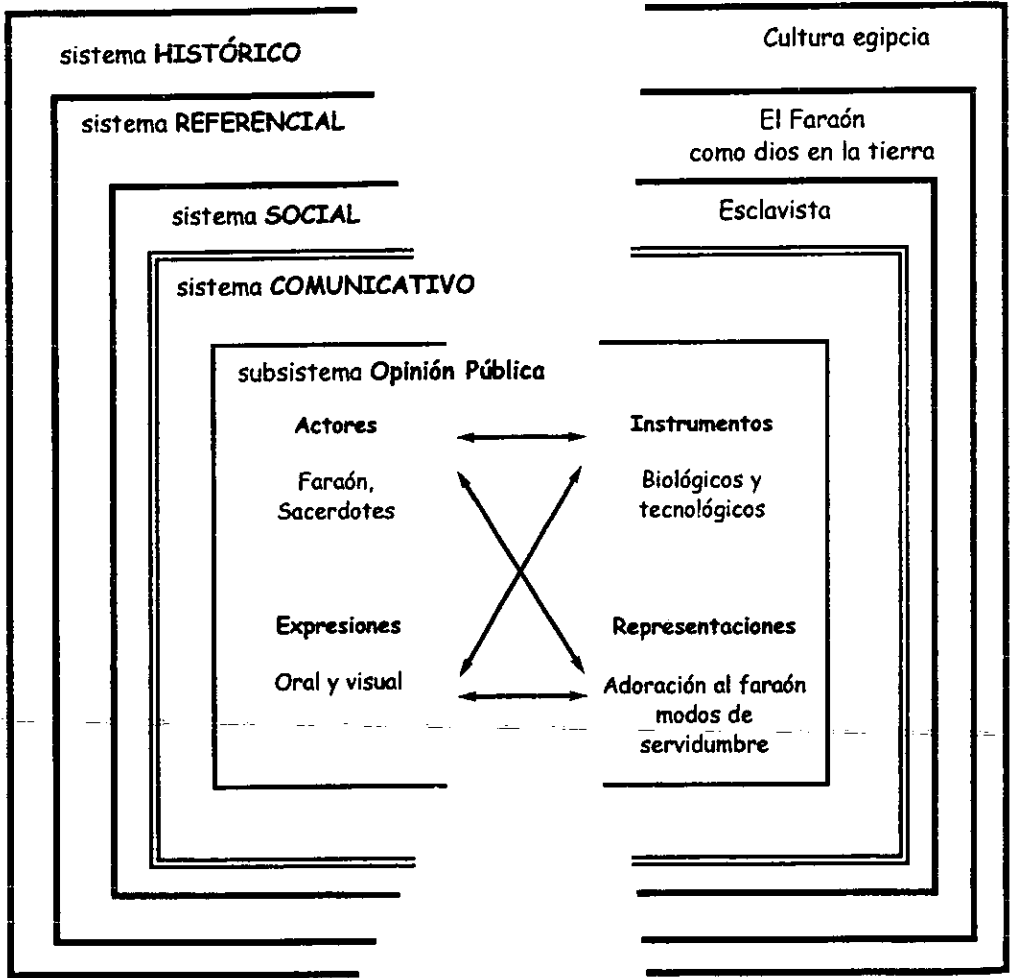
En este caso, la cultura egipcia, muestra un sistema social esclavista, por lo que la libre expresión se encontraba restringida o reprimida y en consecuencia la Opinión Pública. La información se proporcionaba de forma vertical: del rey o faraón, hacia el pueblo.

También en este periodo se establece a la Opinión Pública como fenómeno y no como objeto de estudio. Aunque la Opinión Pública se encontraba restringida cabe recordar que es inherente al grupo social; en la cultura egipcia se utilizaba para obtener consenso en la adoración del faraón y los modos de servidumbre.

⁴³ Ibidem.

A continuación se ilustra el Modelo de la Cebolla correspondiente a la Cultura Egipcia.

MODELO DE LA CEBOLLA
Cultura Egipcia



1.10 La Opinión Pública en el período de Grecia y Roma

El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos. Los supuestos principales, ahora como entonces son:

“1) La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad.

2) Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad.

3) De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo.

4) El consenso será la base de la acción pública, de esta manera, se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben protección”⁴⁴

Una idea mas cercana de cómo se realizaban los debates la proporciona el siguiente pasaje:

“Seguían saliendo hombres del gran edificio, solos y en grupo, algunos apresurados, otros casi de mala gana y vacilando. En el ágora se habían reunido otros grupos. La mayoría de los hombres hablaba a voz en cuello y con ademanes violentos, como intentando apagar las palabras de los otros. Un joven salió de uno de los grupos y se acercó a tres hombres vestidos de blanco, que permanecían aparentemente tranquilos en medio de aquel jaleo. Ante la fachada del edificio, pintada de azul y rojo chillón, revoloteaban dos o tres palomas, que distrajeron al joven. Se detuvo y observó que uno de los pájaros se posaba en una pequeña cornisa, bajo la imagen del carro solar, se hinchaba, volvía la cola hacia el ágora y dejaba caer un trozo de mierda blanca. La corrosiva pasta resbaló por el borde de la cornisa, cayó sobre la nariz de la colorida Cariátide, chorreó por la barbilla de aquella figura femenina, que hacía las veces de columna y corrió entre sus pechos.

El joven rió, señalando la paloma y su obra.

- Como tus discursos, Demóstenes.

-¿Qué? ¿Cómo? - Demóstenes tenía unos veintisiete años, cabello ralo y escasa barba. Cuando se ponía nervioso, el rostro se le llenaba de manchas rojas; sus manos se abrían y cerraban, se secaba la humedad en la ropa y enseguida volvía a sudar. Los otros dos hombres, algo mayores, siguieron con la mirada el índice del joven y rieron.

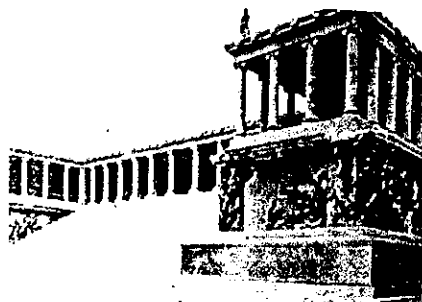
- ¿Qué dices Demades?- La voz de Demóstenes sonó débil y excitada; la pregunta terminó como un chillido.

⁴⁴ Gallo Romo Olga. "Avances de tesis de Maestría".

- La paloma. Es como tu discurso. Primero se impulsa hacia el cielo y los dioses, después se mete bajo las ruedas del carro de Helio, y al final, todo queda en mierda."⁴⁵

Al hablar de repúblicas democráticas se supone que los asuntos de interés público y que, por lo tanto, afectan al grupo social, se resuelven mediante el consenso ciudadano (sin considerar en este caso a los esclavos) y no por imposición soberana o gubernamental.

Tanto en Esparta como en Roma la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las Asambleas (en las que se reunían generalmente a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar), Comicios Plebiscitos -práctica democrática de uso más frecuente en Roma- o también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad.



TEMPLO DE ZEUS

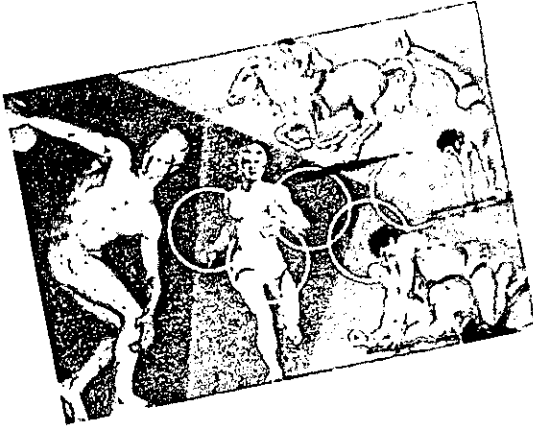
Al respecto del ejercicio de la Opinión Pública en Roma, Rousseau expresa:

"En una sociedad bien gobernada todos vuelan a las Asambleas... Es muy singular que en Roma, en donde los tribunos eran sagrados, no hubiesen siquiera imaginado que podían usurpar las funciones del pueblo, y que en medio de una tan gran multitud, no hubieran jamás intentado prescindir de un sólo plebiscito"⁴⁶

Y más aún "siendo las leyes actos auténticos de la voluntad general, no podría obrar el soberano más que cuando el pueblo está reunido. Al respecto, la república romana era, me parece, un gran Estado, y la ciudad de Roma, una gran ciudad. El último censo acusó en Roma 400 000 ciudadanos armados, y el último empadronamiento del Imperio, más de cuatro millones de ciudadanos... ¡Qué difícil es imaginarse, reunido frecuentemente, al pueblo inmenso de esta capital y de sus alrededores! Sin embargo, no transcurrirán muchas semanas sin que se reuniese el pueblo romano, y en ocasiones hasta muchas veces en este espacio de tiempo. No solamente ejercía los derechos de la soberanía, sino una parte de los del gobierno. Trataba

⁴⁵ Haefs, Gisbert. *Alejandro el unificador de Grecia. La Hólada*, p. 110.

⁴⁶ Gallo Romo, Olga. "Avances de tesis de Maestría".



LOS JUEGOS OLÍMPICOS

ciertos asuntos; juzgaba ciertas causas, y ese pueblo era en la plaza pública casi con tanta frecuencia magistrado como soberano"⁴⁷

La Opinión Pública, todavía como un fenómeno sin nombrar, jugaba un papel de vital importancia para la toma de decisiones políticas que afectaban directamente en la difícil tarea de protección y conservación del grupo social.

Se daba por hecho que la voluntad social era indestructible "en tanto que varios hombres reunidos se consideraban como un solo cuerpo y no tienen más que una sola voluntad, relativa a la común conservación y al bien general"⁴⁸

Indudablemente el ejercicio ciudadano de la Opinión Pública tan notoriamente cotidiano y politizado tenía una estrecha vinculación con la conformación estamental propias de las repúblicas democráticas, dentro de las cuales suele considerarse la opinión de los ciudadanos para cualquier toma de decisión que afecte al grupo social.

Y es que en las repúblicas democráticas, la Opinión Pública legitima al poder político, y avala las decisiones que los representantes favorecen con base en los intereses de sus representados. Como prueba de ello Platón, al describir su concepción del Estado Ideal, propone a la Opinión Pública como el medio de enlace entre las decisiones ciudadanas y la ejecución gubernamental: "El Estado será el garante del equilibrio y se apoderará de todas las funciones gestoras que emanen de las decisiones de la Asamblea"⁴⁹

Dentro de tal contexto, el ejercicio de la Opinión Pública era el instrumento de mayor importancia y predominancia en el debate, principalmente, de los asuntos políticos del Estado que implicaban las formas y el ejercicio del poder; ésta era llevada a cabo por los ciudadanos que buscaban conseguir el consenso a través de los canales y medios permitidos de expresión de la opinión. Desde el punto de vista de estos dos pueblos, mediante el ejercicio organizado de la libre expresión se legitimaba el poder político y se obtenía el mayor bienestar público, ello gracias a que la voluntad general es indestructible y predomina siempre sobre el interés individual.

⁴⁷ Ibidem

⁴⁸ Ibidem

⁴⁹ Ibidem.



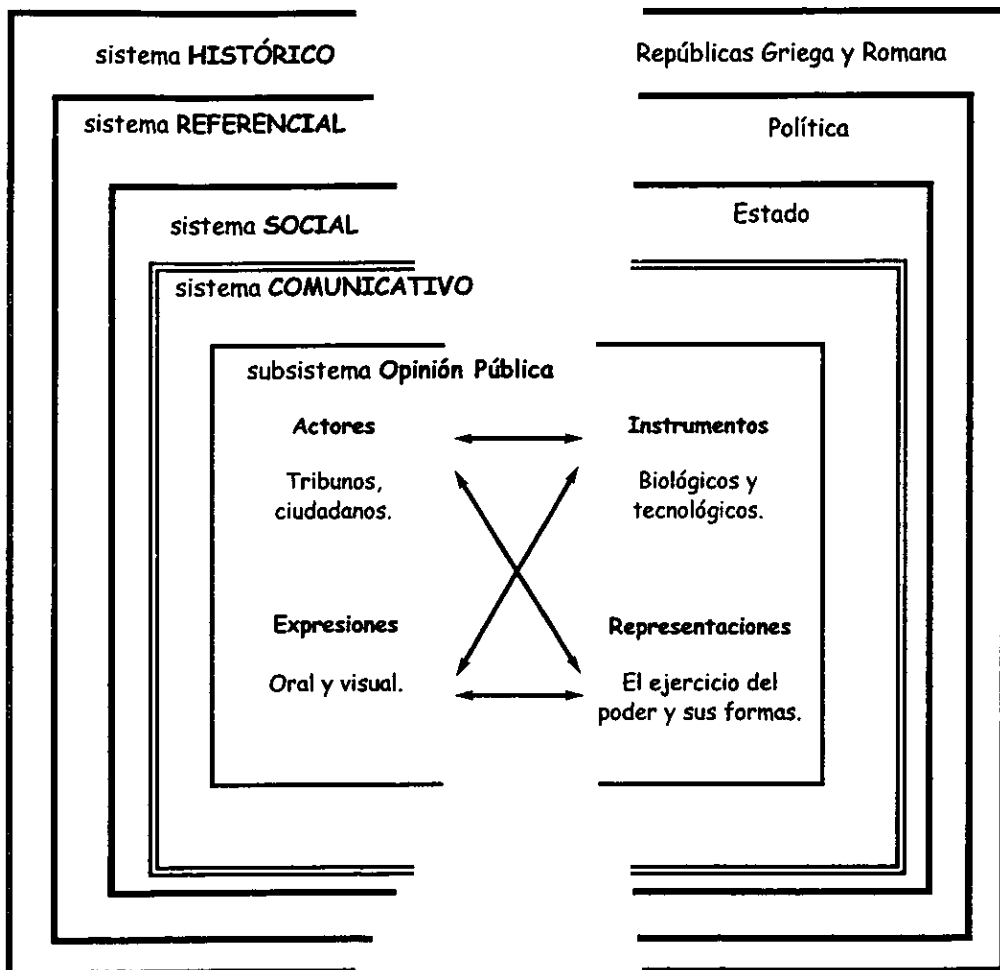
VESTIMENTA FEMENINA: CHITÓN

Todo lo expuesto en los párrafos anteriores no quiere decir que la política fuera el único referente de la Opinión Pública en las repúblicas Griega y Romana, sino sólo que era el tema que con mayor frecuencia ocupaba su tiempo. De tal periodo es interesante recalcar tres aspectos:

- 1) La expresión de la Opinión Pública es una forma de comunicación del grupo social que en ocasiones recurre a la retórica, que implica el discurso de un orador que expone sus puntos de vista ante iguales y los trata de persuadir con argumentos y conclusiones. Esto es importante, ya que se reconoce que para que exista una expresión de la Opinión Pública es necesario poseer un criterio formal que es el de tratar al otro exactamente como igual y porque se reconoce que la expresión de la Opinión Pública puede ser persuadida.
- 2) La expresión de la Opinión Pública no es homogénea: es un conjunto de expresiones que tiene diversos sentidos y magnitudes. Esto resulta significativo porque se reconoce que la Opinión Pública no es sólo una expresión de la Opinión Pública, sino que hay diversos matices al respecto de un solo tema, no nada más en cuanto a lo que se dice, sino también al número de personas que lo dicen.
- 3) La expresión de la Opinión Pública no da cuenta de la veracidad, es decir, es una expresión de lo que los individuos "dicen": dicen que piensan, dicen que hacen. Pero no es el resultado de un proceso mental riguroso ni científico. Esto es importante porque se asevera que la expresión de la Opinión Pública "puede mentir" y con ello se reconoce la existencia de una limitante. El conocimiento de la expresión de la Opinión Pública no es la mejor, ni la única vía para saber qué está sucediendo en el grupo social.

Para concluir se presenta el Modelo de la Cebolla correspondiente a Grecia y Roma.

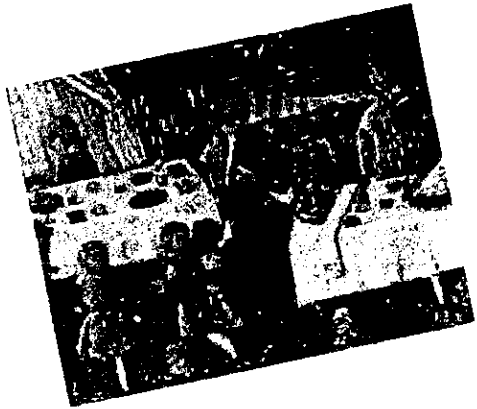
MODELO DE LA CEBOLLA Grecia y Roma



1.11 La Opinión Pública en la Edad Media

El término Edad Media se refiere al periodo de la historia europea ubicado desde la desintegración del Imperio romano, en el siglo V, hasta el siglo XV. No se debe tomar estas fechas como fijas, sino sólo como referentes.

La Edad Media se caracterizó por "una parálisis del progreso, considerando que la edad media fue un periodo de estancamiento cultural, ubicado cronológicamente entre la gloria de la antigüedad clásica y el renacimiento."⁵⁰



VESTIMENTA EN EL SIGLO XVI

En cuanto a la actividad cultural en los inicios de la Edad Media consistió principalmente en la conservación y sistematización del conocimiento del pasado y se copiaron y comentaron las obras de autores clásicos. Se escribieron obras enciclopédicas, como las *Etimologías*, de san Isodoro de Sevilla, en las que su autor pretendía compilar todo el conocimiento de la humanidad. En el centro de cualquier actividad docta estaba la Biblia. Todo aprendizaje secular llegó a ser considerado como una mera preparación para la comprensión del Libro Sagrado.

La única institución europea con carácter universal fue la Iglesia; "organizada en torno a una estructurada jerarquía con el papa como indiscutida cúspide, constituyó la más sofisticada institución de gobierno en Europa occidental. El papado no sólo ejerció un control directo sobre el dominio de las tierras del centro y norte de Italia sino que además lo tuvo sobre toda Europa gracias a la diplomacia y a la administración de justicia (en este caso mediante el extenso sistema de tribunales eclesiásticos). La Iglesia ya no se veía más como una ciudad espiritual en el exilio terrenal, sino como el centro de la existencia. La espiritualidad altomedieval adoptó un carácter individual, centrada ritualmente en el sacramento de la eucaristía y en la identificación subjetiva y emocional del creyente con el sufrimiento humano de Cristo. La creciente importancia del culto a la Virgen María, actitud desconocida en la Iglesia hasta este momento, tenía el mismo carácter emotivo."⁵¹

En la Edad Media el referente de la Opinión Pública cambió notablemente al perder su relevancia política a cambio de la religiosa. Tal transformación puede confundirnos al no

⁵⁰ (Edad Media), Enciclopedia Encarta (1998).

⁵¹ Ibidem.



EL PAPA INOCENCIO III

Según Manuel Martín Serrano, en la Edad Media predominaba el Modelo Cultural de la Mediación denominado "Modelo de Dios", el cual ubica como elemento ordenador del hombre y de la naturaleza a Dios.

Éste disponía a través de sus representantes divinos en la tierra: Los Reyes o Señores Feudales cómo tenían que ser o hacerse las cosas.

En caso de que el rey no fuera bueno "el remedio era obedecer sin murmurar. Dios da los malos reyes en su cólera, y es preciso soportarlos, como los castigos del cielo"⁵².

Según la filosofía cristiana, Jesucristo en vida posee el poder de su Padre, éste al morir se lo otorga a Pedro. La posesión de dicho poder significa que él será su representante en la tierra; Pedro al morir debe transferir este poder divino a otro y así sucesivamente. De ésta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados, aunado al poder político el poder religioso revistiéndose de la divinidad transmitida

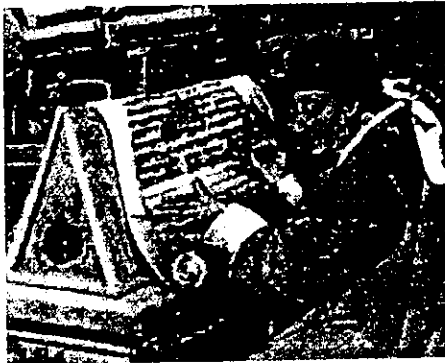
percibirla en el ámbito del Estado y/o al suponer que la Opinión Pública no puede privilegiarse de un tema de esta índole. Sin embargo, de ninguna manera es así.

Después de ocho siglos de dominación del Imperio Romano -cuya culminación fue el Senado, en donde todos los ciudadanos eran representados - surge el Cristianismo que instaura su Iglesia y respalda su dominio en el poder divino que Dios otorgó a su discípulo Pedro, y que éste a su vez delegó en otros, transmitiéndose este poder de generación en generación.



LA APARICIÓN DEL AMOR CORTÉS

⁵² Ibidem.



MONJE EN EL SCRIPTORUM

por generaciones consiguiendo, así, dominar a pueblos enteros no sólo política, económica y bélicamente, sino también religiosamente sin ningún cargo de consciencia.

Si tomamos como base el modelo cultural de Manuel Martín Serrano y su consecuente explicación, es obvio entender la razón por la cual la Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderante en los siglos de dominación romana y lo confundió con el religioso.

De hecho la Opinión Pública no posee sentido en ninguna de las cuatro temáticas restantes en que se ha clasificado a lo público (sobrevivencia del grupo social; producción de bienes materiales e inmateriales; conservación de la propiedad privada y el Estado), **la importancia recaía completa y totalmente en la temática cultural y, específicamente, en el matiz religioso.** Un ejemplo de ello son las ideas religiosas que dominaban como es el caso de la frase histórica tan bien conocida hasta nuestros días: "bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos".

Con ese tipo de ideas se obligaba al pueblo a que sus pensamientos y acciones giraran en torno a convicciones de humildad y aceptación, ya que mientras más sufrieran en este mundo terrenal tendrían mayor oportunidad de ocupar un lugar privilegiado en el reino de los cielos en donde les esperaba la vida eterna colmada de felicidad. Los siervos, y en general el grupo social, aceptaban y no replicaban: ¿Para qué discutir los asuntos políticos si en esta vida sólo se está de paso?. Se daba por hecho que a los únicos que debía incumbirles las decisiones sobre el ejercicio y la preservación del poder político era a la parte minoritaria del grupo social conformada por la familia real.

Por lo tanto, el único asunto de interés común a todo el grupo era la fe, y este fue el matiz de la Opinión Pública en la Edad Media, circunscrito fundamentalmente en función a la religión. **La fe cobró una importancia tan preponderante que llegó a Institucionalizarse, siendo la**

Iglesia Católica la Institución mediadora y propagandística de ésta, lo que trajo consigo la institucionalización de la comunicación pública, ya que si el único asunto considerado de interés público era la fe, entonces todo lo que se debatiera y hablará acerca de ella tenía que ser verificado y aprobado por su institución mediadora. En esta etapa la Opinión Pública era en suma manipulada gracias al temor a Dios y a la convicción de obediencia, humildad y aceptación que supieron imponer al grupo social los representantes de la Iglesia.

Finalmente, de este periodo interesa rescatar **tres aspectos importantes** que son:

1) El referente más importante de la Edad Media era la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos.

2) La expresión de la Opinión Pública puede tener otros referentes que no son políticos, siempre y cuando se traten de temas de interés del grupo social y que entren dentro de las categorías que se han señalado como asuntos de índole pública.

3) Conocer la expresión de la Opinión Pública de un determinado grupo social no es garantía del saber verdadero o válido.

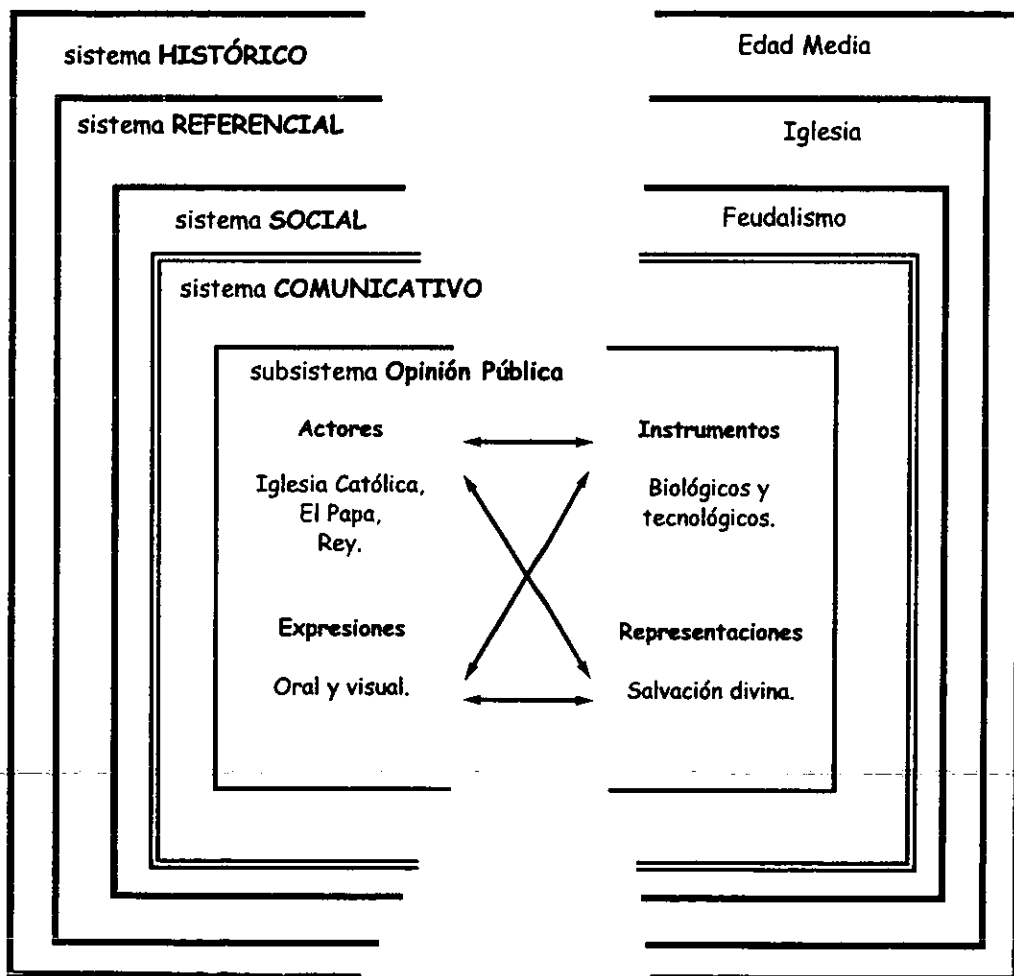
En el periodo considerado como la baja Edad Media comenzaron los conflictos y la disolución de la unidad marcada por la Iglesia. Surgió entonces el Estado Moderno y por lo tanto la lucha entre Iglesia y Estado. Los pueblos y ciudades crecieron y también pugnaron por su autonomía política.

Se sucedieron diversos movimientos en el interior de la Iglesia, los cuales intentaban conducirla a la "pureza y sencillez apostólica". La situación de agitación e innovación espiritual desembocaría en la Reforma protestante; las nuevas identidades políticas conducirían al triunfo del Estado Nacional moderno y la continua expansión económica y mercantil puso las bases para la transformación revolucionaria de la economía europea. Las raíces de la edad moderna pueden localizarse en medio de la disolución del mundo medieval, en medio de su crisis social y cultural.

Como resultado de dicha pugna se intensificó el pensamiento político y social, centrado en el Estado secular que buscaba ser independiente de la Iglesia, dando pie al nacimiento de la siguiente etapa histórica llamada Renacimiento.

A continuación se presenta el Modelo de la Cebolla correspondiente a la Edad Media.

MODELO DE LA CEBOLLA Edad Media



1.12 La Opinión Pública en el Renacimiento y Capitalismo

En el mundo occidental la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV. A partir de éste comienza la etapa que conocemos con el nombre de Renacimiento. Es nombrado de esa manera porque en él las artes, la ciencia y la tecnología, que no habían encontrado cabida dentro del medioevo.

El rompimiento con las creencias dominantes en la Edad Media comenzó a gestarse con la sospecha de que en la naturaleza existían procesos naturales ocultos a la percepción inmediata de los sentidos, "era un punto de vista mágico y, por tanto, heterodoxo para el concepto del mundo propio de la ciencia escolástica. Precisamente son los magos y los alquimistas quienes hacen uso de razonamientos que marcan la transición hacia la filosofía de la naturaleza Renacentista. La quiebra del concepto medieval del medio natural, y de los fenómenos tenidos por naturales, tuvo que ver con el perfeccionamiento de un utensilio: las lentes. La lente puso de manifiesto que existía por debajo del umbral perceptivo del ojo, otro mundo natural donde regía el orden y alentaba la vida; y que por encima del umbral visual se extendían en el espacio un número excesivo de astros, si su existencia debía ser explicada como una mera bóveda luminosa para la tierra. El microscopio y el telescopio quebrantaron la fe en la imagen visual del mundo natural, en no menor medida que la imprenta quebró la imagen verbal del saber".⁵³

Con el microscopio y el telescopio se observan y descubren aspectos privativos al ojo humano por sí sólo, como que el cuerpo está compuesto por millones de células con vida y organización propia y leyes que no encuentran una explicación convincente en la lógica divina, sino en razones naturales, físicas y matemáticas. Es entonces cuando **surge la duda de si Dios real-**



EL FILÓSOFO QUÍMICO COMO UN IMITADOR E INTÉRPRETE
DE LOS FENÓMENOS NATURALES

⁵¹ Martín Serrano, Manuel. "Teoría de la Mediación Social", p. 12



LA MONA LISA
DE LEONARDO DA VINCI

mente existe. Esta circunstancia fue toda una revolución histórica de carácter social, ya que propició un profundo cambio en las relaciones sociales y políticas del poder.

“A partir de entonces se considera natural lo que responde a principios universales, planteados de manera abstracta (matemática), en vez de lo que puede ser percibido”⁵⁴.

Como consecuencia de ello surgen nuevas teorías y leyes como la del movimiento, la de la gravitación universal y la de la evolución del hombre.

En el momento en que “el hombre se permite experimentar con el mundo, no sólo nace un nuevo objeto del saber; también emerge un nuevo sujeto de la historia.

El hombre y sus obras se destacan nítidamente del medio natural. El Renacimiento representa el último momento en que la naturaleza y la cultura se conciben como una unidad.

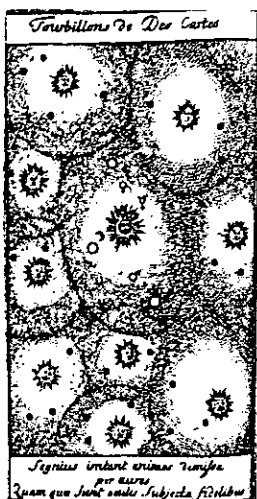
A partir de entonces el humanismo burgués encomienda a la naturaleza la función de fondo, y a las obras del hombre la función de figura. Se establece una distinción entre las cosas, generadas en la naturaleza y sometidas a leyes, y los objetos fabricados, sometidos a las constricciones derivadas del designio humano”⁵⁵. Todo ello trae consigo la cuestión principal y decisiva para la transición de una etapa a otra, en lo que incumbe a la Opinión Pública: **Si Dios no existe, entonces el rey no tiene poder ni derecho divino sobre los demás.**

Ya no hay sustento para la promesa divina de vida eterna en el cielo, por lo que hay que buscar una nueva forma de organización social que permite una vida justa en la tierra.

Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del Estado, en donde se tendrá nuevamente, pero basados en otros conceptos, que ceder el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social estén debidamente representados. Y es, precisamente, en el Renacimiento en donde el valor de la Opinión Pública se liga estrechamente al concepto de democracia; ya que es a través de ésta que el poder político adquiere legitimidad.

⁵⁴ Ibid, p. 13.

⁵⁵ Ibidem.



LA COSMOLOGÍA CARTESIANA
REPRESENTADA EN UN TEXTO
DEL SIGLO XVIII

Otra vez la **Opinión Pública** cobra un matiz preponderantemente político. Sin embargo, y a diferencia de como se consideraba en Grecia y Roma, ahora **es considerada un objeto de estudio** dada la importancia que representa para lograr la cohesión del grupo social y para la conformación e instauración de los nuevos regímenes políticos.

Con el proceso de secularización de la política y más aún como consecuencia del Modelo Cultural de la Mediación - propuesto por Manuel Martín Serrano para explicar el modo de interpretar de esta época - denominado del Iluminismo o la Razón.

La transición hacia el predominio discursivo y racional de alcanzar las verdades en este terreno se afirmó como una conquista del espíritu humano.

El reconocimiento de la existencia de un campo de debate de opiniones contradictorias enfrentadas racionalmente con la pretensión de alcanzar de este modo la verdad, se remonta justamente a la época Iluminista. Responde a ella el surgimiento de un nuevo tipo de sociedad, la sociedad burguesa, y a una nueva concepción del hombre y del Estado.

El reconocimiento de la Opinión Pública como mecanismo para alcanzar ciertas verdades en el terreno de los hechos políticos, sociales y económicos supone la existencia de una esfera de hechos cuya dilucidación es inalcanzable a través del libre debate público llevado a cabo por individuos de capacidad racional y discursiva que le permitirá lograr, a través del uso de dichas facultades, aquella verdad que otrora estaba reservada a la revelación o a la autoridad.

"El reconocimiento de las funciones de la Opinión Pública en una sociedad, junto con el requisito de las verdades públicas para el ejercicio de la libre discusión se funda sobre la idea del hombre como ser racional plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político, social y económico".⁵⁶

Con el Renacimiento al reconocer la posibilidad de la inexistencia de Dios y, en consecuencia, el desconocimiento del poder divino de los reyes, surge el dilema de una nueva forma de gobierno acorde a la nueva concepción que el hombre tiene del universo y de sí mismo; es por

⁵⁶ Gallo Romo, Olga. "Avances de tesis de Maestría".



LEONARDO DA VINCI

ello que, en la mayoría de los casos, se decidió como mejor opción las formas de gobierno que abrigarán al concepto de democracia.

Al respecto hay que considerar que, si bien existen relaciones solidarias, causales y específicas entre Democracia y Opinión Pública, de ninguna manera la primera es un elemento estructural de la segunda, en cambio, **para que exista en su amplio concepto la democracia, la Opinión Pública resulta un elemento imprescindible.**

"La libertad en una democracia está siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual por los propios actos. Las premisas básicas de la democracia son que el lugar del poder político descansa en los ciudadanos; que al ejercer este poder a través de la expresión libre y organizada que implica necesariamente el ejercicio de Opinión Pública, "también tiene una responsabilidad...En otras palabras, el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad".⁵⁷

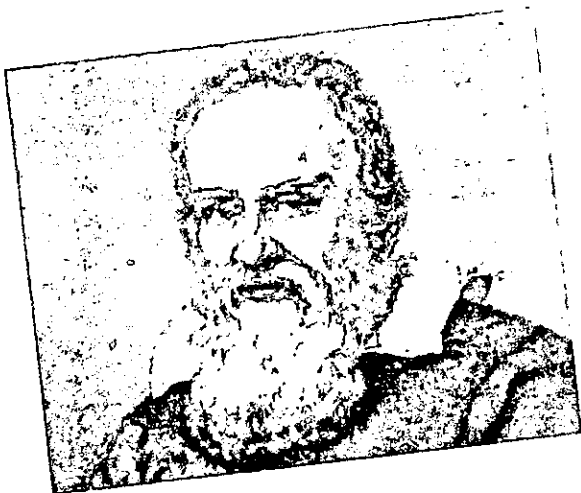
Por lo tanto, el ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político volvió a considerarse un derecho de todos los ciudadanos. Se le reconoció una importancia preponderante dentro de los regímenes democráticos, ya que a través de ella podía ejercerse el concepto libre expresión de ideas, que empezó a conceptuarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones libertadoras. Todo ello implicó que se valorara a la Opinión Pública como un objeto de estudio y no sólo como fenómeno.

A partir del Renacimiento la Opinión Pública se ha ido enriqueciendo en cuanto a temas. Con el advenimiento de la industrialización y su consecuente, el Capitalismo, del siglo

⁵⁷ Ibidem.

XV a la actualidad, las sociedades occidentales han transitado por dos modelos mediacionales más, posteriores al del Iluminismo: el de la Tecnología y el del Capitalismo Monopólico.

Si ya en el Renacimiento la Opinión Pública, aparte del tema estamental, comenzaba a ocuparse de la conservación de la propiedad privada (Territorio, medios de producción y mercancías o bienes), con la **Revolución Industrial amplió su campo temático al de la producción de bienes materiales e inmateriales.**



GALILEO

“Los públicos políticos y la Opinión Pública han sido los principales temas de los autores que se ocuparon de la política moderna. Sin embargo, limitar el concepto a este campo es ignorar que existen grandes áreas de interés de la comunidad que no son problemas políticos.

En vista de este hecho, nuestra posición es que hay públicos antes que un público interesado en las cuestiones del gobierno. Puede haber, en diferentes momentos y con grados variables de interés, un público político, un público financiero y un público interesado por el arte, la reforma moral, o cualquier otro tópico de interés general relativamente extendido. **Los medios de formación de Opinión Pública no incluyen solamente política, sino otros muchos aspectos de la vida contemporánea.”⁵⁸**

Posteriormente, con el arribo de los medios de comunicación masiva el ámbito de la Opinión Pública ha cambiado. Mientras anterior a éstos la atención del ciudadano estaba concentrada sobre todo en los problemas locales, hoy en día debe hacerle frente a problemas de dimensiones globales. Se supone que debe intervenir en la formación de opiniones que van desde las cuestiones de la localidad, el Estado y la Nación, hasta los problemas de la guerra, la paz, el comercio internacional y la organización mundial. Como resultado han surgido nuevas dificultades en el proceso democrático y en la elaboración de opiniones. Cada persona, como individuo, no puede cubrir el área total de sus intereses, se depende entonces de fuentes indirectas y secundarias de **información e interpretación**, y nuestros datos e inferencias son mo-

⁵⁸ Ibidem.

dificados por quienes los proporcionan a través de la televisión, la prensa, el radio y el cine.

En la actual sociedad de masas, se transita con el modelo del Capitalismo Monopólico, lo cual implica la incursión de la Opinión Pública en las cinco temáticas ya propuestas, aunque cada una ocupa una determinada escala de prioridad de acuerdo al grupo social que se trate.

Finalmente, de estos periodos cabe enfatizar los siguientes **aspectos característicos**:

1) Durante el Iluminismo y el Capitalismo se discute entre los individuos acerca de lo que terrenalmente tienen, de las diferentes posibilidades de participar en el poder y de la forma de ejercitarlo.

2) Se diferencia lo público (la sobrevivencia del grupo social como tal) de lo privado (la sobrevivencia de las personas como individuos).

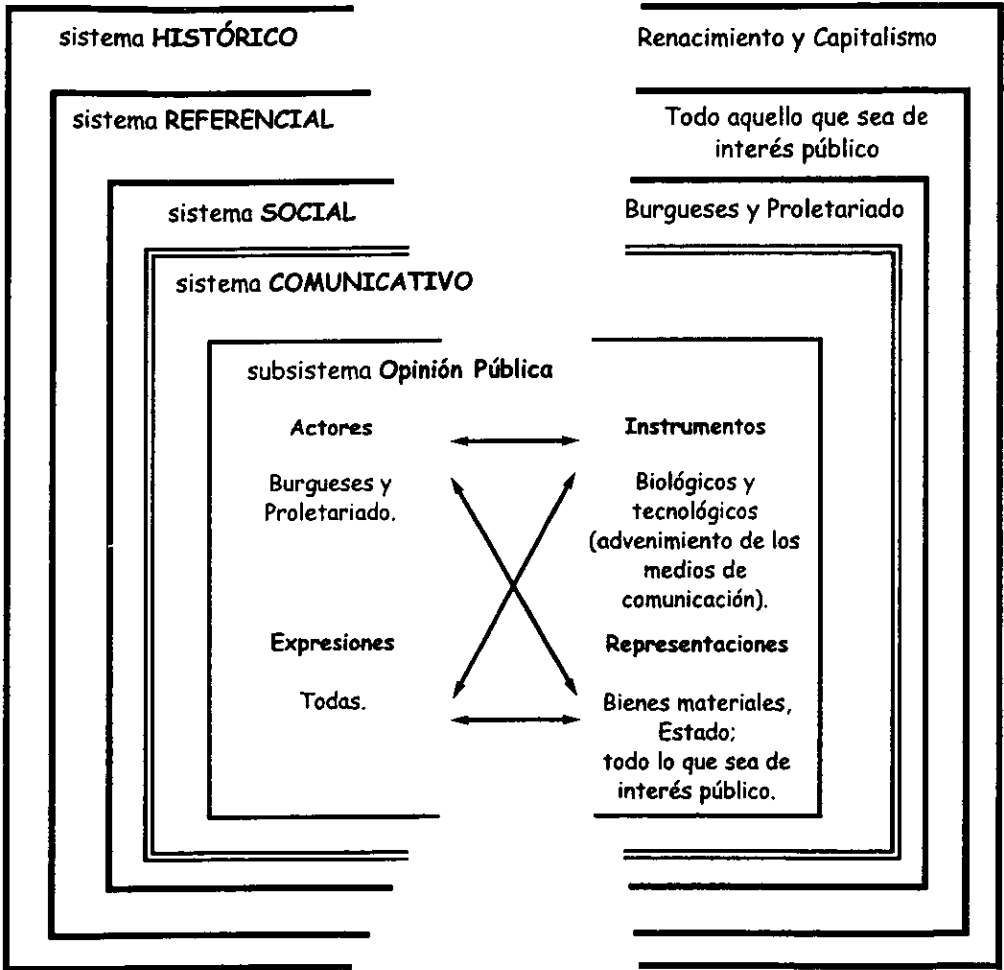
3) Se identifican diversas formas de organización social, como la familia, la empresa, la iglesia, la escuela, el club, la confederación, el gremio, etc., como grupos sociales que son capaces de expresar opiniones.

4) Las sociedades renacentista y capitalista no son un solo grupo, sino varios y los individuos pertenecen al mismo tiempo a diversos grupos, en los cuales puede manifestar distintas opiniones, incluso sobre un mismo tema, debido a la diversidad de los referentes en cuestión con sus consecuentes direcciones e intensidades.

5) Con la influencia de los medios de comunicación masiva la expresión de la Opinión Pública se vuelve aún más diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobrevivencia del mismo grupo y que cobran importancia para otros grupos sociales sólo en la medida en que le afecten a esos otros grupos, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupos a través del uso de los medios.

A continuación se presenta el Modelo de la Cebolla correspondiente al Renacimiento y Capitalismo.

MODELO DE LA CEBOLLA Renacimiento y Capitalismo



1.13 Perspectivas Actuales de la Opinión Pública

En los párrafos anteriores se expuso los diferentes referentes que han existido en torno a la Opinión Pública. Con ello se comprueba que la expresión de la Opinión Pública es diversa, contradictoria, plural y persuadida sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobrevivencia del mismo grupo y que cobra importancia para otros grupos sociales sólo en la medida en que le afecten a otros grupos, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupos de la importancia de prever fenómenos.

► En la actualidad los estudios de Opinión Pública tienen dos vertientes:

1. Los que tratan de conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema específico.
2. Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública.

Los primeros utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensa o hace.

Los segundos tratan de aclarar cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los diversos grupos sociales.

Una vez dilucidado a grandes rasgos la ontogenia comunicativa de la expresión de Opinión Pública, la evolución histórica de sus referentes y la relación que guarda con los diferentes grupos sociales que componen a las sociedades complejas, vale la pena apuntar **dos cuestiones más:**

• **Primero**

El código empleado por los medios de comunicación masiva para incluir temas.

• **Segundo**

La utilidad de los estudios de Opinión Pública que se realizan en los diferentes grupos sociales.

El código que utilizan los medios de comunicación masiva está en función de los siguientes referentes: muertes, guerras, enfermedades, religión, forma de vida cultural, política, economía, educación, relaciones sociales, medios de comunicación y emociones. En donde cada uno tiene tres variables: el grado de afectación a la sobrevivencia, el número de afectados y la cercanía a los receptores.

Acerca de la utilidad de los estudios de Opinión Pública que se realizan en los diferentes grupos sociales, si bien se deben tomar con las reservas teóricas aquí enunciadas, no sólo representan la aplicación de métodos y técnicas precisas y con ciertos grados de confiabilidad, sino que sirven, la mayoría de las veces, para coadyuvar a la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.

Así, los gobiernos, las empresas, las organizaciones, las instituciones y diversas ciencias, recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de Opinión Pública para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional.

Finalmente, se considera que estas dos líneas de investigación representan vertientes interesantes para continuar indagando y explicando uno de los planos o mundos: **el de la comunicación (el decir)**, que se insiste, es la expresión de lo que los miembros de distintos grupos sociales producen con respecto a referentes públicos y cuya expresión no es única, ni homogénea, ni verdadera, ni válida, ni representa la mejor ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales, tal como lo muestra la historia.

A continuación se presenta a través de una tabla el resumen de la Evolución de los Referentes de la Opinión Pública.

EVOLUCIÓN DE LOS REFERENTES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

PERIODO	REFERENTE PREDOMINANTE	TEMÁTICA	PERSPECTIVA
Comunidad Primitiva	Defensa contra la naturaleza y otros grupos, y la consecución de alimento, habitación y vestido.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervivencia. 2. Producción de bienes materiales e inmateriales. 	<p>O.P.:</p> <p>Como fenómeno.</p>
Cultura Egiptia	Fe Faraónica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trascendencia espiritual. 2. Bienestar. 3. Muerte. 4. Producción de bienes. 	<p>O.P.:</p> <p>Como fenómeno.</p>
Grecia y Roma	Política.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Estado (el ejercicio del poder y sus formas). 	<p>O.P.:</p> <p>Como fenómeno.</p>
Edad Media	Fe religiosa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La cultura. 	<p>O.P.:</p> <p>Como fenómeno.</p>
Renacimiento	Política y propiedad privada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conservación de la Propiedad Privada. 2. El Estado (El ejercicio del poder y sus formas). 	<p>O.P.:</p> <p>Como objeto de estudio</p>
Capitalismo	Dependerá de las circunstancias del grupo social y de sus intereses.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervivencia del grupo social. 2. Producción de bienes materiales e inmateriales. 3. La conservación de la propiedad privada. 4. El Estado (el ejercicio del poder y sus formas). 5. La cultura. 	<p>O.P.:</p> <p>Como objeto de estudio</p>

Capítulo 2

CAPITULO 2

El quehacer cultural de la Casa de Cultura Quinta Colorada

En el presente Capítulo se desarrolla el Marco Contextual de este estudio: se hace la presentación de la Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC).

Se realiza un esbozo del origen de la Quinta Colorada y del nacimiento de la misma como Casa de Cultura. Se entrevistó a personal que laboró en los orígenes de la Casa y se revisó los archivos del departamento de Difusión de la misma.

El desarrollo, actividades y organización de la Quinta Colorada también tienen lugar en estas páginas.

Dado que conocer los Consumos Culturales de los habitantes más próximos a la Casa de Cultura es el objetivo de esta investigación de Opinión Pública, se presentaron dos necesidades:

- Obtener las características sociodemográficas de los habitantes de las seis colonias aledañas. Por tal motivo, se consultó al Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) y se presenta una lista con los datos proporcionados por el instituto de cada una de las colonias que nos ocupan.
- Especificar lo que se entenderá como *Consumo Cultural* en este estudio. Para lo cual, se utiliza la definición proporcionada por el sociólogo Néstor García Canclini.

El último apartado se titula "Diagnóstico de Consumos Culturales". En él se retoman las bases teóricas que respaldan la realización de un diagnóstico de Opinión Pública de Consumos Culturales.

2.1 Origen de la Quinta Colorada

La Casa de Cultura Quinta Colorada se encuentra ubicada en la Primera Sección del Bosque de Chapultepec, en Pedro Antonio de los Santos y avenida Constituyentes, a un costado de los Baños de Moctezuma, del Audiorama y la fuente de la Templanza.

El origen de la construcción de la Quinta lo encontramos a principios de siglo, en la época del porfiriato.

En aquella época el sistema de vigilancia en el Bosque de Chapultepec era por medio de un grupo de guardabosques. Como los vigilantes debían permanecer en el Bosque durante largos periodos, se hizo necesario construir casas donde habitaran.

Una de esas viviendas fue la nombrada Quinta Colorada, la cual tenía las características propias de la época: influencia neoclásica y francesa, tipo chalet europeo. Y ya que el recorrido del vigilante era a caballo, la casa incluyó caballerizas.

Con el paso del tiempo, dadas las dimensiones del Bosque, el sistema de vigilancia sufrió modificaciones y la casa del guarda bosque fue abandonada como tal.

Unos años después se convirtió en la casa del Administrador del Bosque de Chapultepec, hasta el año de 1980.

2.2 Nacimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada

En 1981 se fundó la Casa de Cultura Quinta Colorada, en lo que fueron las caballerizas de la Quinta.

La Quinta fue la primer Casa de Cultura de la Delegación Miguel Hidalgo y hasta la fecha la única; su primer coordinador fue el doctor Eduardo Langarde, asesor cultural del delegado de la delegación Miguel Hidalgo de aquel entonces, Fernando Olivarri.

De acuerdo al señor Pedro Grimaldo, trabajador fundador de la Casa de Cultura, las labores en las instalaciones originales de las caballerizas; no había oficinas ni mucho menos salones de clase apropiados para impartir los talleres, los cuales se impartían al aire libre.

También en 1981 comenzó a funcionar el Planetario Huitzilopochtli-Sol. Fue donado a la Casa de Cultura por el Planetario Luis Enrique Erro del Instituto Politécnico Nacional, cuyo personal capacitó a los trabajadores de la Quinta en su manejo.

Las actividades con las que inició el Planetario estaban enfocadas a los niños.

Talleres y Planetario constituyeron las primeras actividades y eventualmente se contrataba compañías de Teatro Guiñol.

Alguno de los primeros profesores de taller (1981-1982) con los que inició la Quinta Colorada fueron: Cecilia Toussaint, Maru Enriquez, Marcial Alejandro, Eugenia León, José Hiriart, Hugo Hiriart, Guadalupe Pineda, los escritores Ricardo Yáñez, Ricardo Castillo y el propio Eduardo Langarde.

La forma de atraer público a los talleres y actividades de la Quinta era por medio de volantes repartidos de mano en mano en las zonas del Bosque cercanas a la Quinta y la publicación de boletines de prensa en los periódicos. La cantidad de gente que acudía era elevada.

Las obras mas importantes de remodelación y ampliación iniciaron en 1983, con una inversión total de \$ 70 millones.

El estilo arquitectónico seleccionado fue el mexicano, es decir, con patio central descubierto y con un corredor a su alrededor como distribuidor de los espacios. Hasta entonces se había trabajado con la construcción original de las caballerizas.

Es hasta 1985, cuando, el entonces presidente de la República Miguel de la Madrid Hurtado, reinaugura la Biblioteca del Bosque en la que fuera casa del guarda bosque y las antiguas caballerizas como la Casa de Cultura Quinta Colorada.

El reinicio formal de las actividades de la CCQC fué en 1986 con los talleres de guitarra clásica y literatura.

En 1999 fue cerrada para realizar diversas remodelaciones. En esa ocasión se gastó un millón de pesos en los arreglos de la Casa. La construcción fue entregada en julio de 2000.

Para la reapertura, entre otros eventos, se efectuó la exposición *Ángeles quemados. Fin de siglo*, del mexicano Carlos García Estrada, considerado como el grabador más importante de México.

2.2.1 Desarrollo de la CCQC

Como ya se vio en el apartado anterior la CCQC pertenece a la delegación Miguel Hidalgo. Depende directamente de la Dirección de Desarrollo Social. Dicha dependencia es la que le proporciona su presupuesto. Además, se vale de los autogenerados como son las cuotas de los talleres.

Desde la misma subdirección es designado el coordinador de la Quinta Colorada, el cual no tiene un periodo establecido para el desempeño de su trabajo. Algunos de los coordinadores de la Quinta Colorada han sido: Doctor Eduardo Langarde, licenciado Alejandro Reyes, licenciado Rubén Tepox, licenciado Antonio Ovalle, Licenciado José Aldama, Enrique Osorio, doctora Mariana Bernárdez, y actualmente Teresa Camacho.



La Quinta Colorada

LOGOTIPO DE LA CCQC

La CCQC ha desarrollado diversas actividades culturales a lo largo de su existencia. Uno de los proyectos que se han llevado a cabo fue la oficina de temas ecologistas. En ella se ofrecía, principalmente a los niños, temas de mejoramiento y conservación ambiental. Comenzó sus trabajos en el año 1993, durante la gestión del licenciado José Aldama. Se unificó con el Circuito Cultural ofrecido al público por la Quinta, para dar paso al Circuito Cultural Ecologista. Las actividades ecologistas terminaron en 1998.

La oferta cultural de la Quinta Colorada se enriqueció con el inicio del Cine Club en 1990. Desde ese año se ofrece de manera gratuita funciones de cine tanto nacional como internacional, sin descuidar el público infantil.

Otro proyecto llevado a cabo fue el intento de integrar a los habitantes de las colonias más cercanas a la oferta cultural de la Casa de Cultura. Se realizaron exposiciones de pinturas de artistas de la colonia Tacuba y San Miguel Chapultepec. También se ofrecieron conciertos con grupos musicales compuestos por habitantes de la delegación Miguel Hidalgo.

Bajo la coordinación de Enrique Osorio (1996 - 1998), se logró la participación de la Casa del Lago y el Audiorama, para ofrecer al público un Circuito temático durante su visita a la primera sección del Bosque de Chapultepec.

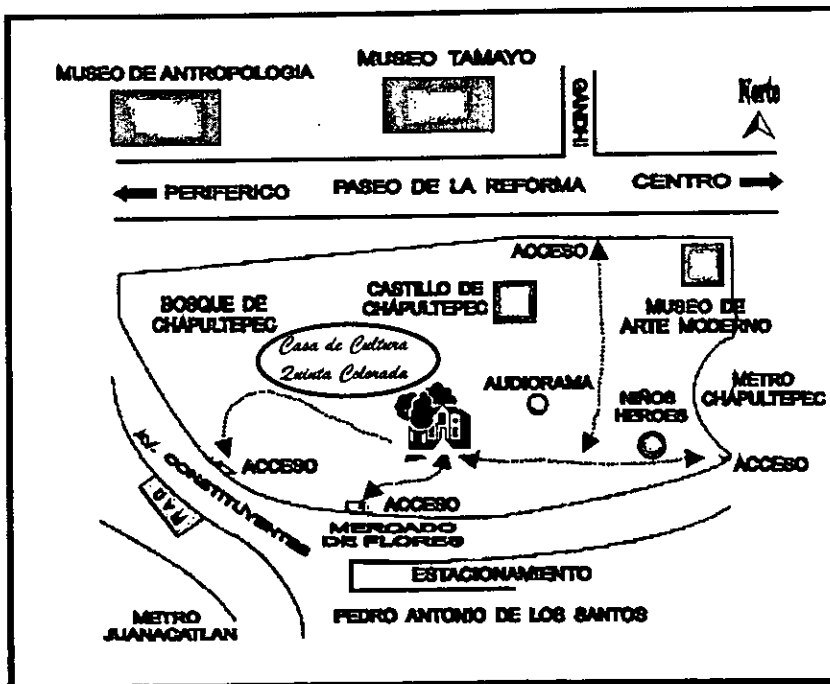
Esta labor se lograba al programar actividades del mismo tema y en horarios diferidos en las tres instituciones. Al final de la proyección de una película, la Quinta anunciaba un concierto en

el Audiorama; a su vez, éste anunciaba otra actividad en la Casa del Lago. Se trataba de que el público realizara el recorrido por las tres instituciones.
Para el año 1995 la CCQC fue considerada la Tercera Casa de Cultura más importante del D.F.

Las actividades ofrecidas por la CCQC han sufrido cambios o han sido suspendidas, de acuerdo al proyecto cultural de la delegación y del coordinador en turno. Pero para ese entonces, ya se contaba con: Circuito Cultural Ecologista, Talleres, Exposiciones y Eventos Especiales (conciertos, conferencias, etcétera). El Libro Club comienza a funcionar hasta 1999. Más adelante se ofrece la situación en la que se encuentran las actividades en la actualidad.

El público de la Quinta Colorada es en su mayoría fluctuante. Debido a su ubicación, recibe habitantes de todo el D.F. y visitantes del Bosque del interior de la República. Durante el fin de semana capta de 500 a 1,000 visitantes.

Cuenta con su página en internet: www.cultura.df.gob.mx. En ella se puede consultar sobre todas sus actividades.



UBICACIÓN DE LA CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA

A continuación se presenta una breve cronología de algunos de los cambios y sucesos que la Quinta Colorada (QC) ha vivido:

- **1983** Remodelación y ampliación de la QC con el fin de crear un centro de cultura para el fomento de actividades artísticas como teatro, danza, poesía, música y otros servicios complementarios. La inversión total es de \$ 70.0 millones y el avance estimado de la obra es del 40%.

- **1985** Se menciona en el proyecto *Bosque de Chapultepec*:
Problemática física: necesidades de remodelación Casa Quinta Colorada.
Beneficios obtenidos:
Estéticos. Aprovechamiento de la nueva casa de la Cultura Quinta Colorada.
Acciones realizadas:
Remodelación: Casa Quinta Colorada.
Obras en proceso: Quinta Colorada.
Obras en proceso y resumen de inversión.
Casa Quinta Colorada en avance 70% terminación de la obra 30 de septiembre.

- **1985** Septiembre. En el periódico *Uno más uno*, dice:
En las consultas populares ha habido propuestas para que el Bosque de Chapultepec se destine en su primera sección a una zona histórico-cultural. Ahí se asientan el Castillo, la Quinta Colorada y la Casa de los Espejos.

- **1986** En el informe anual de labores del licenciado Manuel Díaz Infante, se menciona:
Obras realizadas por la Dirección General de Obras Públicas del Departamento del Distrito Federal en su programa 84-85:
Quinta Colorada, siendo la antigua Casa del Administrador, se llevó a cabo una remodelación para que funcione como Casa de la Cultura de la Delegación Miguel Hidalgo, para ello se reconstruyeron siete talleres que incluyen todas las artes: Pintura, teatro, escultura, cerámica, fotografía, etcétera.
Su acceso es por las entradas al Bosque que dan a Constituyentes, principalmente por la llamada "Las Flores", por el mercado que se encuentra ahí ubicado.

- **1986** 14 de agosto.
Fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento del Bosque de Chapultepec, acto que se desarrolló en la Casa de Cultura Quinta Colorada. Participaron el Contador Público Ramón Aguirre Velázquez y el titular de la secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, licenciado Manuel Camacho Solís.

-
- **1986** 24 de junio. Boletín de prensa de la Unidad de Comunicación Social de la Delegación Miguel Hidalgo:
Se instaló el Comité Técnico de la Campaña Pro-Bosque de Chapultepec, el martes 30 de junio en la Casa de Cultura Quinta Colorada.

 - **1986** Noviembre. En el periódico *Universal*, dice:
Un día de muertos en la Quinta Colorada. Donde los niños reciben la tradición transmitida por sus padres, que los dejará marcados para siempre y que a su vez heredarán a sus hijos

 - **1987** Se publicó en la revista *México Desconocido* lo siguiente:
Quinta Colorada, avenida Heroico Colegio Militar 1era. sección de Chapultepec, construida a principios de este siglo en un estilo similar al de los chalets europeos. Esta quinta era la vivienda del guardabosque de Chapultepec. Actualmente alberga una casa de la cultura y en ella se desarrollan actividades como talleres artísticos y conferencias, presentaciones de libros, clases de danza y actividades artesanales. Además radica en ella un cine club.

 - **1988** Se publicó en el libro *Chapultepec*, texto de Héctor Manuel Romero.
En la primera sección se localiza la llamada "Quinta Colorada", un agradable inmueble de principios de siglo que aloja una biblioteca. Al lado se encuentra la Casa de la Cultura Quinta Colorada, que ofrece un programa integral de actividades artísticas-culturales, para las cuales operan varios talleres:
Literarios, periodismo, dramaturgia, narrativa, poesía, humor gráfico, artísticos (fotografía, pintura, dibujo, danza moderna y pintura), de teatro (improvisación teatral, lectura, dirección y escenografía) e infantiles.

 - **1990** 19 de septiembre. En el periódico *Excelsior*, dice:
Inscripciones para la Quinta Colorada, a los diferentes talleres que se imparten en la Casa de la Cultura, Pedro Antonio de los Santos y Constituyentes, primera sección del Bosque de Chapultepec, ya se encuentran abiertas. En esta ocasión, para disfrute de los usuarios los horarios y asignaturas se amplían con el fin de brindar mayores opciones y posibilidades de desarrollo a la comunidad en Miguel Hidalgo. Horario de lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas y de 16:00 a 20:00 horas.

2.2.2 Situación actual de la CCQC

A la fecha, las actividades, servicios e instalaciones de la CCQC han sufrido cambios y reestructuraciones.

En 1998 entró en obra de remodelación y el 15 de julio de 1999 fue reinaugurada en una ceremonia en la que estuvo presente el delegado Jorge Fernández Souza y el subdelegado de Desarrollo Social, Carlos Reyes Gamiz. Todos ellos funcionarios de la delegación Miguel Hidalgo. Por tal motivo se organizó una serie de eventos artísticos como el espectáculo "Memorial", y un ciclo musical llamado "¡Grandes Compositores!", entre otros acontecimientos.

► **Sus Instalaciones** quedaron conformadas de la siguiente manera:

- a) Planetario.
- b) Biblioteca.
- c) Salón de usos múltiples.
- d) Sala de proyección.
- e) Salón de guitarra.
- f) Salón de danza folklórica.
- g) Salón de danza clásica.
- h) Salón de manualidades.
- i) Sala infantil.
- j) Administración general.
- k) Dirección.
- l) Sanitarios.
- m) Cuarto-bodega.

Actualmente, CCQC es un espacio para las inquietudes artísticas de niños, adolescentes y adultos a través de una diversidad de talleres como: música tradicional, danza clásica, danza folklórica, dibujo, pintura, fotografía, cerámica, francés, italiano, tai-chi y danza árabe.

"Es una Institución que tiene como fin la promoción y divulgación de la cultura entre la población a través de diversas actividades artísticas culturales..."⁵⁹

► **Los servicios culturales** que presta son:

- **Libro Club**, en él se realiza la promoción de la lectura en un público variado, al poner al

⁵⁹ Folleto publicitario "Circuitos Culturales" publicado por el departamento de Difusión de la CCQC.

alcançe de todos las obras clásicas de la literatura universal y la obra contemporánea de las letras mexicanas, mediante una guía personalizada, que conduce a un acercamiento a la cultura.

• **Cine Club**, el cual presenta los más variados ciclos cinematográficos con películas nacionales y extranjeras.

• **Galería**. En ella se puede apreciar la obra de pintores y fotógrafos de gran prestigio; también representa una plataforma cultural para los artistas jóvenes.

• **Otro aspecto de la Galería** es el foro de conferencias sobre Historia, Arte y Literatura; presentaciones de libros y debates. Así como representaciones de obras de teatro, tanto en la Galería como en el foro teatral al aire libre.

• **Exhibición de películas en el planetario Huitzilopochtli-Sol**, dirigidas a los niños como: *El sistema solar*, *Las constelaciones* y *Los mayas*.

• Otro de los servicios brindados son los **Circuitos Culturales**. Se realizan sólo por las mañanas y para escuelas de nivel preescolar y primaria; son gratuitos y forman parte de las actividades organizadas por la Secretaría de Educación Pública (S.E.P.).

2.2.3 Proyecto cultural de la CCQC

La Casa de Cultura Quinta Colorada se encuentra bajo la coordinación de la Subdirección de Cultura, Educación y Recreación (SCER), la cual a la vez es dependiente de la Subdelegación de Desarrollo Social de la Delegación Miguel Hidalgo.

La Subdirección se encarga de coordinar el trabajo de:

- Siete bibliotecas públicas, adscritas a la S.E.P.;
- Dieciséis estancias infantiles;
- Tres jardines de niños, adscritos a la S.E.P.;
- La Casa de Apoyo al Menor Trabajador (casa de apoyo a grupos vulnerables);
- Cuatro galerías de arte plástico;
- Cuatro foros al aire libre y

- Tres foros culturales en los que se imparten clases de arte.

De los cuales, **los foros con que cuenta la Subdirección son:**

- * **Casa de Cultura Quinta Colorada;**
- * Audiorama;
- * Oficina de cultura popular José María Morelos y Pavón;
- * Galerías de Polanco como: Las Jaulas, Torre del Reloj y La Casita.
- * Teatro al aire libre Angela Peralta; foro Miguel Hidalgo;
- * Parque ecológico 18 de marzo;
- * Foro al aire libre de la Reforma Social;
- * Foros al aire libre en parques y jardines.

Dentro de la SCER se encuentra la Coordinación de Proyectos Educativos. Dicha área "considera que en el mosaico poblacional de la Ciudad de México existen tres tipos de educación:

a) Educación formal, constituida por el sistema institucional en todos sus niveles (inicial, preescolar, básico, medio superior y superior).

b) Educación no formal, son todas las actividades artístico culturales y educativas que se ofrecen en los museos, los parques, las casas de cultura, centros de recreación, espectáculos y esparcimiento.

c) Educación informal, se refiere a todas las formas de vida y expresión cotidiana, tradiciones y costumbres populares, además a los sistemas de vida diaria que dan identidad y sentido de pertenencia a la comunidad"⁶⁰.

De acuerdo a lo anterior, la Subdirección concluyó que en el D.F. hay desarticulación entre los tres ámbitos educativos, ya que más que potenciar la capacidad del ser humano, la nulifican. Con el fin de lograr la integración en estos rubros, la SCER busca impulsar actividades educativas-culturales y culturales-artísticas, por medio de la implantación de un nuevo sistema educativo llamado "Ciudad Educadora". Este programa piloto forma parte del programa de gobierno del D.F. "Una ciudad para todos" y su objetivo es:

"Recuperar la vida armónica, constructiva y propositiva de la Ciudad como espacio urbano de convivencia y participación ciudadana, desde la perspectiva de la educación, entendida ésta como un proceso formativo integral a lo largo de toda la vida, a través de la cual se extraen las

⁶⁰ Gobierno del Distrito Federal. Delegación Miguel Hidalgo, La ciudad educadora desde la Miguel Hidalgo, p. 5

mejores cualidades de los habitantes de la ciudad.

En la "Ciudad Educadora" se concibe a la Ciudad como un agente educativo por excelencia, debido a que en ella se dan todas las relaciones de producción, intercambio político, cultural y académico que construyen el entramado social.

La base principal de la "Ciudad Educadora" es construir una red interinstitucional que funde nuevas relaciones entre la sociedad y el gobierno federal o local. Asimismo, buscar mecanismos para entrelazar y articular acciones y programas de las instituciones con el objeto de optimizar los recursos y permitir la participación de la población en el uso y definición de los programas⁶¹.

Como parte de SCER, la Casa de Cultura Quinta Colorada queda integrada en este proyecto cultural, como parte de la educación no formal.

Dentro de las actividades en las que descansa el proyecto cultural de la CCQC, se detectan las siguientes:

1.- Coordinación.

2.- Difusión.

3.- Área de Actividades Culturales, que engloba las subáreas de:
Artes Visuales, Artes Escénicas, Fomento a la lectura, Talleres culturales.

4.- Circuitos Culturales.

A continuación se ofrece una descripción de cada una de las áreas.

» **COORDINACIÓN**

La coordinación de manera informal asume como responsabilidad el funcionamiento total de la Quinta, lo que implica manejo de:

Personal, Mantenimiento del inmueble, Solicitud de recursos y Autogenerados.

» **DIFUSIÓN**

Área clave dentro de la Quinta, que comprende dos aspectos básicos: la difusión de las actividades de la Casa y el acercamiento de ésta hacia empresas, instituciones, embajadas y uni-

⁶¹ Ibidem.

versidades. Planea con anticipación los eventos y todas las tareas que impliquen, desde el trato con los expositores hasta la inauguración.

Se busca acercar a la Quinta hacia las estructuras mencionadas con el fin de lograr algún tipo de patrocinio, desde intercambio publicitario hasta donaciones de equipo y material.

La tarea desempeñada por el departamento de Difusión se vuelve prioritaria para asegurar la continuidad de las funciones de la Quinta Colorada como un espacio destinado a la cultura.

► ACTIVIDADES CULTURALES

El área de Actividades Culturales se encarga de coordinar y dirigir las subáreas de Artes Visuales, Artes Escénicas, Fomento a la Lectura y Talleres; las que a su vez se encargan de sostener a la Quinta Colorada como Casa de Cultura.

► ARTES VISUALES

Las actividades que quedan incluidas en este rubro son cine club, fotografía, pintura y escultura. Las tres últimas actividades comprenden el espacio de la Galería, cuya programación es dirigida directamente por la delegación Miguel Hidalgo.

La selección de los materiales a exponer se realiza de acuerdo al criterio de igualdad de oportunidades para los solicitantes, calidad homogénea en las exposiciones, transparencia y optimización en el manejo de recursos.

• Cine Club

La importancia del cine y la carencia de recursos de la población para acercarse a éste, motivo a que el entonces coordinador de la Casa de Cultura, Rubén Tepox López creara en julio de 1994, el Cine Club como una alternativa no sólo para subsanar una necesidad sino para abrir una muestra de las distintas corrientes conformadoras de este arte. Las funciones se llevan a cabo los viernes a las 16:00 horas, sábados 12:00 horas. y los domingos a las 11:00 horas (cine infantil).

Sus objetivos son:

1. Dar acceso gratuito al público con el fin de acercarlos al cine, no meramente como entretenimiento sino como una expresión de cultura.

2. Tener un espacio para rendir homenaje a los grandes actores, directores, fotógrafos y productores del cine mundial.

3. Interrelacionarse con instituciones culturales para crear vínculos y obtener beneficios de las partes.

• **Galería**

El espacio es ideal porque se cuenta propiamente con el Salón de Usos Múltiples, los corredores del patio central y la misma entrada de la Quinta. Como ya se ha dicho, en ella se expone fotografía, pintura y escultura, con los criterios ya mencionados.

» **ARTES ESCÉNICAS**

Esta área se comprende bajo dos aspectos: Eventos Especiales y Muestras semestrales de Talleres; con ello se incluye tres rúbricos: música, danza y teatro.

» **FOMENTO A LA LECTURA**

Aunque esta área no existe formalmente se realizan actividades en torno a ella como: talleres de lectura, el libro club, herramientas a la lectura, algunas conferencias, seminarios y lectura de poesía en voz del autor. Asimismo, tampoco hay un responsable directo que organice los eventos y éstos, a su vez, se derivan del Instituto de Cultura o de la misma Subdirección de Educación Cultural.

» **TALLERES**

Los talleres impartidos en la CCQC son pieza fundamental de su actividad como apoyo a la divulgación de la cultura. La finalidad de los mismos es integrar a la comunidad como colaborador activo y así lograr contacto directo con las distintas expresiones artísticas.

Los talleres responden a las necesidades de una comunidad cambiante, cuya prioridad recae en la propuesta de que el conocimiento se genera mediante el diálogo y la calidad se fundamenta en el vínculo estrecho de maestros y alumnos que comparten su experiencia vital como transmisora de la identidad. Su objetivo es adentrarse en las facetas del proceso creativo: apreciación y producción artística para coadyuvar a su desarrollo humano.

Desde 1990 a la fecha se han impartido los siguientes talleres:

Danza clásica, danza folklórica, baby ballet, baile popular, tango, danza contemporánea, danza clásica, danza árabe, baile hawaiano y tahitiano, aeróbicos, solfeo, teatro, yoga, poesía, literatura, oratoria, periodismo, tarjetería española, reciclaje de vidrio, batería, guitarra clásica, guitarra popular, teatro, teatro infantil, manualidades, tallado de frutas y verduras, pintura infantil, pintura, dibujo, cerámica, serigrafía, diseño gráfico, inglés, francés, historia del arte, iniciación a la literatura, iniciación musical, alfarería prehispánica, estampado en tela, bonsai, piano, fotografía, escultura en barro, peletería, repujado en aluminio, jazz, cuento fantástico y ciencia ficción, artesanía en piel, tai-chi, cerámica y música tradicional.

La apertura de talleres depende en gran medida de la demanda de la comunidad y de la oferta presentada por la Casa de Cultura.

Los talleres están dirigidos a niños, adolescentes y adultos, dependiendo del taller. Por ejemplo, para el baby ballet la convocatoria es para niños y niñas de 3 a 6 años de edad; en hawaiano y tahitiano, para niños y niñas con dos categorías: de 6 a 14 años y de 15 años en adelante; el taller de vitral está dirigido a adolescentes y adultos.

Los cuotas de los talleres van de \$150.00 hasta \$300.00; su duración es bimestral en horarios vespertinos de martes a viernes y matutinos sólo los sábados; se imparten dentro de las instalaciones de la CCQC. Tienen un cupo máximo de 12 personas y las inscripciones están abiertas durante todo el año. Su validez sólo es a nivel delegacional ya que no se encuentran afiliados la S.E.P.

► CIRCUITO CULTURAL

La Quinta Colorada en coordinación con la Biblioteca del Bosque cuenta con una estructura multifuncional que apoya gratuitamente programas de circuitos culturales que buscan fortalecer el conocimiento de niños y jóvenes. Se ha llegado a atender un promedio de 600 niños diariamente.

"Por medio de dinámicas lúdicas y atractivas, los niños aprenderán a:

- ⊗ Desarrollar sus habilidades psicomotoras mediante el timbre y el ritmo musical.
- ⊗ Aprenderán cuáles son sus derechos (salud, educación, alimentación, etc.)
- ⊗ Identificarán los grupos étnicos de nuestro país y lo proyectarán en pinturas, cuentos y artesanías.
- ⊗ Conocerán la formación del Universo y los astros, así como la importancia del Sol en la vida del hombre"⁶².

⁶² Folleto publicitario "Circuitos Culturales", publicado por el departamento de Difusión de la CCQC.

El Circuito Cultural comprende un recorrido por⁶³:

***Planetario Huitzilopochtli-Sol.**

Donado por el planetario Luis Enrique Erro en 1981, permite al público conocer la formación del sistema solar, así como las maravillas del universo, a través de audiovisuales y efectos de luz: *El cambiante universo (programa para nivel medio básico)* y *Los mayas, los aztecas y el tiempo (programa para público en general)*.

Cabe destacar que es único en su tipo dentro de la oferta cultural dirigida a niños y adolescentes de la ciudad. Se propone como un espacio de educación y cultura para estudiantes y público en general en donde se difunde el conocimiento sobre las ciencias del espacio.

Se calcula, por aproximación, que desde 1985 a la fecha se han atendido alrededor de 8 millones 400 mil niños, con un promedio de 5,000 niños por mes.

*** Ritmo Musical.**

En este taller se trata de que el niño comprenda que el ritmo está presente en las actividades cotidianas. Se aplican dos dinámicas: juego de pelota y brincar la cuerda, además de las actividades de:

- **Timbre musical.** La estimulación auditiva ayudará a identificar al timbre como principal cualidad del sonido. Se emplean instrumentos sonoros.

- **Cuento Musical.** Las familias de instrumentos (percusiones, cuerdas y alientos), desfilarán alegremente acompañados por letras y palabras.

***INImaginable (del Instituto Nacional Indigenista)**

El participante reconocerá las costumbres y tradiciones de los grupos indígenas de México.

Las actividades que incluye son:

- ⊙ "El ojo de Dios", tradición Huichola.
- ⊙ Cuenta Cuentos escritos por niños indígenas.
- ⊙ Pintura.
- ⊙ Ensamble de rompecabezas.

⁶³ Ibidem.

* **Derechos de los niños y niñas**

El fin del taller es enseñarles a los niños y niñas cuáles son sus derechos y la forma en que pueden hacerlos valer. El objetivo se cumple a través de los personajes Laurita, Jorgito y Chelina.

En cuanto a los temas ecológicos desarrollados en la CCQC encontramos que están relacionados con:

- "Contaminación atmosférica y ruido.
- Del uso del agua y su uso eficiente.
- Del suelo por residuos sólidos.
- Viveros: producción de especies forestales, no forestales y de especies ornamentales.
- Biodiversidad: especies en vías de extinción, ecosistemas, recursos naturales, impacto ambiental y piscicultura.
- Tecnologías alternas como la energía solar y la energía eléctrica.
- Manejo de áreas verdes: reforestación, atención de plagas y composteo.
- Legislación ambiental: áreas naturales protegidas, Ley General del Equilibrio Ecológico, Normas Ambientales y Ley Ambiental del D.F., fauna nociva, plagas y cuidado de animales domésticos.
- Ecotécnicas como el composteo y el calentador solar.
- Problemática global: cambio climático, capa de ozono y efecto invernadero.

El enfoque educativo promueve valores, cambio de actitudes, concientización y sensibilización sobre el medio ambiente, para mejorar la calidad de vida y la participación social.⁶⁴

Las actividades culturales que se proponen se dividen básicamente en tres categorías: La dirigida a los niños, a jóvenes y adultos y a la familia en general, como se puede ver a continuación en el Programa Cultural de 1999, presentado en la siguiente página.

⁶⁴ (Casa de Cultura Quinta Colorada) (diciembre de 2000). www.imemar.org/guia_df/casa_de_cultura_quinta_colorada.ntm. Febrero 18 de 2001

PROGRAMA CULTURAL 1999: QUINTA COLORADA⁶⁵

PÚBLICO	ACTIVIDADES
<p align="center">NIÑOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de producción de radio, dirigido a escolares de primaria, donde se recupere la memoria histórica y cultural de la Quinta Colorada. • Talleres móviles de radio donde se recupere la memoria histórica de los diferentes barrios y colonias. • Puesta en escena de obras de teatro. • Impresión de materiales gráficos como carteles, trípticos, etc. • Talleres de ecología y medio ambiente. • Diversos concursos y convocatorias. • Programas que vinculen la riqueza del Bosque de Chapultepec con la Quinta Colorada y viceversa, se busca fortalecer la promoción y cultura ecológica mediante la impresión de materiales y la producción verbo-audiovisual. • Talleres de producción de papel hecho a mano. • Recuperación impresa de la historia de los barrios, colonias y pueblos de la delegación.
<p align="center">JÓVENES Y ADULTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de capoeira (disciplina de origen africano que conjuga la danza y las artes marciales). • Talleres de producción de radio, donde se contempla tener centros de producción. • Talleres de música: rock, jazz, blues. • Talleres de creación literaria: narrativa y poesía. • Grupos de discusión con temáticas de interés para jóvenes.
<p align="center">LA FAMILIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones de artes plásticas de artistas nacionales e internacionales de renombre. • Convenios, intercambios y becas con diversos países en el terreno cultural. • Música clásica. • Concursos de pintura. • Danza y performance. • Ciclos y conferencias de poetas y escritores reconocidos. • Transmisión en vivo de seis programas de Radio Educación "Crónica de Fin de Milenio", desde la Quinta Colorada. • Cine club, mediante convenios con la UNAM y la Cineteca Nacional. • Talleres de guión cinematográfico, apreciación cinematográfica. • Ciclos de conferencias, seminarios y mesas redondas sobre cine nacional e internacional. • Canto popular, principales jaraneos y trovadores.

⁶⁵ Proyecto Cultural de la Quinta Colorada. p. 9

2.2.4 Objetivo de la CCQC

El objetivo de esta institución nace de ser una Casa de Cultura, que como tal tiene el compromiso de acercar la cultura y satisfacer las inquietudes artísticas de la comunidad a la que está dirigida.

“El **objetivo general** de la Dirección Cultural de la Quinta Colorada será:

Desarrollar y aplicar una óptima planeación, organización, difusión y evaluación de diferentes eventos culturales, artísticos y ecológicos que permitan contar con un programa integral de cultura.

Los nutrientes principales del programa de cultura se darán a través de tres vertientes: la Red Interinstitucional, el Instituto de Cultura de la Ciudad de México y la red de casas y espacios culturales dentro de la delegación Miguel Hidalgo.

Las políticas culturales del programa se dimensionan en varios niveles:

- Nacional,
- Internacional,
- Regional,
- Delegacional y
- Sectorial.

Con el objetivo de contar con una programación que llegue a todos los públicos, de acuerdo a su nivel cultural, educativo, económico y social⁶⁶.

► **Además de:**

- **Elevar el nivel cultural** de la comunidad mediante el contacto directo con la música, literatura, poesía y las artes plásticas en general, es uno de los grandes esfuerzos que, a través de la impartición de talleres, ha realizado por más de diez años la CCQC.
- **Sensibilizar** a la población sobre la problemática ambiental.

⁶⁶ Proyecto cultural de la Casa de Cultura Quinta Colorada p. 5

2.2.5 Organización interna de la CCQC

A continuación se hace una breve descripción de los departamentos, y sus funciones, que conforman a la Casa de Cultura, de acuerdo con el organigrama presentado en la siguiente página.

► DEPARTAMENTOS

• COORDINACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Actualmente estos dos departamentos se encuentran dirigidos por una sola persona, la profesora María de Teresa Camacho, quien tiene la responsabilidad del funcionamiento total de la Quinta Colorada. Maneja al personal, supervisa el mantenimiento del inmueble y solicita los recursos.

Cuenta con el siguiente personal: Coordinador y Asistente de Coordinador.

Mantiene relación directa con todos los departamentos y la Subdirección de Desarrollo Social de la delegación Miguel Hidalgo.

• DIFUSIÓN

El departamento de difusión lleva a cabo dos tareas: la difusión de las actividades de la Casa y el acercamiento de ésta hacia empresas, instituciones, embajadas y universidades.

El personal con el que cuenta:

- Jefa de área.

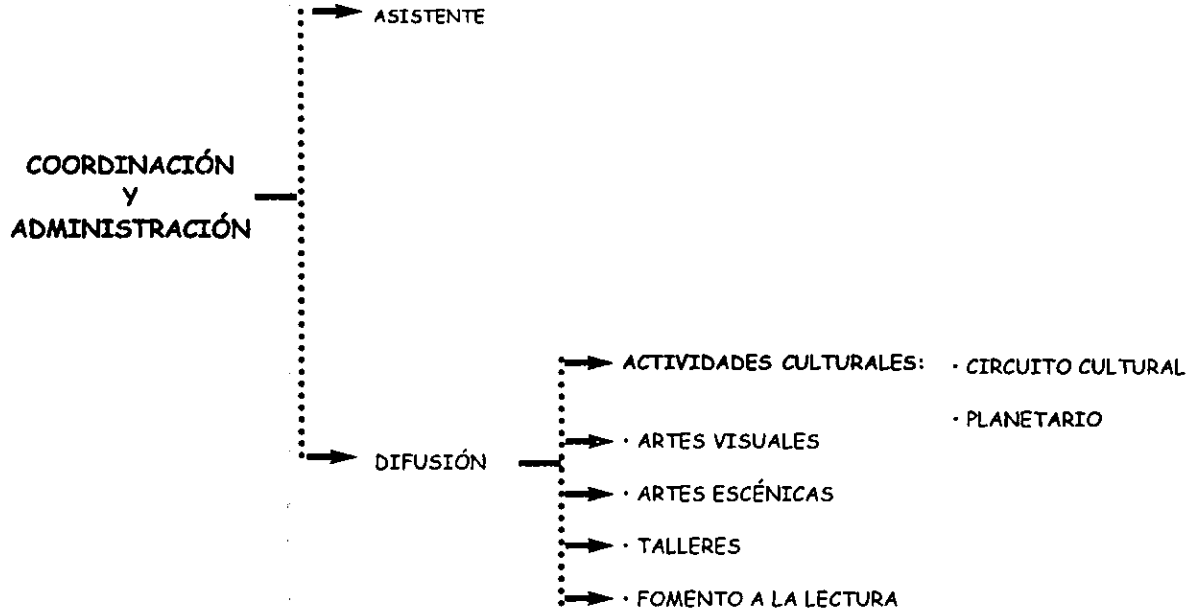
Los departamentos con los que está directamente involucrado son:

- Subdirección de Educación y Cultura.
- Coordinación de la Quinta Colorada.

• ACTIVIDADES CULTURALES

Con el fin de sostener a la Quinta Colorada como Casa de Cultura este departamento se encarga de coordinar y dirigir diversas manifestaciones culturales, como son:

ORGANIGRAMA



□ **Artes visuales.**

Contempla cine club, fotografía, pintura y escultura. Las tres últimas áreas corresponden a la Galería.

□ **Artes escénicas.**

Se comprende bajo dos aspectos: Eventos Especiales y Muestras semestrales de Talleres; con ello se incluye tres aspectos: música, danza y teatro.

□ **Fomento a la lectura.**

Esta área existe implícitamente a través de los talleres de lectura: libro club y herramientas a la lectura; así como también por algunas conferencias, seminarios y lectura de poesía en voz del autor.

□ **Talleres culturales.**

La CCQC ha desarrollado desde hace más de veinte años sus talleres, con la finalidad de que la comunidad no sea un mero receptor, sino que participe y tenga contacto con las distintas expresiones artísticas.

Personal : Subjefe de oficina (2), Secretaria, Auxiliar de mantenimiento.

• **CIRCUITO CULTURAL**

La Quinta Colorada en coordinación con la Biblioteca del Bosque cuenta con una estructura multifuncional que apoya gratuitamente programas de circuitos culturales que buscan fortalecer el conocimiento de niños y jóvenes en aspectos de materia ecológica y ciencias del espacio. Los circuitos culturales comprenden un recorrido por:

Planetario Huitzilopochtli-Sol, Talleres de Derechos de los Niños, INImaginable y Ritmo Musical.

• **PLANETARIO**

El planetario brinda servicio a niños y adultos. Proyecta películas, además de ofrecer un espectáculo de luz y sonido.

Cuenta con el siguiente personal:

Ingeniero, Auxiliar de oficina, Jefe de oficina, Intendente, Clasificadora de información, Chofer de trailer y Auxiliar de servicio.

2.3 Características sociodemográficas de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC

La Casa de Cultura Quinta Colorada se encuentra ubicada dentro de la delegación Miguel Hidalgo, la cual está integrada por 96 colonias. De ellas, los habitantes de las seis colonias aledañas a la Quinta Colorada constituyen el universo de esta investigación, porque de esos habitantes nos interesa conocer sus Consumos Culturales:

1. Ampliación Daniel Garza.
2. Daniel Garza.
3. Molino del Rey.
4. Observatorio
5. San Miguel Chapultepec sección 1.
6. San Miguel Chapultepec sección 2.

Las características sociodemográficas descritas a continuación, corresponden al censo del año 1995, del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de su Sistema para la Consulta de Información Censal por Colonias (SCINCEC).

Los datos de:

- Índice de masculinidad.
- Edad mediana.
- Relación de dependencia demográfica.
- Relación de niños por mujer.

Deben interpretarse con la base de 100; por ejemplo: de cada 100 mujeres hay 87.50 hombres (índice de masculinidad), en la colonia Ampliación Daniel Garza.

► **Colonia Ampliación Daniel Garza**

AÑO 1995

1	Población Total	6,674
2	Población masculina	3,114
3	Población femenina	3,560
4	Índice de masculinidad	87.50
5	Edad mediana	27.00
6	Relación de dependencia demográfica	48.00
7	Relación niños mujer	23.20
8	Población de 5 años y más	6,152
9	Población de 5 años y más (masculina)	2,855
10	Población de 5 años y más (femenina)	3,297
11	Población de 6 años y más	6,036
12	Población de 6 años y más (masculina)	2,806
13	Población de 6 años y más (femenina)	3,230
14	Población de 12 años y más	5,345
15	Población de 12 años y más (masculina)	2,483
16	Población de 12 años y más (femenina)	2,862
17	Población de 15 años y más	5,010
18	Población de 15 años y más (masculina)	2,313
19	Población de 15 años y más (femenina)	2,697
20	Población de 16 años y más	4,891
21	Población de 16 años y más (masculina)	2,249
22	Población de 16 años y más (femenina)	2,642
23	Población de 18 años y más	4,639
24	Población de 18 años y más (masculina)	2,118
25	Población de 18 años y más (femenina)	2,521
26	Población de 30 años y más	3,073

27 Población de 30 años y más (masculina)	1,341
28 Población de 30 años y más (femenina)	1,732
29 Población de 60 años y más	710
30 Población de 65 años y más	504
31 Población de 0 a 4 años	516
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	257
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	259
34 Población de 0 a 14 años	1,658
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	859
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	1,026
37 Población de 6 a 14 años y más	493
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	533
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	533
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	1,970
41 Población de 15 a 64 años	4,506
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	2,136
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	2,370
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	962
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina) ...	465
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina) ...	497
47 Población de 15 años y más alfabeta	4,853
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	2,279
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	2,574
50 Total de viviendas habitadas	1,679
51 Viviendas particulares habitadas	1,676
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	4.00
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	1,570
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	6.00
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	1,674
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	1,310
57 Vivienda particular con agua en el predio	362
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	*

» Colonia Daniel Garza

AÑO 1995

1	Población Total	5,308
2	Población masculina	2,585
3	Población femenina	2,723
4	Índice de masculinidad	94.90
5	Edad mediana	26.00
6	Relación de dependencia demográfica	49.10
7	Relación niños mujer	28.90
8	Población de 5 años y más	4,868
9	Población de 5 años y más (masculina)	2,366
10	Población de 5 años y más (femenina)	2,502
11	Población de 6 años y más	4,774
12	Población de 6 años y más (masculina)	2,312
13	Población de 6 años y más (femenina)	2,462
14	Población de 12 años y más	4,200
15	Población de 12 años y más (masculina)	2,018
16	Población de 12 años y más (femenina)	2,182
17	Población de 15 años y más	3,923
18	Población de 15 años y más (masculina)	1,880
19	Población de 15 años y más (femenina)	2,043
20	Población de 16 años y más	3,821
21	Población de 16 años y más (masculina)	1,831
22	Población de 16 años y más (femenina)	1,990
23	Población de 18 años y más	3,631
24	Población de 18 años y más (masculina)	1,726
25	Población de 18 años y más (femenina)	1,905
26	Población de 30 años y más	2,330

27 Población de 30 años y más (masculina)	1,069
28 Población de 30 años y más (femenina)	1,261
29 Población de 60 años y más	532
30 Población de 65 años y más	362
31 Población de 0 a 4 años	440
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	219
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	221
34 Población de 0 a 14 años	1,385
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	705
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	680
37 Población de 6 a 14 años y más	851
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	432
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	419
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	1,522
41 Población de 15 a 64 años	3,561
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	1,739
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	1,822
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	792
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina) ...	399
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina) ...	393
47 Población de 15 años y más alfabeta	3,784
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	1,836
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	1,948
50 Total de viviendas habitadas	1,237
51 Viviendas particulares habitadas	1,236
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	4.30
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	1,119
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	0.00
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	1,233
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	971
57 Vivienda particular con agua en el predio	261
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	0

► **Colonia Molino del Rey**

AÑO 1995

1	Población Total647
2	Población masculina293
3	Población femenina354
4	Índice de masculinidad82.80
5	Edad mediana32.00
6	Relación de dependencia demográfica35.30
7	Relación niños mujer14.50
8	Población de 5 años y más614.00
9	Población de 5 años y más (masculina)278.00
10	Población de 5 años y más (femenina)336.00
11	Población de 6 años y más607.00
12	Población de 6 años y más (masculina)275.00
13	Población de 6 años y más (femenina)332
14	Población de 12 años y más5 79
15	Población de 12 años y más (masculina)258
16	Población de 12 años y más (femenina)321
17	Población de 15 años y más553
18	Población de 15 años y más (masculina)2 47
19	Población de 15 años y más (femenina)306
20	Población de 16 años y más541
21	Población de 16 años y más (masculina)239
22	Población de 16 años y más (femenina)302
23	Población de 18 años y más525
24	Población de 18 años y más (masculina)230
25	Población de 18 años y más (femenina)295
26	Población de 30 años y más352

27 Población de 30 años y más (masculina)	153
28 Población de 30 años y más (femenina)	199
29 Población de 60 años y más	111
30 Población de 65 años y más	77
31 Población de 0 a 4 años	30
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	13
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	17
34 Población de 0 a 14 años	91
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	44
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	47
37 Población de 6 a 14 años y más	54
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	28
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	28
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	207
41 Población de 15 a 64 años	476
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	216
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	260
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	53
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina)	27
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina)	26
47 Población de 15 años y más alfabeta	539
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	246
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	293
50 Total de viviendas habitadas	142
51 Viviendas particulares habitadas	141
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	4.60
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	141
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	0.00
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	141
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	140
57 Vivienda particular con agua en el predio	*
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	0.00

► **Colonia Observatorio**

AÑO 1995

1	Población Total	5,448
2	Población masculina	2,623
3	Población femenina	2,825
4	Índice de masculinidad	92.80
5	Edad mediana	28.00
6	Relación de dependencia demográfica	50.20
7	Relación niños mujer	29.00
8	Población de 5 años y más	4,953
9	Población de 5 años y más (masculina)	2,366
10	Población de 5 años y más (femenina)	2,587
11	Población de 6 años y más	4,848
12	Población de 6 años y más (masculina)	2,313
13	Población de 6 años y más (femenina)	2,535
14	Población de 12 años y más	4,308
15	Población de 12 años y más (masculina)	2,022
16	Población de 12 años y más (femenina)	2,286
17	Población de 15 años y más	4,018
18	Población de 15 años y más (masculina)	1,880
19	Población de 15 años y más (femenina)	2,138
20	Población de 16 años y más	3,931
21	Población de 16 años y más (masculina)	1,838
22	Población de 16 años y más (femenina)	2,093
23	Población de 18 años y más	3,753
24	Población de 18 años y más (masculina)	1,753
25	Población de 18 años y más (femenina)	2,000
26	Población de 30 años y más	2,514

27 Población de 30 años y más (masculina)	1,134
28 Población de 30 años y más (femenina)	1,380
29 Población de 60 años y más	613
30 Población de 65 años y más	422
31 Población de 0 a 4 años	449
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	235
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	214
34 Población de 0 a 14 años	1,384
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	721
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	663
37 Población de 6 a 14 años y más	830
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	433
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	397
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	1,549
41 Población de 15 a 64 años	3,596
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	1,716
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	1,880
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	799
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina) ...	419
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina) ...	380
47 Población de 15 años y más alfabeta	3,954
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	1,865
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	2,089
50 Total de viviendas habitadas	1,345
51 Viviendas particulares habitadas	1,337
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	4
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	1,322
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	0
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	1,336
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	1,276
57 Vivienda particular con agua en el predio	56
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	0

» Colonia San Miguel Chapultepec sección 1

AÑO 1995

1	Población Total	8,543
2	Población masculina	3,796
3	Población femenina	4,747
4	Índice de masculinidad	80
5	Edad mediana	31
6	Relación de dependencia demográfica	41.60
7	Relación niños mujer	18
8	Población de 5 años y más	7,958
9	Población de 5 años y más (masculina)	3,498
10	Población de 5 años y más (femenina)	4,460
11	Población de 6 años y más	7,857
12	Población de 6 años y más (masculina)	3,444
13	Población de 6 años y más (femenina)	4,413
14	Población de 12 años y más	7,169
15	Población de 12 años y más (masculina)	3,071
16	Población de 12 años y más (femenina)	4,098
17	Población de 15 años y más	6,788
18	Población de 15 años y más (masculina)	2,902
19	Población de 15 años y más (femenina)	3,886
20	Población de 16 años y más	6,630
21	Población de 16 años y más (masculina)	2,835
22	Población de 16 años y más (femenina)	3,795
23	Población de 18 años y más	6,377
24	Población de 18 años y más (masculina)	2,726
25	Población de 18 años y más (femenina)	3,651

26 Población de 30 años y más	4,420
27 Población de 30 años y más (masculina)	1,819
28 Población de 30 años y más (femenina)	2,601
29 Población de 60 años y más	1,146
30 Población de 65 años y más	822
31 Población de 0 a 4 años	488
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	255
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	233
34 Población de 0 a 14 años	1,658
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	851
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	807
37 Población de 6 a 14 años y más	1,069
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	542
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	527
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	2,713
41 Población de 15 a 64 años	5,966
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	2,631
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	3,335
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	1,026
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina) ...	520
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina) ...	506
47 Población de 15 años y más alfabeta	6,667
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	2,878
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	3,789
50 Total de viviendas habitadas	2,512
51 Viviendas particulares habitadas	2,493
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	3.40
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	2,486
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	0.00
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	2,491
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	2,442
57 Vivienda particular con agua en el predio49
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	*

» Colonia San Miguel Chapultepec sección 2

AÑO 1995

1	Población Total	5,231
2	Población masculina	2,287
3	Población femenina	2,944
4	Índice de masculinidad	77.70
5	Edad mediana	33.00
6	Relación de dependencia demográfica	42.30
7	Relación niños mujer	18.70
8	Población de 5 años y más	4,901
9	Población de 5 años y más (masculina)	2,134
10	Población de 5 años y más (femenina)	2,767
11	Población de 6 años y más	4,841
12	Población de 6 años y más (masculina)	2,109
13	Población de 6 años y más (femenina)	2,732
14	Población de 12 años y más	4,497
15	Población de 12 años y más (masculina)	1,944
16	Población de 12 años y más (femenina)	2,553
17	Población de 15 años y más	4,309
18	Población de 15 años y más (masculina)	1,843
19	Población de 15 años y más (femenina)	2,466
20	Población de 16 años y más	4,239
21	Población de 16 años y más (masculina)	1,810
22	Población de 16 años y más (femenina)	2,429
23	Población de 18 años y más	4,112
24	Población de 18 años y más (masculina)	1,766
25	Población de 18 años y más (femenina)	2,346
26	Población de 30 años y más	2,942

27 Población de 30 años y más (masculina)	1,252
28 Población de 30 años y más (femenina)	1,690
29 Población de 60 años y más	888
30 Población de 65 años y más	651
31 Población de 0 a 4 años	305
32 Población de 0 a 4 años (masculina)	145
33 Población de 0 a 4 años (femenina)	160
34 Población de 0 a 14 años	897
35 Población de 0 a 14 años (masculina)	436
36 Población de 0 a 14 años (femenina)	461
37 Población de 6 a 14 años y más	532
38 Población de 6 a 14 años y más (masculina)	266
39 Población de 6 a 14 años y más (femenina)	266
40 Población de 15 a 49 años (femenina)	1,630
41 Población de 15 a 64 años	3,658
42 Población de 15 a 64 años (masculina)	1,604
43 Población de 15 a 64 años (femenina)	2,054
44 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	509
45 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (masculina)	259
46 Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir (femenina)	250
47 Población de 15 años y más alfabeta	4,229
48 Población de 15 y más alfabeta (masculina)	1,832
49 Población de 15 y más alfabeta (femenina)	2,397
50 Total de viviendas habitadas	1,673
51 Viviendas particulares habitadas	1,661
52 Promedio de ocupantes en vivienda particular	3.10
53 Vivienda particular con drenaje conectado a la red pública	1,657
54 Vivienda particular con drenaje conectado a la fosa séptica	0.00
55 Vivienda particular que disponen de energía eléctrica	1,658
56 Vivienda particular con agua entubada en la vivienda	1,644
57 Vivienda particular con agua en el predio	16
58 Vivienda particular con agua entubada de llave pab. o hidrante	0

2.4 Definición de Consumos Culturales

El objetivo general del que se parte en esta investigación es:

Hacer un diagnóstico de los habitantes de 18 a 60 años de edad de las colonias Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2, en relación a sus consumos culturales, el conocimiento acerca de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma.

En los apartados del presente capítulo se ha hecho ya un desglose tanto de las características sociodemográficas de las seis colonias y sus habitantes como de la CCQC. El punto pendiente a desarrollar es la definición de lo que se entenderá en este trabajo como *Consumo Cultural*.

Se entenderá por Consumos Culturales (CC) al "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 donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica"⁶⁷.

Para ilustrar se cita la siguiente encuesta realizada por el propio sociólogo Néstor García sobre Consumo Cultural aplicada en 1,500 hogares de la ciudad de México, entre septiembre y octubre de 1989.

En dicho estudio se encontró que: la música ranchera es más escuchada entre los trabajadores domésticos (43.5 por ciento) y entre los pensionados (34.4 por ciento), los boleros son preferidos principalmente por las amas de casa (27.8 por ciento), mientras el rock y "la canción de moda" - Yuri, Emmanuel -, encuentran la mayoría de sus seguidores entre los jóvenes (23 al 30 por ciento).

Los Consumos Culturales a encuestar para la CCQC son siete:

- 1.- Exposiciones.
- 2.- Teatro.
- 3.- Lectura de libros.
- 4.- Cine.
- 5.- Conciertos de música.
- 6.- Danza o baile.

⁶⁷ García Cancini, Néstor. El consumo cultural y su Estudio en México: una propuesta teórica. p. 34

7.- Taller artístico cultural.

Los cuales fueron determinados en base a la oferta cultural ofrecida por la CCQC.

Los CC representan para la Quinta Colorada el soporte de su actividad cultural, de acuerdo al Proyecto Cultural que rige a la institución. El área Tres de actividades culturales, del mencionado documento, engloba las subáreas de Artes visuales, Artes escénicas, Fomento a la lectura y Talleres culturales. Los CC a investigar corresponden a cada una de ellas.

2.5 Diagnóstico de Consumos Culturales

De acuerdo a lo establecido en el Capítulo 1, de la presente investigación, encontramos que en la actualidad los estudios de opinión pública tienen dos vertientes:

1. Los que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico.

2. Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública.

- Los primeros utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensa o hace.

- Los segundos tratan de aclarar cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los diversos grupos sociales.

Sin duda, la pretensión de esta investigación se apega a la vertiente 1 de los estudios de opinión pública.

La aplicación de la encuesta a los habitantes de las seis colonias mencionadas nos permitirá conocer lo que este grupo social "dice" o "hace" sobre sus consumos culturales, la CCQC y las actividades que imparte.

"La utilidad de los estudios de Opinión Pública que se realizan en los diferentes grupos sociales, si bien se deben tomar con las reservas teóricas aquí enunciadas, no sólo representan la apli-

cación de métodos y técnicas precisas y con ciertos grados de confiabilidad, sino que sirven, la mayoría de las veces, para coadyuvar a la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.

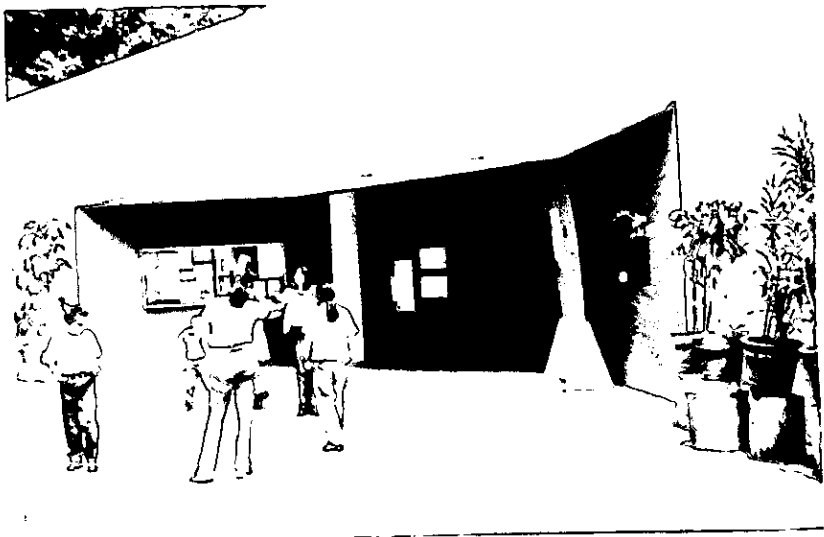
Así, los gobiernos, las empresas, las organizaciones, las instituciones y diversas ciencias, recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de opinión pública **para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional.**⁶⁸

Reunir la información acerca de qué, cuando y a que costo prefieren las actividades artísticas y culturales los habitantes de la zona que nos ocupa, permitirá a la CCQC realizar cambios en su oferta cultural. O bien, consolidar las actividades que ya se tienen. Todo ello depende de los resultados de la aplicación del cuestionario de encuesta, que se elabora en el siguiente Capítulo.

⁶⁸ Véase Capítulo 1 de ésta investigación, p. 74



BIBLIOTECA DEL BOSQUE



ENTRADA A LA CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA



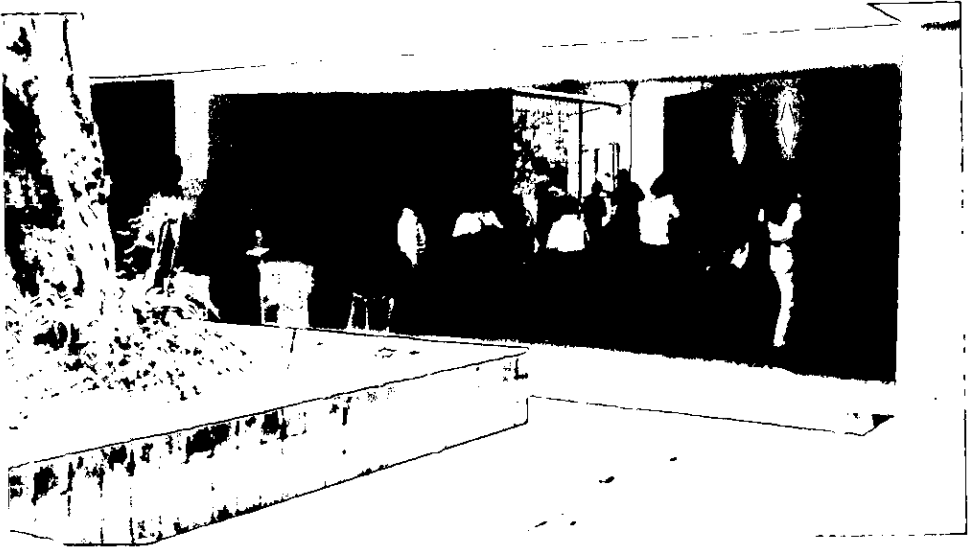
VISITANTES DE LA CCQC





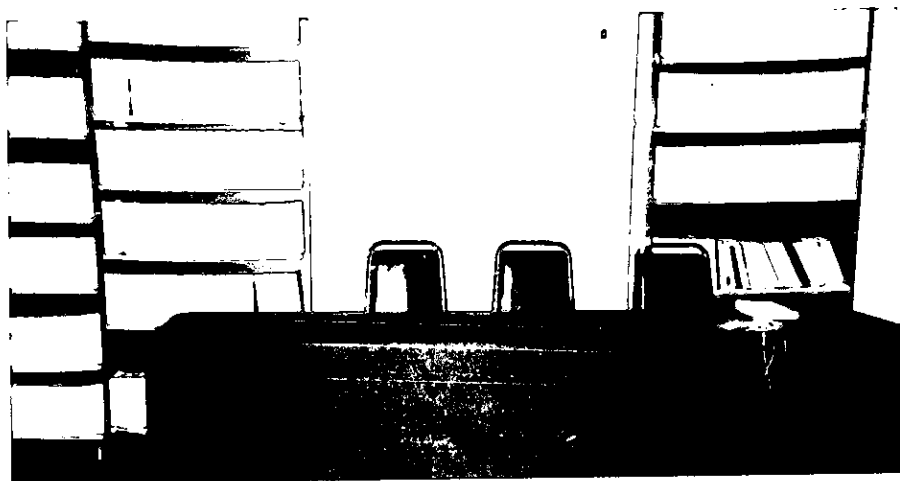
INTERIOR DEL PLANETARIO HUITZILOPOCHTLI-SOL





PATIO CENTRAL DE LA CCQC





EL LIBRO CLUB DE LA CCQC



Capítulo

3

CAPÍTULO 3

Metodología para la Elaboración del Cuestionario

El presente Capítulo se refiere a la metodología seguida para la elaboración del instrumento: el Cuestionario.

La metodología seguida para la creación del Cuestionario está respaldada, principalmente, por el Marco Teórico y por el Marco Contextual. Por lo que primer paso consiste en exponer la relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones (TE), así como la relación del Marco Contextual con la misma.

La elaboración de la TE implicó la elaboración de los Conceptos, que para este caso son tres. De ellos se derivaron las Categorías, las que a su vez dieron pie a los Indicadores, índices y finalmente los Reactivos.

A partir de los Reactivos se elaboró un primer Cuestionario, el cual fue aplicado en un piloteo. Los errores y cambios surgidos a partir del piloteo dieron como resultado el Cuestionario final.

Los detalles de cada uno de los pasos anotados arriba se encuentran en la siguientes páginas.

3.1 Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones

» De acuerdo a la **Teoría de la Acción Comunicativa** de Habermas⁶⁹ los tres mundos los ubicamos de la siguiente manera:

- Pensar

Conocimiento de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC en relación a sus Consumos Culturales, de la CCQC y las actividades culturales que se imparten en la misma.

- Decir

Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC en relación a sus Consumos Culturales, de la CCQC y las actividades culturales que se imparten en la misma.

-Hacer

Datos sociodemográficos sobre los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

» En cuanto a la **Teoría de los Campos** de Bourdieu⁷⁰ su aplicación es como sigue:

- Mundo Social

La opinión de los encuestados en relación a sus Consumos Culturales, de la CCQC y las actividades culturales que se imparten en la misma.

- Mundo Subjetivo

Conocimiento sobre sus Consumos Culturales, de la CCQC y las actividades culturales que se imparten en la misma.

- Mundo Objetivo

Datos sociodemográficos sobre los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

⁶⁹ Teoría revisada en el capítulo 1, p. 7

⁷⁰ Ibid, p. 12

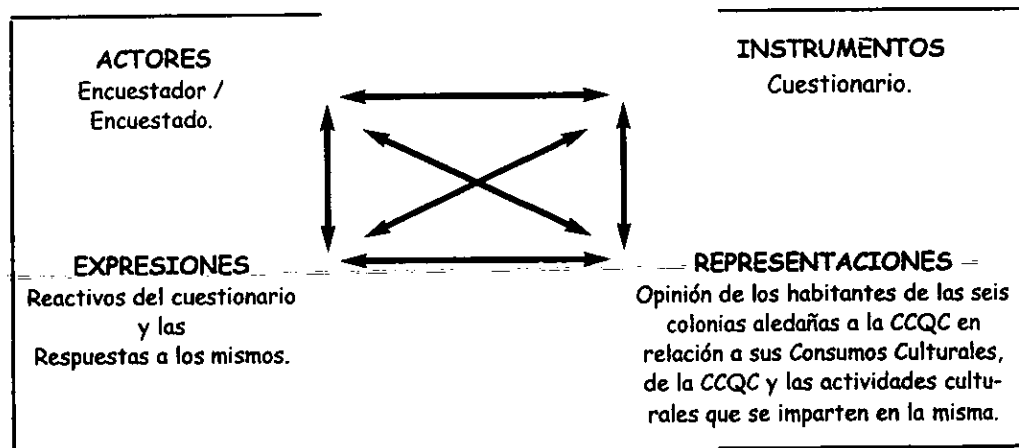
» En referencia a la **Teoría General de Sistemas** de Manuel Martín Serrano⁷¹, se identifica que:

- **Los elementos optativos** corresponden a las categorías.
- **Los elementos obligatorios** son todos los conceptos.
- **Los elementos incorporados** corresponden a las categorías y/o indicadores.
- **Los elementos funcionales** corresponden a la categoría del concepto de opinión.
- **Los elementos estructurales** corresponden a las categorías del concepto conocimiento.

Las Relaciones identificadas son las siguientes:

- **Específicas:** opciones de los reactivos.
- **Causales:** elaboración del reactivo (aunque no es propio del sistema, sino de la metodología).

» La **Teoría Social de la Comunicación** de Manuel Martín Serrano⁷² plantea el Esquema Dialéctico de la Comunicación, que aplicado a este estudio queda así:



⁷¹ *Ibid.*, p. 17

⁷² *Ibid.*, p. 24

► En la **Teoría de la Mediación Social** de Manuel Martín Serrano⁷³, se identifica lo siguiente:

- Qué se media

• Lo que se dice:

Sobre los Consumos Culturales, conocimiento de la CCQC y las actividades culturales de la misma.

• Lo que se hace:

Sobre los Consumos Culturales, conocimiento de la CCQC y las actividades culturales de la misma.

- Código

• Normas:

Incorporación a la cultura.

• Formas de relacionarse:

Asistencia a los servicios culturales.

• Lo que contienen:

Asistencia a las actividades culturales, profesores, expositores, planetario, cine club, circuito cultural, fomento a la lectura, artes visuales y artes escénicas, para la incorporación de las personas a la cultura.

► **MODELOS COERCITIVOS**

La Tabla de Especificaciones, porque en ella se determina a lo que debe contestar el encuestado (Reactivos) y las respuestas que debe dar (opciones de los reactivos).

► **MODELO MEDIACIONAL CULTURAL**

El modelo cultural al que corresponde es el Capitalista.

► **MODELO MEDIACIONAL SOCIAL**

El modelo social al que pertenece es: el Mosaico.

⁷³ Ibid, p. 32

3.2 Relación del Marco Contextual con la Tabla de Especificaciones

El contenido del Marco Contextual (Capítulo 2 de esta investigación), se refiere al desglose de los puntos medulares que conforman la Institución objeto de investigación. En este caso particular se refiere a la Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC).

Los puntos desarrollados son:

2.1 Origen de la CCQC.

2.2 Nacimiento de la CCQC.

2.2.1 Desarrollo de la CCQC.

2.2.2 Situación actual de la CCQC.

2.2.3 Proyecto Cultural de la CCQC.

2.2.4 Objetivo de la CCQC.

2.2.5 Organización interna de la CCQC.

2.3 Características sociodemográficas de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

2.4 Definición de Consumos Culturales.

2.5 Diagnóstico de Consumos Culturales.

Los cuales corresponden con los tres Conceptos de la TE de esta investigación.

3.3 Contextualización básica empleada para la construcción de la Tabla de Especificaciones

La Tabla de Especificaciones permite Operacionalizar los puntos desarrollados en el Marco Contextual en tres Conceptos:

1.- De Conocimiento:

De los consumos culturales de los habitantes de 18 a 60 años de las colonias aledañas a la CCQC, de la CCQC y de las actividades culturales de la misma.

2.- De Opinión:

De los consumos culturales de los habitantes de 18 a 60 años de las colonias aledañas a la CCQC, de la CCQC y de las actividades culturales de la misma.

3.- Características sociodemográficas:

De los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

A partir de estos tres Conceptos se establecieron las Categorías y los Indicadores, con los cuales se redactó los Reactivos del Cuestionario.

» Definición de la Tabla de Especificaciones

La Tabla de Especificaciones es la que permite adaptar, ubicar, operacionalizar los Conceptos, que se manejaron jerárquicamente en el Marco Teórico, en términos de Índices empíricos acordes al contexto de la temática particular de la que se trate.

» Definición del término Concepto

Concepto es la actividad intelectual y el análisis que permiten establecer un instrumento de medida. Surgen, por lo general, de una representación literaria.

» Definición del término Categoría

El término Categoría es la dimensión del Concepto, es un análisis de la temática en fenómenos más simples y observables.

En una segunda etapa, el investigador realizará un análisis de los componentes de la primera noción del Concepto; estos componentes, se llaman aspectos, dimensiones, Categorías del Concepto.

► Definición de los términos Indicador e Índice

Luego de la especificación del Concepto, el siguiente paso consiste en seleccionar los Indicadores de las dimensiones anteriormente definidas.

El Indicador es la determinación de la forma en que se medirá la Categoría.

En vista de que las dimensiones sólo pueden ser medidas por los Indicadores, resulta necesario determinarlos.

Debido a lo anterior, la determinación de los Indicadores se realiza en cada una de las Categorías del concepto.

Por último, cuando ya se han identificado los Indicadores de cada dimensión, se debe construir una medida única a partir de la información que se haya recopilado hasta el momento.

El Índice es el establecimiento de las formas de medida únicas.

En algunas ocasiones se deberán establecer índices generales que tengan en cuenta la totalidad de los datos; sin embargo, la mayoría de las veces, se debe establecer un índice por cada Indicador.

Por ello, es necesario realizar una síntesis de los diversos Indicadores que pongan de manifiesto una relación con las variables externas más débiles y más inestables; por lo general, es el rasgo característico fundamental que se pretende medir.

Lo anterior significa que cada Indicador posee una determinada relación de probabilidad con respecto a la variable estudiada.

► Definición del concepto Reactivo

El Reactivo es la expresión lingüística que obliga al encuestado a reaccionar verbalmente.

Se elabora un reactivo por cada Índice y se deben considerar los siguientes aspectos:

-
- ✓ La naturaleza de la información que se desea obtener.
 - ✓ El nivel socio-cultural de aquellos a quienes se les aplicará el cuestionario.
 - ✓ Las características, modalidades, costumbres, prejuicios, tradiciones de la comunidad donde se aplica la encuesta.
 - ✓ Las posibilidades y límites donde se realizará la investigación.
 - ✓ Los reactivos deben construirse de tal forma que los individuos interrogados puedan responderlos sin mayor problema.
 - ✓ Se tendrán en cuenta los requisitos y necesidades establecidos en los planes de codificación o tabulación de las encuestas.
 - ✓ Deben evitarse todos los reactivos que atenten contra la intimidad del interrogado, sino es específicamente, uno de los objetivos del cuestionario.
 - ✓ Los reactivos no deben exigir trabajo excesivo a quienes han de responderlos.

3.4 Tabla de Especificaciones

Para esta investigación la Tabla de Especificaciones se compone de cinco columnas, nombradas de la siguiente manera:

- **Primera:** Conceptos.
- **Segunda:** Categorías.
- **Tercera:** Indicadores.
- **Cuarta:** Índices.
- **Quinta:** Reactivos.

Se leen de izquierda a derecha, siguiendo siempre la relación con respecto a los numerales que están puestos en clasificación decimal. El dígito primero de izquierda a derecha hace referencia al concepto, el segundo a la Categoría, el tercero al Indicador y el cuarto al Índice. Los Reactivos llevan el mismo número que el Índice o el Indicador.

El tipo de encuesta es personal.

A continuación se presenta la Tabla de Especificaciones correspondiente a este trabajo.

TABLA DE ESPECIFICACIONES CONCEPTO 1

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1 CONOCIMIENTO de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC, en relación a: sus Consumos Culturales, de la CCQC y de las Actividades Culturales impartidas en la misma.	1.1 Conocimiento del consumo de EXPOSICIONES de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.	1.1.1 Conocimiento del Consumo de Exposiciones.		1.1.1 ¿Acostumbra asistir a Exposiciones? a) Sí b) No
		1.1.2 Conocimiento de la frecuencia de visita a Exposiciones.		1.1.2 ¿Cuándo fue la última vez que visitó una Exposición? a) Hace un año b) Hace tres meses c) Hace seis meses
		1.1.3 Conocimiento de los lugares a los que acostumbra asistir a Exposiciones.		1.1.3 ¿En dónde acostumbra asistir a Exposiciones? a) Museos b) Galerías c) Casas de Cultura
		1.1.4 Conocimiento del tema preferido de Exposiciones.		1.1.4 ¿Qué temas de Exposiciones prefiere? a) Ciencia y tecnología b) Pintura y escultura c) Historia d) Arqueología e) Fotografía
		1.1.5 Conocimiento del horario preferido para visitar Exposiciones.		1.1.5 ¿En qué horario prefiere visitar Exposiciones? a) Fines de semana por la mañana b) Fines de semana por la tarde c) Martes a viernes por la mañana d) Martes a viernes por la tarde e) No tiene preferencia
		1.1.6 Conocimiento del costo de entrada a la Exposición que visita.		1.1.6 ¿Cuál es el costo de entrada a la Exposición que visita? a) Gratuito b) \$20.00 a \$50.00 c) \$51.00 a \$100.00

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p align="center">1.2 Conocimiento del consumo de TEATRO de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.</p>	1.2.1 Conocimiento del consumo de Teatro.		1.2.1 ¿Acostumbra asistir al Teatro? a) Sí b) No
		1.2.2 Conocimiento de la frecuencia con que asisten al Teatro.		1.2.2 ¿Cuándo fué la última vez que asistió a una función de Teatro? a) Hace un año b) Hace tres meses c) Hace seis meses
		1.2.3 Conocimiento de los temas preferidos en las obras de Teatro.		1.2.3 ¿Qué temas prefiere en las obras de Teatro? a) Terror b) Dramas c) Clásicas d) Musicales e) Cómicas f) Policiacas g) Infantiles
		1.2.4 Conocimiento del tipo de Teatro al que asiste.		1.2.4 ¿A qué tipo de Teatro asiste? a) Comercial b) Independiente c) Universitario
		1.2.5 Conocimiento del horario preferido para asistir al Teatro		1.2.5 ¿En qué horario prefiere asistir al Teatro? a) Martes a viernes b) Sábado o domingo / primera función c) Sábado o domingo / segunda función
		1.2.6 Conocimiento del costo de entrada a las funciones de Teatro al que asiste.		1.2.6 ¿Cuál es el costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asiste? a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$100.00 d) \$101.00 a \$ 200.00 e) \$ 201.00 ó más

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	INDICES	REACTIVOS
	<p align="center">1.3 Conocimiento del consumo de LIBROS, BIBLIOTECAS Y LIBRO CLUB de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.</p>	<p>1.3.1 Conocimiento del consumo de lectura de libros.</p>		<p>1.3.1 ¿Acostumbra leer libros? a) Sí b) No</p>
		<p>1.3.2 Conocimiento de los temas de libros preferidos.</p>		<p>1.3.2 ¿Qué temas prefiere cuando lee libros? a) Terror b) Historia c) Novelas d) Cuento e) Policíacos f) Ciencia Ficción g) Superación personal</p>
		<p>1.3.3 Conocimiento del modo de adquisición de los libros que lee.</p>		<p>1.3.3 ¿Los libros que lee los obtiene por medio de? a) Compra b) Bibliotecas / libro club c) Préstamo de conocidos</p>
		<p>1.3.4 Conocimiento de la frecuencia con que asiste a bibliotecas o libro club.</p>		<p>1.3.4 ¿Cuándo fue la última vez que asistió a la biblioteca o libro club? a) Hace un mes b) Hace tres meses c) Hace seis meses.</p>
		<p>1.3.5 Conocimiento del horario preferido para asistir a bibliotecas o libro club.</p>		<p>1.3.5 ¿En qué horario prefiere asistir a la biblioteca o libro club? a) Fines de semana por la mañana b) Fines de semana por la tarde c) Lunes a viernes por la mañana d) Lunes a viernes por la tarde e) No tiene preferencia</p>
		<p>1.3.6 Conocimiento del costo de los libros que compra.</p>		<p>1.3.6 ¿Cuál es el costo de los libros que compra? a) \$ 20.00 a \$ 50.00 b) \$ 51.00 a \$ 100.00 c) \$ 101.00 ó más</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p align="center">1.4 Conocimiento del consumo de CINE de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.</p>	<p>1.4.1 Conocimiento del consumo de Cine.</p>		<p>1.4.1 ¿Acostumbra asistir al Cine? a) Sí b) No</p>
		<p>1.4.2 Conocimiento de la frecuencia con que asiste al Cine.</p>		<p>1.4.2 ¿Cuándo fue la última vez que asistió al Cine? a) Hace un mes b) Hace tres meses c) Hace seis meses</p>
		<p>1.4.3 Conocimiento de los temas de películas preferidos.</p>		<p>1.4.3 ¿Qué temas de películas prefiere? a) Terror b) Acción c) Drama d) Cómicas e) Policíacas f) Románticas g) Ciencia ficción</p>
		<p>1.4.4 Conocimiento de los tipos de salas de Cine a las que asiste.</p>		<p>1.4.4 ¿A qué tipo de salas de Cine prefiere asistir? a) Escuelas b) Cine clubes c) Comerciales</p>
		<p>1.4.5 Conocimiento del horario preferido para asistir a funciones de Cine.</p>		<p>1.4.5 ¿En qué horario prefiere asistir al Cine? a) Sábado o domingo por la tarde b) Sábado o domingo por la noche c) Entre semana por la tarde d) Entre semana por la noche e) No tiene preferencia</p>
		<p>1.4.6 Conocimiento del costo de las funciones de Cine a las que asiste.</p>		<p>1.4.6 ¿Cuál es el costo de las funciones de Cine a las que asiste? a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$ 100.00</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p>1.7 Conocimiento del consumo de TALLERES ARTÍSTICOS CULTURALES de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.</p>	1.7.1 Conocimiento del consumo de Taller Artístico Cultural.		1.7.1 ¿Asiste a algún Taller Artístico Cultural? a) Sí b) No
		1.7.2 Conocimiento de la frecuencia con la que asiste a clases de Taller Artístico Cultural.		1.7.2 ¿Cuántas veces al año toma clases de Taller? a) Una vez b) Dos veces c) Cuatro veces
		1.7.3 Conocimiento de las instituciones donde asiste a clases de Taller Artístico Cultural.		1.7.3 ¿En dónde toma clases de Taller? a) Museos b) Casas de Cultura c) Centros comunitarios
		1.7.4 Conocimiento del Taller Artístico Cultural preferido.		1.7.4 ¿Cuál Taller prefiere? a) Dibujo e) Escultura b) Pintura f) Guitarra c) Fotografía g) Idiomas d) Cerámica h) Manualidades
		1.7.5 Conocimiento del horario preferido para asistir a clases de Taller Artístico Cultural		1.7.5 ¿En qué horario prefiere asistir a clases de Taller? a) Sábado o domingo por la mañana b) Sábado o domingo por la tarde c) Lunes a viernes por la mañana d) Lunes a viernes por la tarde
		1.7.6 Conocimiento del costo de las clases de Taller Artístico Cultural al que asiste.		1.7.6 ¿Cuál es el costo del Taller que practica? a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$100.00 d) \$101.00 a \$ 200.00 e) \$ 201.00 ó más

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	1.8 Conocimiento de la CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA (CCQC) de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.	1.8.1 Conocimiento de la existencia de la CCQC.		1.8.1 ¿Conoce la Casa de Cultura Quinta Colorada? a) Sí b) No
		1.8.2 Conocimiento de la ubicación de la CCQC		1.8.2 ¿Dónde está ubicada la CCQC? a) En la 1a sección del Bosque de Chapultepec, junto al Auditorio. b) Junto a la Montaña Rusa c) En el Bosque de Aragón
		1.8.3 Conocimiento del tipo de actividades que se imparten en la CCQC.		1.8.3 ¿Qué tipo de actividades se imparten en la Casa de Cultura Quinta Colorada? a) Ecológicas b) Culturales c) Orientales
	1.9 Conocimiento de las ACTIVIDADES CULTURALES DE LA CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.	1.9.1 Conocimiento de la participación en alguna de las Actividades Culturales de la CCQC.		1.9.1 ¿Ha participado en algunas de las Actividades Culturales de la CCQC? a) Sí b) No
		1.9.2 Conocimiento de la Actividad Cultural de la CCQC en la que ha participado.		1.9.2 ¿En cuál Actividad de la CCQC ha participado? a) Talleres b) Libro Club c) Cine Club d) Circuito Cultural e) Visita a Exposiciones f) Presentación de libros g) Presentación de obras de Teatro

TABLA DE ESPECIFICACIONES CONCEPTO 2

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
<p align="center">2 OPINIÓN de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC, en relación a: sus Consumos Culturales, de la CCQC y de las Actividades Culturales impartidas en la misma.</p>	<p align="center">2.1 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de EXPOSICIONES</p>	<p>2.1.1 Opinión sobre el consumo de Exposiciones.</p>		<p>2.1.1 ¿Visitar Exposiciones le parece? a) Fuente de información. b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura</p>
		<p>2.1.2 Opinión sobre la frecuencia de presentación de Exposiciones en la institución a la que asiste.</p>		<p>2.1.2 ¿La frecuencia de presentación de las Exposiciones en las instituciones a las que asiste le parece? a) Aceptable b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.1.3 Opinión sobre las instituciones donde asiste a Exposiciones.</p>		<p>2.1.3 ¿La institución donde asiste a Exposiciones le parece? a) Buena b) Regular c) Mala</p>
		<p>2.1.4 Opinión de los temas de las Exposiciones a las que asiste.</p>		<p>2.1.4 ¿Los temas de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asiste le parecen? a) Aburridos b) Interesantes c) Intrascendentes</p>
		<p>2.1.5 Opinión de los horarios de visita a Exposiciones.</p>		<p>2.1.5 ¿Los horarios de visita de las Exposiciones que frecuenta le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.1.6 Opinión del costo de entrada a las Exposiciones que visita.</p>		<p>2.1.6 ¿El costo de entrada de la Exposición que visita le parece? a) Barato b) Excesivo c) Aceptable</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p align="center">2.2 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de TEATRO</p>	<p>2.2.1 Opinión sobre el consumo de Teatro.</p>		<p>2.2.1 ¿Asistir a funciones de Teatro le parece? a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura</p>
		<p>2.2.2 Opinión sobre la frecuencia con que son presentadas las obras en el Teatro al que asiste.</p>		<p>2.2.2 ¿La frecuencia con que son presentadas las obras en los Teatros a los que asiste le parece? a) Excesivo b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.2.3 Opinión sobre los temas de las obras de Teatro a las que asiste.</p>		<p>2.2.3 ¿Los temas de las obras de Teatro a las que asiste le parecen? a) Aburridos b) Interesantes c) Intrascendentes</p>
		<p>2.2.4 Opinión acerca del tipo de Teatro al que asiste.</p>		<p>2.2.4 ¿El tipo de Teatro al que asiste le parece? a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad</p>
		<p>2.2.5 Opinión de los horarios de las obras de Teatro a las que asiste.</p>		<p>2.2.5 ¿Los horarios de las obras de Teatro a las que asiste le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.2.6 Opinión del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asiste.</p>		<p>2.2.6 ¿El costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asiste le parece? a) Barato b) Excesivo c) Aceptable</p>

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p align="center">2.3 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de LIBROS, BIBLIOTECAS Y LIBRO CLUB</p>	2.3.1 Opinión sobre el consumo de lectura de libros.		2.3.1 ¿El hábito de leer libros le parece? a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura
		2.3.2 Opinión sobre los temas de los libros que lee.		2.3.2 ¿Los temas de los libros que lee le parecen? a) Aburridos b) Aceptables c) Interesantes
		2.3.3 Opinión sobre el servicio de préstamo de libros en las bibliotecas o libro club, a los que asiste.		2.3.3 ¿El servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club a los que asiste le parece? a) Práctico b) Necesario c) Impráctico
		2.3.4 Opinión sobre la frecuencia de préstamo de libros en bibliotecas o libro club, a los que asiste.		2.3.4 ¿La frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o libro club a los que acude le parece? a) Suficiente b) Aceptable c) Insuficiente
		2.3.5 Opinión sobre el horario de atención en bibliotecas o libro club, a los que asiste.		2.3.5 ¿El horario de atención de la biblioteca o libro club a los que asiste le parece? a) Suficiente b) Aceptable c) Insuficiente
		2.3.6 Opinión sobre el costo de los libros que compra.		2.3.6 ¿El costo de los libros que compra le parece? a) Barato b) Excesivo c) Aceptable

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p align="center">2.4 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de CINE</p>	<p>2.4.1 Opinión sobre el consumo de Cine.</p>		<p>2.4.1 ¿Asistir al Cine le parece? a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura</p>
		<p>2.4.2 Opinión sobre la cantidad de películas exhibidas en los Cines a los que asiste.</p>		<p>2.4.2 ¿La cantidad de funciones programadas en los Cines a los que asiste le parece? a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.4.3 Opinión de los temas de las películas exhibidas en las salas de Cine a las que asiste.</p>		<p>2.4.3 ¿Los temas de las películas presentadas en los Cines a los que asiste le parecen? a) Aburridos b) Intrascendentes c) Interesantes</p>
		<p>2.4.4 Opinión de los tipos de salas de Cine a las que asiste.</p>		<p>2.4.4 ¿Las salas de los Cines a las que asiste le parecen? a) De buena calidad b) De regular calidad d) De mala calidad</p>
		<p>2.4.5 Opinión sobre los horarios de las funciones de Cine a las que asiste.</p>		<p>2.4.5 ¿Los horarios de las funciones de los Cines a los que acude le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.4.6 Opinión sobre el costo de entrada de las funciones de Cine a las que asiste.</p>		<p>2.4.6 ¿El costo de entrada de las funciones de Cine a las que asiste le parece? a) Barato b) Aceptable c) Excesivo</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	INDICES	REACTIVOS
	<p align="center">2.5 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de CONCIERTOS DE MÚSICA</p>	<p>2.5.1 Opinión sobre el consumo de Conciertos de Música</p>		<p>2.5.1 ¿Asistir a Conciertos de Música le parece? a) Manera de convivir b) Forma de adquirir cultura c) Opción de entretenimiento</p>
		<p>2.5.2 Opinión de la frecuencia de presentación de Conciertos en los lugares a los que asiste.</p>		<p>2.5.2 ¿La frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asiste le parece? a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.5.3 Opinión sobre el tipo de música presentada en los Conciertos a los que asiste.</p>		<p>2.5.3 ¿La música presentada en los Conciertos a los que asiste le parece? a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad</p>
		<p>2.5.4 Opinión sobre los lugares a los que asiste a Concierto.</p>		<p>2.5.4 ¿Los lugares a los que asiste a Conciertos le parecen? a) Malos b) Buenos c) Regulares</p>
		<p>2.5.5 Opinión sobre los horarios de los Conciertos a los que asiste.</p>		<p>2.5.5 ¿Los horarios de los Conciertos a los que asiste le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.5.6 Opinión sobre el costo de entrada a los Conciertos a los que asiste.</p>		<p>2.5.6 ¿El costo de entrada de los Conciertos a los que asiste le parece? a) Barato b) Aceptable c) Excesivo</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	INDICES	REACTIVOS
	<p align="center">2.6 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de DANZA O BAILE</p>	<p>2.6.1 Opinión sobre el consumo de Danza o Baile.</p>		<p>2.6.1 ¿Practicar alguna Danza o Baile le parece? a) Manera de convivir b) Forma de adquirir cultura c) Opción de entretenimiento</p>
		<p>2.6.2 Opinión sobre el tipo de Danza o Baile que practica.</p>		<p>2.6.2 ¿El tipo de Danza o Baile que practica lo hace porque es? a) Interesante b) Novedoso c) Ejercitante</p>
		<p>2.6.3 Opinión sobre la institución donde practica Danza o Baile.</p>		<p>2.6.3 ¿La institución donde practica Danza o Baile le parece? a) Mala b) Buena c) Regular</p>
		<p>2.6.4 Opinión sobre la frecuencia de las clases de Baile o Danza en la institución donde asiste.</p>		<p>2.6.4 ¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Danza o Baile en la institución a la que asiste le parece? a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.6.5 Opinión sobre los horarios de las clases de Danza o Baile a las que asiste.</p>		<p>2.6.5 ¿Los horarios de las clases de Danza o Baile a las que asiste le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.6.6 Opinión del costo de las clases de Danza o Baile que practica.</p>		<p>2.6.6 ¿El costo de las clases de Danza o Baile a las que asiste le parece? a) Barato b) Excesivo c) Aceptable</p>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	<p>2.7 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de TALLER ARTÍSTICO CULTURAL</p>	<p>2.7.1 Opinión sobre el consumo de Taller Artístico Cultural.</p>		<p>2.7.1 ¿Asistir a un Taller Artístico Cultural le parece? a) Forma de convivir b) Forma de adquirir cultura c) Opción de entretenimiento</p>
		<p>2.7.2 Opinión de la frecuencia de las clases de Taller Artístico Cultural de la institución a la que asiste.</p>		<p>2.7.2 ¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Taller en la institución a la que asiste le parece? a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente</p>
		<p>2.7.3 Opinión sobre la institución donde toma clases de Taller Artístico Cultural.</p>		<p>2.7.3 ¿La institución donde practica su Taller le parece? a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad</p>
		<p>2.7.4 Opinión del Taller Artístico Cultural que practica.</p>		<p>2.7.4 ¿El Taller que practica le parece? a) Interesante b) Novedoso c) Ejercitante</p>
		<p>2.7.5 Opinión sobre el horario de las clases del Taller Artístico Cultural al que asiste.</p>		<p>2.7.5 ¿Los horarios de las clases del Taller al que asiste le parecen? a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados</p>
		<p>2.7.6 Opinión del costo de las clases de Taller Artístico Cultural al que asiste.</p>		<p>2.7.6 ¿El costo de las clases del Taller a las que asiste le parece? a) Barato b) Aceptable c) Excesivo</p>

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
	2.8 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre la CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA	2.8.1 Opinión sobre asistir a la CCQC.		2.8.1 ¿Asistir a la CCQC le parece? a) Forma de adquirir cultura b) Opción de entretenimiento c) Manera de convivir
		2.8.2 Opinión acerca de la ubicación de la CCQC.		2.8.2 ¿La ubicación de la CCQC le parece? a) Accesible b) Inaccesible c) Complicada
		2.8.3 Opinión de las actividades culturales que se imparten en la CCQC.		2.8.3 ¿Las actividades culturales de la CCQC le parecen? a) Atractivas b) Interesantes c) Aburridas
	2.9 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre las ACTIVIDADES CULTURALES DE LA CASA DE CULTURA QUINTA COLORADA	2.9.1 Opinión sobre la actividad que practica en la CCQC.		2.9.1 ¿La actividad que usted practica en la CCQC le parece? a) Interesante b) Novedosa c) Ejercitante
		2.9.2 Opinión sobre la Actividad Cultural que realiza la CCQC.		2.9.2 ¿Sobre la Actividad Cultural que realiza la CCQC usted piensa que es? a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad

TABLA DE ESPECIFICACIONES CONCEPTO 3

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
3 DATOS SOCIO- DEMOGRÁFICOS de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.	3.1 Ubicación	3.1.1 En cuál de las seis colonias aledañas a la CCQC vive.	3.1.1.1 Colonias: Ampliación Daniel Garza Daniel Garza Molino del Rey Observatorio San Miguel Chapultepec secc.1 San Miguel Chapultepec secc. 2	3.1.1.1 ¿Cuál es el nombre de la colonia donde vive? a) Ampliación Daniel Garza b) Daniel Garza c) Molino del Rey d) Observatorio e) San Miguel Chapultepec sección 1 f) San Miguel Chapultepec sección 2
	3.2 Edad	3.2.1 Rangos de edad.	3.2.1.1 18 a 23 años 24 a 29 años 30 a 35 años	3.2.1.1 ¿Cuál es su edad? a) 18 a 23 años b) 24 a 29 años c) 30 a 35 años d) 36 a 41 años e) 42 a 47 años f) 48 a 53 años g) 54 a 60 años
	3.3 Sexo	3.3.1 Mujer. Hombre.		3.3.1. ¿Cuál es su sexo? a) Mujer b) Hombre
	3.4 Ocupación	3.4.1. Tipo de ocupación.	3.4.1.1 Obrero Empleado Ama de casa	Empresario Estudiante 3.4.1.1 ¿Cuál es su ocupación? a) Obrero b) Empleado c) Ama de casa d) Empresario e) Estudiante
	3.5 Estado civil	3.5.1 Soltero Casado Divorciado Viudo Unión libre		3.5.1 ¿Cuál es su estado civil? a) Soltero b) Casado c) Divorciado d) Viudo e) Unión libre
	3.6 Posición familiar	3.6.1 Cuál integrante de la familia es.	3.6.1.1 Padre Madre	Hijo Abuelo 3.6.1.1 ¿Cuál integrante de la familia es? a) Padre b) Madre c) Hijo d) Abuelo

<p>3.7 Nivel académico</p>	<p>3.7.1 Grado de estudios.</p>	<p>3.7.1.1 Primaria Comercial Secundaria Superior Bachillerato Posgrado Técnico Bancaria</p>	<p>3.7.1.1 ¿Cuál es su nivel escolar? a) Primaria e) Carrera Comercial b) Secundaria f) Carrera Bancaria c) Bachillerato g) Licenciatura d) Carrera Técnica h) Posgrado</p>
<p>3.8 Nivel económico</p>	<p>3.8.1 Situación económica del encuestado.</p>	<p>3.8.1.1 Propietario o arrendador de su casa</p> <p>3.8.1.2 Propietario de automóvil</p> <p>3.8.1.2.1 Modelo de su automóvil</p> <p>3.8.1.3 Viajes que realiza</p> <p>3.8.1.3.1 Cantidad de viajes al año</p> <p>3.8.1.3.2 Lugares a los que viaja Provincia Fuera del país Ambos</p> <p>3.8.1.4 Paseos que realiza</p> <p>3.8.1.4.1 Lugares a los que acostumbra pasear: A comer, A tomar café Parques públicos, Ferias y Parques de diversiones</p>	<p>3.8.1.1 ¿La casa que habita es? a) Rentada b) Propia</p> <p>3.8.1.2 ¿Tiene automóvil propio? a) Sí b) No</p> <p>3.8.1.2.1 ¿Cuál es el modelo de su automóvil? a) Anterior a 1980 d) 1993 a 1998 b) 1981 a 1986 e) 1999 a 2001 c) 1987 a 1992</p> <p>3.8.1.3 ¿Acostumbra viajar? a) Sí b) No</p> <p>3.8.1.3.1 ¿Cuántos veces viaja al año? a) Una vez b) De dos a cuatro veces c) De tres a seis veces.</p> <p>3.8.1.3.2 ¿Los viajes que realiza son ? a) A provincia b) Fuera del país c) Ambos</p> <p>3.8.1.4 ¿Acostumbra a pasear en el D.F.? a) Sí b) No</p> <p>3.8.1.4.1 ¿Adónde acostumbra pasear? a) A comer b) A tomar café c) Parques públicos d) Ferias y Parques de diversiones</p>

3.4.1 Argumentación de la pertinencia de los: Conceptos, Categorías e Indicadores, Índices y Reactivos.

► Los Conceptos que se manejaron para la elaboración de la Tabla de Especificaciones para esta investigación son tres:

1.- Conocimiento de los habitantes de las seis colonias aledañas a la Casa de Cultura Quinta Colorada, en relación a sus consumos culturales, de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma.

2.- Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la Casa de Cultura Quinta Colorada, en relación a sus consumos culturales, de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma.

3.- Datos sociodemográficos de los habitantes de las seis colonias aledañas a la Casa de Cultura Quinta Colorada.

Los cuales sustentan su pertinencia en la **Hipótesis** de esta investigación, que es:

El diagnóstico de los habitantes de 18 a 60 años de edad, de las colonias: Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2, en relación a sus consumos culturales, el conocimiento acerca de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma dependerá de las características sociodemográficas y del grado de conocimiento de la temática.

► **Categorías establecidas para el concepto número uno:**

1.1 Conocimiento del consumo de Exposiciones de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.2 Conocimiento del consumo de Teatros de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.3 Conocimiento del consumo de Libros, Bibliotecas y Libro Club de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.4 Conocimiento del consumo de Cine de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.5 Conocimiento del consumo de Conciertos de Música de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.6 Conocimiento del consumo de Danza y Baile de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.7 Conocimiento del consumo de Talleres Artísticos Culturales de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.8 Conocimiento de la existencia de la Casa de Cultura Quinta Colorada de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

1.9 Conocimiento de las Actividades Culturales de la Casa de Cultura Quinta Colorada de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC.

» Categorías establecidas para el concepto número dos:

2.1 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Exposiciones.

2.2 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de de Teatro.

2.3 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Libros, Bibliotecas y Libro Club.

2.4 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Cine.

2.5 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Conciertos de Música.

2.6 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Danza y Baile.

2.7 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre el consumo de Talleres Artísticos Culturales.

2.8 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre la Casa de Cultura Quinta Colorada.

2.9 Opinión de los habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre las Actividades Culturales de la Casa de Cultura Quinta Colorada.

» Categorías establecidas para el concepto número tres:

3.1 Ubicación.

Su pertinencia radica en la necesidad de cumplir con el requisito de ser habitante de una de las seis colonias aledañas a la CCQC para ser encuestado.

3.2 Edad

Su pertinencia radica en la necesidad de cumplir con el requisito de edad (18 a 60 años) establecido para ser encuestado.

3.3 Sexo

Su pertinencia radica en la necesidad de conocer la cantidad de sujetos de cada sexo (masculino / femenino) que fueron encuestados.

3.4 Ocupación

Su pertinencia radica en la necesidad de conocer el tipo de ocupación de los encuestados, ya que dicho dato es un determinante del tipo de Consumos Culturales que realiza.

3.5 Estado civil

Su pertinencia radica en la necesidad de tener mayor conocimiento del sujeto encuestado.

3.6 Posición familiar

Su pertinencia radica en que dependiendo de la posición que ocupa el sujeto dentro de la familia hay variación en su respuesta.

3.7 Nivel Académico

Su pertinencia radica en que dependiendo del nivel de estudios variará el tipo de Consumo Cultural.

3.8 Nivel Económico

Su pertinencia radica en la necesidad de conocer su calidad de vida económica, ya que es un factor determinante del tipo de Consumos Culturales que realiza.

» Los Indicadores establecidos para los conceptos uno, dos y tres de la Tabla de Especificaciones correspondiente a esta investigación, fueron establecidos de acuerdo a las Categorías antes mencionadas, desde la perspectiva de que nos permitirán medir a las mismas.

» Los Índices establecidos para los conceptos de la Tabla de Especificaciones, fueron establecidos de acuerdo a los Indicadores antes mencionados, desde la perspectiva de que nos permitirán medir a los mismos. Para los conceptos uno y dos no fue necesario el uso de Índices, debido a que con el Indicador se puede realizar la medición de la Categoría y pasar directamente al Reactivo. Lo anterior no sucedió con el Concepto 3, para el cual sí fue necesaria la elaboración de índices.

La cantidad de Reactivos son: 109 de respuestas optativas

3.5 Arboreación

» Criterios de Arboreación

Los pasos que se siguieron para la arboreación son los siguientes:

• **Primero.**

Verificación de cuántos tipos de reactivos hay. Se hace con la finalidad de conocer los tipos de reactivos que formaran nuestro cuestionario.

• **Segundo.**

Elaboración de la Tabla de Equivalencias. Permite la identificación del reactivo con el número de pregunta que le corresponde en el cuestionario.

• **Tercero.**

Ordenación de los reactivos del menos complejo al más complejo. Nos permite una primera aproximación para la elaboración del cuestionario.

• **Cuarto.**

Ordenación de los reactivos por bloques, por medio de la elaboración de una tabla. Se alternó los reactivos de conocimiento y opinión. Proporciona una primera organización del cuestionario.

Los puntos anteriores quedan ilustrados en las siguientes tablas.

Tipos de Reactivos

Tipo de Reactivo	Reactivos
Sí / No	1.1.1, 1.2.1, 1.3.1, 1.4.1, 1.5.1, 1.6.1, 1.7.1, 1.8.1, 1.9.1, 3.8.1.2, 3.8.1.3, 3.8.1.4,
Tres opciones	3.3.1, 3.5.1, 3.7.1.1, 3.7.1.3.1, 3.7.1.3.2, 2.1.1, 1.1.2, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 1.1.5, 2.1.5, 1.1.6, 2.1.6, 2.2.1, 1.2.2, 2.2.2, 1.2.3, 2.2.3, 2.2.4, 1.2.5, 2.2.5, 2.2.6, 2.3.1, 1.3.2, 2.3.2, 2.3.3, 1.3.4, 2.3.4, 2.3.5, 1.3.6, 2.3.6, 2.4.1, 1.4.2, 2.4.2, 2.4.3, 2.4.4, 1.4.5, 2.4.5, 1.4.6, 2.4.6, 2.5.1, 2.5.2, 2.5.3, 1.5.4, 2.5.4, 1.5.5, 2.5.5, 2.6.1, 2.6.2, 1.6.3, 2.6.3, 1.6.4, 2.6.4
Seis opciones	3.1.1.1, 1.2.4,
Cinco opciones	3.4.1.1, 3.7.1.2.1, 3.8.1, 3.2.1, 3.6.1.1, 1.1.3, 1.1.4, 1.2.6, 1.3.3, 1.4.3, 1.5.2, 1.5.3, 1.5.6, 1.6.5,
Siete opciones	1.3.5, 1.4.4,
Nueve opciones	1.6.2,

TABLA DE EQUIVALENCIAS

No. de Pregunta	No. de Reactivo	No. de Pregunta	No. de Reactivo	No. de Pregunta	No. de Reactivo	No. de Pregunta	No. de Reactivo
1	3.1.1.1	30	1.2.2	58	1.4.4	84	1.6.5
2	3.2.1.1	31	2.2.2	59	2.4.4	85	2.6.5
3	3.3.1	32	1.2.3	60	1.4.5	86	1.6.6
4	3.4.1.1	33	2.2.3	61	2.4.5	87	2.6.6
5	3.5.1	34	1.2.4	62	1.4.6	88	1.7.1
6	3.6.1.1	35	2.2.4	63	2.4.6	89	2.7.1
7	3.7.1.1	36	1.2.5	64	1.5.1	90	1.7.2
8	3.8.1.1	37	2.2.5	65	2.5.1	91	2.7.2
9	3.8.1.2	38	1.2.6	66	1.5.2	92	1.7.3
10	3.8.1.2.1	39	2.2.6	67	2.5.2	93	2.7.3
11	3.8.1.3	40	1.3.1	68	1.5.3	94	1.7.4
12	3.8.1.3.1	41	2.3.1	69	2.5.3	95	2.7.4
13	3.8.1.3.2	42	1.3.2	70	1.5.4	96	1.7.5
14	3.8.1.4	43	2.3.2	71	2.5.4	97	2.7.5
15	3.8.1.4.1	44	1.3.3	72	1.5.5	98	1.7.6
16	1.1.1	45	2.3.3	73	2.5.5	99	2.7.6
17	2.1.1	46	1.3.4	74	1.5.6	100	1.8.1
18	1.1.2	47	2.3.4	75	2.5.6	101	2.8.1
19	2.1.2	48	1.3.5	76	1.6.1	102	1.8.2
20	1.1.3	49	2.3.5	77	2.6.1	103	2.8.2
21	2.1.3	50	1.3.6	78	1.6.2	104	1.8.3
22	1.1.4	51	2.3.6	79	2.6.2	105	2.8.3
23	2.1.4	52	1.4.1	80	1.6.3	106	1.9.1
24	1.1.5	53	2.4.1	81	2.6.3	107	2.9.1
25	2.1.5	54	1.4.2	82	1.6.4	108	1.9.2
26	1.1.6	55	2.4.2	83	2.6.4	109	2.9.2
27	2.1.6	56	1.4.3				
28	1.2.1	57	2.4.3				
29	2.2.1						

TABLA DE ORDENACIÓN DE REACTIVOS
del menos al más complejo

REACTIVO	REACTIVO	REACTIVO	REACTIVO
3.1.1.1	1.2.2	1.4.4	1.6.5
3.2.1.1	2.2.2	2.4.4	2.6.5
3.3.1	1.2.3	1.4.5	1.6.6
3.4.1.1	2.2.3	2.4.5	2.6.6
3.5.1	1.2.4	1.4.6	1.7.1
3.6.1.1	2.2.4	2.4.6	2.7.1
3.7.1.1	1.2.5	1.5.1	1.7.2
3.8.1.1	2.2.5	2.5.1	2.7.2
3.8.1.2	1.2.6	1.5.2	1.7.3
3.8.1.2.1	2.2.6	2.5.2	2.7.3
3.8.1.3	1.3.1	1.5.3	1.7.4
3.8.1.3.1	2.3.1	2.5.3	2.7.4
3.8.1.3.2	1.3.2	1.5.4	1.7.5
3.8.1.4	2.3.2	2.5.4	2.7.5
3.8.1.4.1	1.3.3	1.5.5	1.7.6
1.1.1	2.3.3	2.5.5	2.7.6
2.1.1	1.3.4	1.5.6	1.8.1
1.1.2	2.3.4	2.5.6	2.8.1
2.1.2	1.3.5	1.6.1	1.8.2
1.1.3	2.3.5	2.6.1	2.8.2
2.1.3	1.3.6	1.6.2	1.8.3
1.1.4	2.3.6	2.6.2	2.8.3
2.1.4	1.4.1	1.6.3	1.9.1
1.1.5	2.4.1	2.6.3	2.9.1
2.1.5	1.4.2	1.6.4	1.9.2
1.1.6	2.4.2	2.6.4	2.9.2
2.1.6	1.4.3		
1.2.1	2.4.3		
2.2.1			

ORDENACIÓN DE REACTIVOS POR BLOQUES

REACTIVO	OPCIONES DE RESPUESTA							
3.1.1.1 ¿Cuál es el nombre de la colonia donde vive?	a) Ampliación Daniel Garza	b) Daniel Garza	c) Molino del Rey	d) Observatorio	e) San Miguel Chapultepec sección 1	f) San Miguel Chapultepec sección 2		
3.2.1.1 ¿Cuál es su edad?	a) 18 a 23 años	b) 24 a 29 años	c) 30 a 35 años	d) 36 a 41 años	e) 54 a 60 años			
3.3.1 ¿Cuál es su sexo?	a) Mujer	b) Hombre						
3.4.1.1 ¿Cuál es su ocupación?	a) Ama de casa	b) Obrero	c) Empleado	d) Empresario	e) Profesionista	f) Estudiante		
3.5.1 ¿Cuál es su estado civil?	a) Soltero	b) Casado	c) Divorciado	d) Unión libre	e) Viudo			
3.6.1.1 ¿Qué integrante de la familia es?	a) Padre	a) Madre	b) Hijo	c) Abuelo				
3.7.1.1 ¿Cuál es su nivel escolar?	a) Primaria	b) Secundaria	c) Bachillerato	d) Carrera Técnica	e) Carrera Comercial	f) Carrera Bancaria	g) Licenciatura	h) Posgrado
3.8.1.1. ¿La casa que habita es?	a) Rentada	b) Propia						
3.8.1.2 ¿Tiene automóvil propio?	a) Sí	b) No						
3.8.1.2.1 ¿Cuál es el modelo de su automóvil?	a) Anterior a 1980		b) 1981 a 1986	c) 1987 a 1992	d) 1993 a 1998	e) 1999 a 2001		
3.8.1.3 ¿Acostumbra viajar?	a) Sí	b) No						
3.8.1.3.1 ¿Cuántas veces viaja al año?	a) Una vez	b) De dos a cuatro veces	c) De tres a seis veces					
3.8.1.3.2 ¿Los viajes que realiza son?	a) A provincia	b) Fuera del país.	c) Ambos					
3.8.1.4 ¿Acostumbra pasear en el D.F.?	a) Sí	b) No						
3.8.1.4.1 ¿A dónde acostumbra pasear en el D.F.?	a) A comer		b) Parques públicos	c) A tomar café	d) Ferias y Parques de diversiones			

1.1.1	¿Acostumbra asistir a Exposiciones?	a) Sí	b) No					
2.1.1	¿Visitar Exposiciones le parece?	a) Fuente de información	b) Opción de entretenimiento	c) Forma de adquirir cultura				
1.1.2	¿Cuándo fue la última vez que visitó una Exposición?	a) Hace un año	b) Hace tres meses	c) Hace seis meses				
2.1.2	¿La frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asiste le parece?	a) Aceptable	b) Suficiente	c) Insuficiente				
1.1.3	¿En dónde acostumbra ver Exposiciones?	a) Museos	b) Casas de Cultura	c) Galerías				
2.1.3	¿La institución donde asiste a Exposiciones le parece?	a) Buena	b) Regular	c) Mala				
1.1.4	¿Qué temas de Exposiciones prefiere?	a) Historia	b) Fotografía	c) Arqueología	d) Pintura y Escultura	e) Ciencia y Tecnología		
2.1.4	¿Los temas de las exposiciones presentadas en las instituciones a las que asiste le parecen?	a) Aburridos	b) Intrascendentes	c) Interesantes				
1.1.5	¿En qué horario prefiere visitar Exposiciones?	a) Fines de semana /mañana	b) Fines de semana / tarde	c) Martes a viernes / mañana	d) Martes a viernes / tarde	e) No tiene preferencia		
2.1.5	¿Los horarios de las Exposiciones que visita le parecen?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados				
1.1.6	¿Cuál es el costo de entrada a la Exposición que visita?	a) Gratuito	b) \$20.00 a \$ 50.00	c) \$ 51.00 a \$100.00				
2.1.6	¿El costo de entrada a la Exposición que visita le parece?	a) Excesivo	b) Aceptable	c) Barato				

1.2.1	¿Acostumbra asistir al Teatro?	a) Sí	b) No						
2.2.1	¿Asistir a funciones de Teatro le parece?	a) Fuente de información	b) Opción de entretenimiento	c) Forma de adquirir cultura					
1.2.2	¿Cuándo fué la última vez que asistió a una función de Teatro?	a) Hace un año	b) Hace tres meses	c) Hace seis meses					
2.2.2	¿La frecuencia de presentación de las obras en los Teatros a los que asiste le parece?	a) Excesiva	b) Suficiente	c) Insuficiente					
1.2.3	¿Qué temas prefiere en las obras de Teatro?	a) Terror	b) Dramas	c) Clásicas	d) Musicales	e) Cómicas	f) Policiacas		
2.2.3	¿Los temas de las obras de Teatro a las que asiste, le parecen?	a) Aburridas	b) Intrascendentes	c) Interesantes					
1.2.4	¿A qué tipo de Teatro asiste?	a) Comercial	b) Independiente	c) Universitario					
2.2.4	¿El tipo de Teatro al que asiste le parece?	a) De buena calidad	b) De regular calidad	c) De mala calidad					
1.2.5	¿En qué horario prefiere asistir al Teatro?	a) Martes a viernes	b) Sábado o domingo 1a. función	c) Sábado o domingo 2a. función					
2.2.5	¿Los horarios de las obras de Teatro a las que asiste le parecen?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados					
1.2.6	¿Cuál es el costo de la entrada a las funciones de Teatro a las que asiste?	a) Gratuito	b) De \$20.00 a \$50.00	c) De \$51.00 a \$100.00	d) \$101.00 a \$200.00	e) \$201.00 ó más.			
2.2.6	¿El costo de entrada a las funciones a las que asiste, le parece?	a) Excesivo	b) Aceptable	c) Barato					

1.3.1	¿Acostumbra Leer Libros?	a) Sí	b) No				
2.3.1	¿Leer Libros le parece?	a) Fuente de información	b) Opción de entretenimiento	c) Forma de adquirir cultura			
1.3.2	¿Qué temas prefiere cuando lee Libros?	a) Terror	b) Historia	c) Novelas	d) Cuento	e) Policiacos	f) Ciencia ficción
2.3.2	¿Los temas de los Libros que lee le parecen?	a) Aburridos	b) Aceptables	c) Interesantes			
1.3.3	¿Los Libros que lee los obtiene por medio de?	a) Compra	b) biblioteca o libro club	c) Préstamo de conocidos			
2.3.3	¿El servicio de préstamo de Libros de Biblioteca o Libro club a los que asiste le parece?	a) Práctico	b) Necesario	c) Impráctico			
1.3.4	¿Cuándo fué la última vez que asistió a la Biblioteca o Libro club?	a) Hace un mes	b) Hace tres meses	c) Hace seis meses			
2.3.4	¿La frecuencia de préstamo de libros de la Biblioteca o Libro club a los que acude le parece?	a) Suficiente	b) Aceptable	c) Insuficiente			
1.3.5	¿En qué horario prefiere asistir a la Biblioteca o Libro club?	a) Fines de semana / mañana	b) Fines de semana / tarde	c) Lunes a viernes / mañana	d) Lunes a viernes / tarde	e) No tiene preferencia	
2.3.5	¿El horario de atención de Bibliotecas o Libro club a los que asiste le parece?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados			
1.3.6	¿Cuál es el costo de los Libros que compra?	a) \$ 20.00 a \$ 50.00	b) \$ 51.00 a \$ 100.00	c) \$101.00 ó más			
2.3.6	¿El costo de los Libros que compra le parece?	a) Excesivo	b) Aceptable	c) Barato			

1.4.1 ¿Acostumbra asistir al Cine?	a) Sí	b) No				
2.4.1 ¿Asistir al Cine le parece?	a) Fuente de información	b) Opción de entretenimiento	c) Forma de adquirir cultura			
1.4.2 ¿Cuándo fué la última vez que asistió al Cine?	a) Hace un mes	b) Hace tres meses	c) Hace seis meses			
2.4.2 ¿La cantidad de funciones programadas en los Cines a los que asiste le parece?	a) Excesiva	b) Suficiente	c) Insuficiente			
1.4.3 ¿Qué temas de películas prefiere?	a) Terror	b) Acción	c) Drama	d) Cómicas	e) Policlacas	f) Románticas
2.4.3 ¿Los temas de las películas presentadas en los Cines a los que asiste le parecen?	a) Aburridos	b) Intrascendentes	c) Interesantes			
1.4.4 ¿A qué tipo de salas de Cine prefiere asistir?	a) Comerciales	b) Cine clubes	c) Escuelas			
2.4.4 ¿Las salas de Cine a las que asiste le parecen?	a) De buena calidad	b) De regular calidad	c) De mala calidad			
1.4.5 ¿En qué horario prefiere asistir al Cine?	a) Sábado o domingo / tarde	b) Sábado o domingo / noche	c) Entre semana / tarde	d) Entre semana / noche	e) No tiene preferencia	
2.4.5 ¿Los horarios de las funciones del Cine al que acude le parecen?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados			
1.4.6 ¿Cuál es el costo de las funciones de Cine a las que asiste?	a) Gratuito	b) \$ 20.00 a \$ 50.00	c) \$ 51.00 a \$ 100.00			
2.4.6. ¿El costo de entrada a las funciones del Cine al que asiste le parece?	a) Excesivo	b) Aceptable	c) Barato			

1.5.1	¿Acostumbra asistir a Conciertos de Música?	a) Sí	b) No				
2.5.1	¿Asistir a Conciertos le parece?	a) Manera de convivir.	b) Forma de adquirir cultura	c) Opción de entretenimiento			
1.5.2	¿Cuándo fue la última vez que asistió a un Concierto?	a) Hace un mes	b) Hace tres meses	c) Hace seis meses			
2.5.2	¿La frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asiste le parece?	a) Excesiva	b) Suficiente	c) Insuficiente			
1.5.3	¿Qué tipo de música es la que prefiere en los Conciertos?	a) Jazz	b) Rock	c) Coral	d) Clásica	e) Tropical	f) Banda y Grupera
2.5.3	¿La música presentada en los Conciertos a los que asiste le parece?	a) De buena calidad	b) De regular calidad	c) De mala calidad			
1.5.4	¿A dónde asiste a Conciertos?	a) Escuelas	b) Auditorios	c) Instituciones culturales			
2.5.4	¿Los lugares a los que asiste a Conciertos le parecen?	a) Malos	b) Buenos	c) Regulares			
1.5.5	¿En qué horario prefiere asistir a Conciertos?	a) Lunes a viernes / tarde	b) Lunes a viernes / noche	c) Fines de semana / mañana	d) Fines de semana / tarde	e) Fines de semana / noche	
2.5.5	¿Los horarios de los Conciertos a los que asiste le parecen?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados			
1.5.6	¿Cuál es el costo de los Conciertos a los que asiste?	a) Gratuito	b) \$ 20.00 a \$ 50.00	c) \$ 51.00 a \$ 100.00	d) \$101.00 a \$200.00	e) \$ 201.00 ó más	
2.5.6	¿El costo de los Conciertos de música a los que asiste le parece?	a) Barato	b) Aceptable	c) Excesivo			

1.6.1	¿Practica usted alguna Danza o Baile?	a) Sí	b) No						
2.6.1	¿Practicar alguna Danza o Baile le parece?	a) Manera de convivir		b) Forma de adquirir cultura		c) Opción de entretenimiento			
1.6.2	¿Qué tipo de Danza o Baile prefiere?	a) Rock	b) Tango	c) Jazz	d) Danza árabe	e) Banda y Grupera	f) Danza oriental	g) Danza folklórica	h) Bailes de salón: danzón, cha-cha-chá, cumbia, merengue y mambo
2.6.2	¿El tipo de Danza o Baile que practica lo hace porque es?	a) Interesante		b) Novedoso		c) Ejercitante			
1.6.3	¿En dónde aprendió la Danza o Baile que practica?	a) Por su cuenta		b) Escuela de baile		c) Institución cultural			
2.6.3	¿La institución donde practica la Danza o Baile le parece?	a) Mala		b) Buena		c) Regular			
1.6.4	¿Cuántas veces al año toma clases de Danza o Baile	a) Una vez		b) Dos veces		c) Tres veces			
2.6.4	¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Danza o Baile en la institución a la que asiste le parece?	a) Excesiva		b) Suficiente		c) Insuficiente			
1.6.5	¿En qué horario asiste a clases de Danza o Baile?	a) Sábado o domingo/ mañana		b) Sábado o domingo/ tarde		c) Lunes a viernes / mañana		d) Lunes a viernes / tarde	e) Lunes a viernes / noche
2.6.5	¿Los horarios de las clases de Danza o Baile a las que asiste le parecen?	a) Adecuados		b) Regulares		c) Inadecuados			
1.6.6	¿Cuál es el costo de las clases de Danza o Baile que practica?	a) Gratuito	b) \$ 20.00 a \$ 50.00	c) \$ 51.00 a \$ 100.00		d) \$101.0 a \$200.00	e) \$ 201.00 ó más		
2.6.6	¿El costo de las clases de Danza o Baile a las que asiste le parece?	a) Excesivo		b) Aceptable		c) Barato			

1.7.1	¿Asiste usted a algún Taller Artístico Cultural?	a) Sí	b) No						
2.7.1	¿Asistir a un Taller le parece?	a) Forma de adquirir cultura	b) Opción de entretenimiento	c) Manera de convivir					
1.7.2	¿Cuántas veces al año toma clases de Taller?	a) Una vez	b) Dos veces	c) Cuatro veces					
2.7.2	¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Taller en la institución a la que asiste le parece?	a) Excesiva	b) Suficiente	c) Insuficiente					
1.7.3	¿En dónde toma clases de Taller?	a) Museos	b) Casas de Cultura	c) Centros comunitarios					
2.7.3	¿La institución donde practica su Taller le parece?	a) De buena calidad	b) De regular calidad	c) De mala calidad					
1.7.4	¿Cuál Taller prefiere?	a) Dibujo	b) Pintura	c) Fotografía	d) Cerámica	e) Escultura	f) Guitarra	g) Manualidades	h) Idiomas
2.7.4	¿El Taller que practica le parece?	a) Interesante	b) Novedoso	c) Ejercitante					
1.7.5	¿En qué horario prefiere asistir a clases de Taller?	a) Sábado o domingo / mañana	b) Sábado o domingo / tarde	c) Lunes a viernes / mañana	d) Lunes a viernes / tarde	e) Lunes a viernes / noche			
2.7.5	¿Los horarios del Taller al que asiste le parecen?	a) Adecuados	b) Regulares	c) Inadecuados					
1.7.6	¿Cuál es el costo de las clases del Taller que practica?	a) Gratuito	b) \$20.00 a \$50.00	c) \$51.00 a \$100.00	d) \$101.00 a \$200.00	e) \$201.00 ó más			
2.7.6	¿El costo de las clases del Taller a las que asiste le parecen?	a) Barato	b) Aceptable	c) Excesivo					

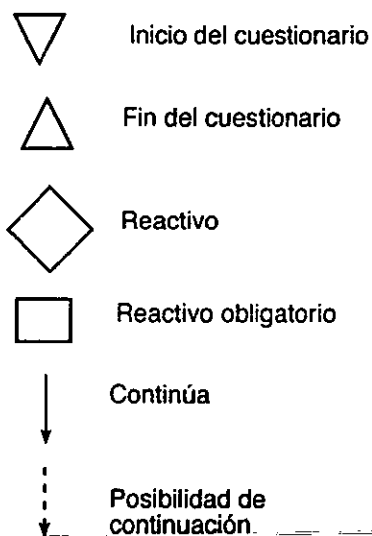
1.8.1 ¿Conoce la Casa de Cultura Quinta Colorada?	a) Sí	b) No				
2.81 ¿Asistir a la casa de CCQC le parece?	a) Forma de adquirir cultura	b) Opción de entretenimiento	c) Manera de convivir			
1.8.2 ¿Dónde está ubicada la CCQC?	a) En la 1a. sección del Bosque de Chapultepec, junto al Audiorama		b) Junto a la Montaña Rusa		c) En el Bosque de Aragón	
2.8.2 ¿La ubicación de la CCQC le parece?	a) Accesible	b) Inaccesible	c) Complicada			
1.8.3 ¿Qué tipo de actividades se imparten en la CCQC?	a) Ecológicas	b) Culturales	c) Orientales			
2.8.3 ¿Las actividades culturales de la CCQC le parecen?	a) Aburridas	b) Interesantes	c) Intrascendentes			
1.9.1 ¿Ha participado en alguna de las actividades culturales de la CCQC?	a) Sí		b) No			
2.9.1 ¿La actividad que usted practica en la CCQC le parece?	a) Novedosa	b) Interesante	c) Ejercitante			
1.9.2 ¿En cuál actividad cultural de la CCQC ha participado?	a) Talleres	b) Libro club	c) Cine club	d) Circuito Cultural	e) Visita a exposiciones	f) Presentación de libros
2.9.2 ¿Sobre la actividad cultural que realiza la CCQC usted piensa que es?	a) De buena calidad	b) De regular calidad	c) De mala calidad			

3.5.1 Diagrama de Arboreación

El objetivo de elaborar el Diagrama de Arboreación es ilustrar la organización de la secuencia de las preguntas, para la aplicación de la encuesta.

Otra utilidad que presenta es proporcionar una herramienta para la capacitación de encuestadores.

La simbología utilizada es la siguiente:



- El lado izquierdo de la hoja se usa para cancelar
- El lado derecho de la hoja para la posibilidad de continuar

DIAGRAMA DE ARBOREACIÓN

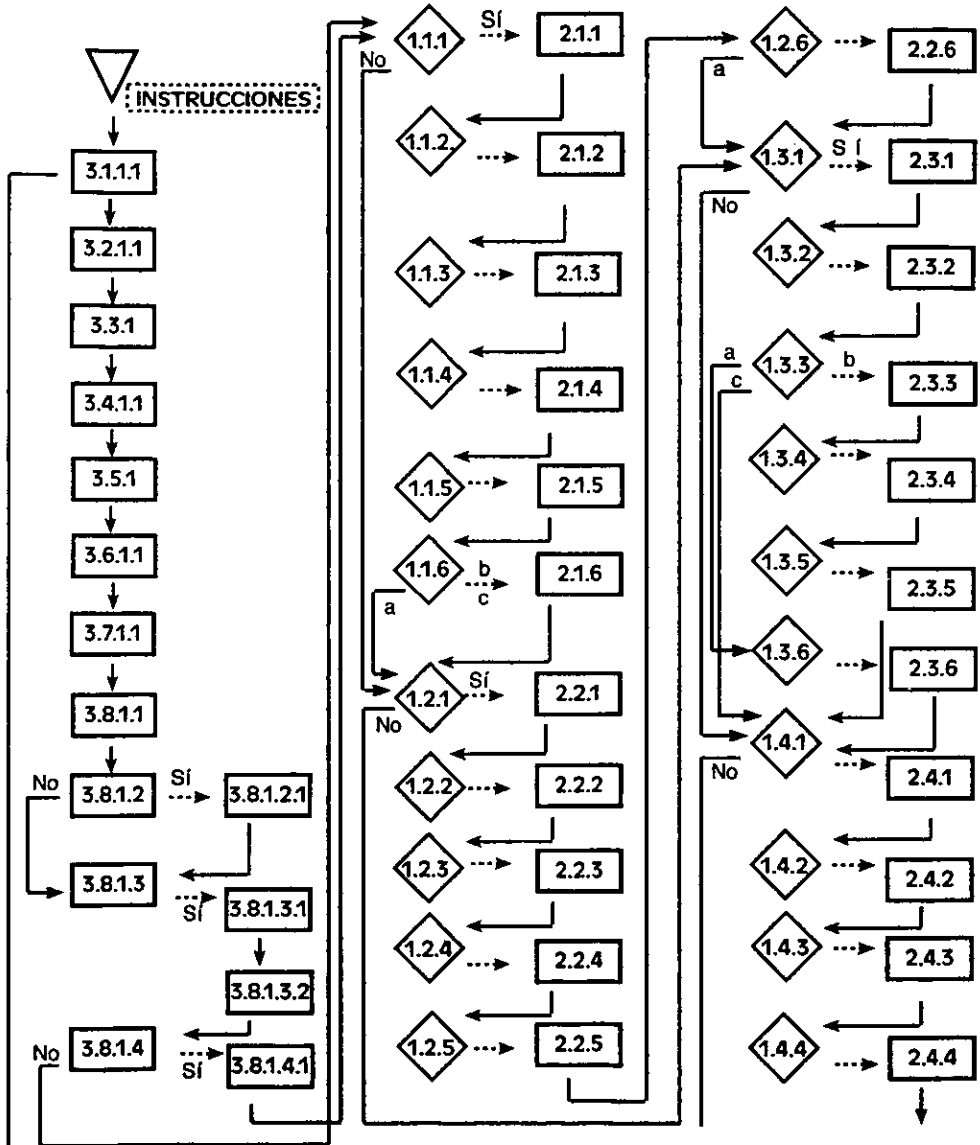
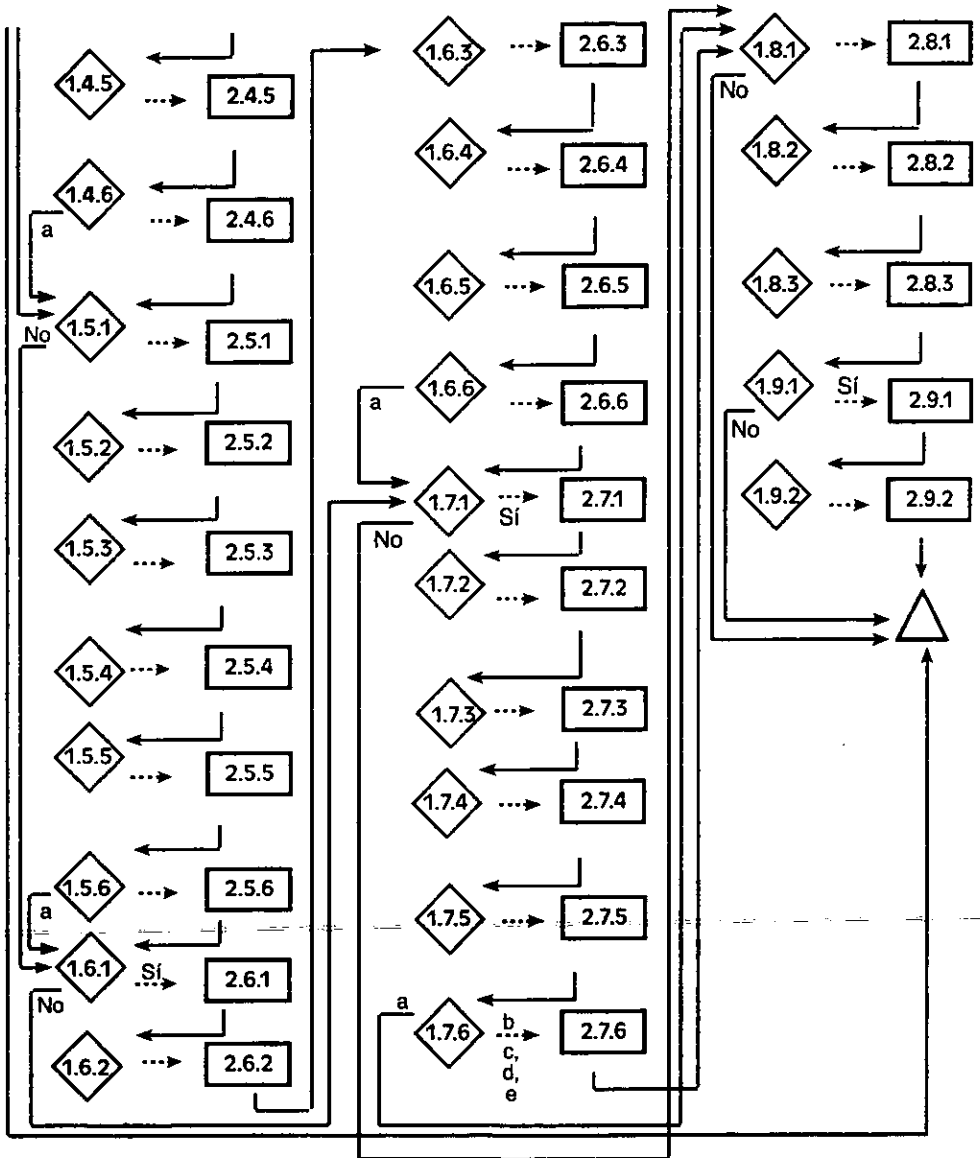


DIAGRAMA DE ARBOREACIÓN



3.6 Procedimiento de Piloteo

» Utilidad del Piloteo

La finalidad de aplicar una encuesta de piloteo es obtener una primera aproximación del funcionamiento del cuestionario.

Asimismo, se tratará de saber si los Reactivos miden correctamente a los Indicadores.

El procedimiento de encuesta que se siguió fue el siguiente:

1) Salutación:

Buenos días / buenas tardes.

2) Presentación:

Mi nombre es María Elisa Peralta,
soy estudiante de la E.N.E.P. Acatlán.

3) Objetivo de la visita:

Estoy realizando mi trabajo de investigación de tesis profesional, la cual es un estudio de Opinión Pública, que incluye una encuesta.
(si es necesario mostrar la credencial de participante del seminario)

4) ¿Sería usted tan amable de contestar mi encuesta?

5) En caso de respuesta negativa: dar las gracias y proceder a buscar el siguiente posible encuestado.

En caso de respuesta positiva: dar las gracias y proceder a la aplicación de la encuesta.

6) La encuesta debe ser leída y marcada por el encuestador.

7) Iniciar con la lectura de la presentación del cuestionario.

8) Inicio de preguntas.

» Verificación del Diagrama de Arboreación

• Observaciones

Durante la aplicación de la encuesta piloto se encontró en el cuestionario que:

- En el caso de la categoría 1.1 Conocimiento del consumo de Museos por los habitantes de las seis colonias aledañas a la Casa de Cultura Quinta Colorada, es erróneo, puesto que no permite la medición de consumo cultural Exposiciones. Por lo tanto, la categoría 1.1 queda establecida, a partir del piloteo, como **Conocimiento del consumo de Exposiciones** de los habitantes de las seis colonias aledañas a la Casa de Cultura Quinta Colorada.
- Se encontró que faltaron instrucciones para la secuencia correcta de las preguntas. Por ejemplo, en la pregunta número 9 que dice ¿Tiene automóvil propio?, no había sugerencia de continuidad en el caso de obtener por respuesta la opción b) No, porque en tal caso no se podía continuar a la pregunta 10.
- En algunos casos, y debido a las respuestas obtenidas de los encuestados, se agregaron opciones de respuesta, como en la pregunta número 95: ¿Qué tipo de taller artístico cultural prefiere?; se agregó la opción: g) Manualidades.
- En el caso de la Categoría 1.3 (Consumo de libros, bibliotecas y libro club), se encontró falta de instrucciones e incorrecta organización de las preguntas. Se procedió a corregir el orden de las mismas y se agregaron las indicaciones necesarias.
- En las instrucciones generales del cuestionario se agregó la posibilidad de marcar más de una opción, debido a que los encuestados seleccionaron más de una opción en la mayoría de los casos.

• Correcciones en los Reactivos

Además de las correcciones señaladas anteriormente se realizaron los siguientes cambios:

≈ La pregunta número 16 ¿Cuál es su ocupación? se colocó en el número cuatro, por considerarse más apropiado.

≈ En la pregunta número siete, se agregaron dos opciones: Carrera comercial y Carrera Bancaria.

≈ En la pregunta número 14 se cambiaron las opciones: a) nacionales y b) internacionales, por a) A provincia y b) Fuera del país, puesto que las primeras causaban confusión al encuestado.

≈ Se cambió la redacción de la pregunta 15.- ¿Acostumbra a pasear? por ¿Acostumbra a pasear en el D.F.?, puesto que la primera causaba confusión al encuestado.

≈ Se agregó instrucciones a las preguntas número: 2, 3, 9, 15, 27, 39, 45, 63, 65, 75, 87, 99 y 101

3.6.1 Informe del Procedimiento del Piloteo

» La forma de abordar al encuestado

Por los resultados obtenidos la forma de abordar al encuestado fue la correcta; ninguno de las personas requeridas se negó a contestar la encuesta.

» Errores durante el Piloteo

Uno de los errores cometidos fue la elección del horario (día y hora) para aplicar la encuesta, puesto que se dificultó encontrar en su casa a hombres para cumplir con la limitación establecida para el piloteo: cinco hombres y cinco mujeres.

» Correcciones al Piloteo

Para corregir el problema anterior se abordó a los sujetos en su centro de trabajo o en la calle.

» Quien escribe en el Cuestionario

El encuestador se encargó de leer y marcar la encuesta, encontrando las siguientes ventajas:

- Comodidad al encuestado de leerle las preguntas y opciones de respuesta.
- Se le dio un ritmo ágil a la encuesta; Por el conocimiento del encuestador sobre el cuestionario se pudo sufragar la falta de instrucciones de continuidad en algunas de las preguntas.

» Situación de Encuesta

Las encuestas se realizaron en la puerta de la casa del encuestado, algunas en la banqueta y otras en el centro de trabajo del encuestado.

» Procesamiento estadístico

Se presentan las Tablas del Piloteo, efectuado a 10 personas que fueron seleccionadas del universo de esta investigación, como sigue:

- Un habitante de la Colonia Ampliación Daniel Garza, edad de 18 a 60 años.
- Tres habitantes de la Colonia Daniel Garza, edad de 18 a 60 años.
- Tres habitantes de la Colonia Molino del Rey, edad de 18 a 60 años.
- Un habitante de la Colonia San Miguel Chapultepec sección 1, edad de 18 a 60 años.
- Un habitante de la Colonia San Miguel Chapultepec sección 2, edad de 18 a 60 años.
- Un habitante de la Colonia Observatorio, edad de 18 a 60 años.

La cantidad de encuestados para el piloteo fue determinada en base a la población de cada colonia. En las de mayor habitantes se encuestó a una persona y viceversa.

La forma de seleccionar las casas a encuestar, es la establecida por el teórico Manuel Martín Serrano:

- 1.- Ubicar el centro de la colonia.
- 2.- Caminar hacia el norte dos cuadras.
- 3.- Vuelta a la Derecha.
- 4.- Contar: casa uno, casa dos y casa tres; en esta última se inicia la encuesta.
- 5.- Repetir el procedimiento de conteo hasta completar el número de encuestados.

3.7 Cuestionario Final

A continuación se presenta las Tablas de Piloteo en las que se hizo el vaciado de resultados del mismo.

En base al Piloteo se realizaron correcciones al Cuestionario, dando como resultado el Cuestionario final, el cual se presenta después de las Tablas de Piloteo.

TABLAS DE PILOTEO

REACTIVO	OPCIONES													
3.1.1.1 ¿Cuál es el nombre de la colonia donde vive?	a)		b)		c)		d)		e)		f)			
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%		
	3	30	3	30	1	10	1	10	1	10	1	10		
3.2.1.1 ¿Cuál es su edad?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	2	20	1	10	3	30	1	10	0	0	0	0
3.3.1 ¿Cuál es su sexo?	a)		b)											
	Fr.	%	Fr.	%										
	5	50	5	50										
3.4.1.1 ¿Cuál integrante de la familia es?	a)		b)		c)		d)		e)					
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%		
	2	20	1	10	6	60	0	0	1	10				
3.5.1 ¿Cuál es su estado civil?	a)		b)		c)		d)		e)					
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%				
	5	50	3	30	1	10	1	10	0	0				
3.6.1.1 ¿Cuál es su nivel escolar?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	1	10	3	30	1	10	2	20	1	10
3.7.1.1 ¿La casa que habita es?	a)		b)											
	Fr.	%	Fr.	%										
	2	20	8	80										
3.8.1.1 ¿Tiene automóvil propio?	a)		b)											
	Fr.	%	Fr.	%										
	2	20	8	80										
3.8.1.2 ¿Cuál es el modelo de su automóvil?	a)		b)		c)		d)		e)					
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%		
	0	0	0	0	1	10	0	0	1	10				

3.8.1.3 ¿Acostumbra viajar?	a)		b)	
	Fr. 7	% 70	Fr. 3	% 30

3.8.1.3.1 ¿Cuántas veces viaja al año?	a)		b)		c)	
	Fr. 1	% 10	Fr. 3	% 30	Fr. 2	% 20

3.8.1.3.2 ¿Los viajes que realiza son?	a)		b)		c)	
	Fr. 6	% 60	Fr. 0	% 0	Fr. 1	% 10

3.8.1.4 ¿Acostumbra pasear?	a)		b)	
	Fr. 7	% 70	Fr. 3	% 30

3.8.1.4.1 ¿A dónde acostumbra pasear?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr. 2	% 20	Fr. 5	% 50	Fr. 4	% 40	Fr. 1	% 10	Fr. 0	% 0

3.9.1 ¿Cuál es su ocupación?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr. 2	% 20	Fr. 1	% 10	Fr. 2	% 20	Fr. 1	% 10	Fr. 1	% 10	Fr. 2	% 20	Fr. 0	% 0

1.1.1 ¿Acostumbra asistir a Museos?	a)		b)	
	Fr. 7	% 70	Fr. 3	% 30

2.1.1 ¿La visita a Museos le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 1	% 10	Fr. 1	% 10	Fr. 5	% 50

1.1.2 ¿Cuándo fue la última vez que visitó un Museo?	a)		b)		c)	
	Fr. 2	% 20	Fr. 2	% 20	Fr. 3	% 30

2.1.2 ¿La frecuencia de las exposiciones presentadas en los Museos a los que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 4	% 40	Fr. 0	% 0	Fr. 3	% 30

1.1.3 ¿Qué tipo de exposiciones prefiere cuando va al Museo?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	2	20	2	20	1	10	1	10	5	50

2.1.3 ¿Los temas de las exposiciones presentadas en los Museos a los que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	6	60

1.1.4 ¿A qué tipo de Museos asiste?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	7	70	0	0	0	0

2.1.4 ¿Los Museos que ha visitado le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	4	40	3	30	0	0

1.1.5 ¿En qué horario prefiere visitar Museos?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	4	40	2	20	1	10	0	0	1	10	0	0	0	0

2.1.5 ¿Los horarios de visita, de los Museos que frecuenta, le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	4	40	2	20	1	10

1.1.6 ¿Cuál es el costo de entrada al Museo que visita?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	5	50	2	20	0	0

2.1.6 ¿El costo de entrada al Museo que visita le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	2	20	0	0

1.2.1 ¿Acostumbra asistir al Teatro?	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	2	20	8	80

2.2.1 ¿Asistir a funciones de Teatro le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	1	10

1.2.2 ¿Cuándo fue la última vez que asistió a una función de Teatro?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	0	0	1	10

2.2.2 ¿La frecuencia con que son presentadas las obras en los Teatros a los que acude le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	1	10

1.2.3 ¿Qué temas prefiere en las obras de Teatro?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2.2.3 ¿Los temas de las obras de Teatro a las que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	0	0

1.2.4 ¿A qué tipo de Teatro asiste?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	1	10	0	0

2.2.4 ¿El tipo de Teatro al que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	1	10	0	0

1.2.5 ¿En qué horario prefiere asistir al Teatro?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	0	0

2.2.5 ¿Los horarios de las obras de Teatro a las que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	0	0

1.2.6 ¿Cuál es el costo de la entrada a las funciones de Teatro a las que asiste?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0	1	10	0	0

2.2.6 ¿El costo de entrada de las funciones a las que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	0	0

1.3.1 ¿Acostumbra leer libros?	a)		b)	
	Fr. 10	% 100	Fr. 0	% 0

2.3.1 ¿Leer libros le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 4	% 40	Fr. 2	% 20	Fr. 6	% 60

1.3.2 ¿Los libros que lee los obtiene por medio de?	a)		b)		c)	
	Fr. 10	% 100	Fr. 0	% 0	Fr. 3	% 30

2.3.2 ¿El servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club a los que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

1.3.3 ¿Cuándo fué la última vez que asistió a la biblioteca o el libro club?	a)		b)		c)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

2.3.3 ¿La frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club a los que acude le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

1.3.4 ¿Qué temas prefiere cuando lee libros?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)		h)	
	Fr. 4	% 40	Fr. 0	% 0	Fr. 3	% 30	Fr. 4	% 40	Fr. 1	% 10	Fr. 1	% 10	Fr. 1	% 10	Fr. 1	% 10

2.3.4 ¿La variedad de temas de los libros que hay en la biblioteca o el libro club al que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

1.3.5 ¿En qué horario prefiere asistir a la biblioteca o el libro club?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

2.3.5 ¿El horario de atención de bibliotecas o libro club a los que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0	Fr. 0	% 0

1.3.6 ¿Cuál es el costo de los libros que compra?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	2	20	6	60	2	20

2.3.6 ¿El costo de los libros que compra le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	5	50	2	20

1.4.1 ¿Acostumbra asistir al Cine?	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	9	90	1	10

2.4.1 ¿Asistir al Cine le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	8	80	1	10

1.4.2 ¿Cuándo fue la última vez que asistió al Cine?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	5	50	4	40	0	0

2.4.2 ¿La cantidad de funciones programadas en los Cines a los que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	8	80	1	10

1.4.3 ¿Qué temas de película prefiere?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	0	0	3	30	1	10	2	20	0	0	2	20

2.4.3 ¿Los temas de las películas presentadas en los Cines que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	3	30	5	50

1.4.4 ¿A qué tipo de salas de Cine prefiere asistir?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	8	80	1	10	0	0

2.4.4 ¿Las salas de Cine a las que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	4	40	5	50	0	0

1.4.5 ¿En qué horario prefiere asistir al Cine?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	1	10	1	10	4	40	0	0

2.4.5 ¿Los horarios de las funciones del Cine al que acude le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	5	50	3	30	1	10

1.4.6 ¿Cuál es el costo de las funciones de Cine a las que asiste?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	8	80	1	10

2.4.6 ¿El costo de entrada a las funciones del Cine al que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	4	40	4	40	1	10

1.5.1 ¿Acostumbra asistir a Conciertos de música?	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	6	60

2.5.1 ¿Asistir a Conciertos le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	1	10

1.5.2 ¿Cuándo fué la última vez que asistió a un Concierto?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	3	30	0	0

2.5.2 ¿La frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	2	20	0	0

1.5.3 ¿Qué tipo de música es la que prefiere en los Conciertos?	a)		b)		c)		d)		e)		f)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0

2.5.3 ¿La música presentada en los Conciertos a los que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	0	0	0	0

1.5.4 ¿A dónde asiste a Conciertos?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	2	20	0	0	1	10

2.5.4 ¿Los lugares a los que asiste a Conciertos le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	2	20	1	10	0	0

1.5.5 ¿En qué horario prefiere asistir a Conciertos?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	1	10	0	0	0	0

2.5.5 ¿Los horarios de los Conciertos a los que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	3	30	0	0	0	0

1.5.6 ¿Cuál es el costo de los Conciertos a los que asiste?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0	1	10	3	30

2.5.6 ¿Los costos de los Conciertos a los que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	2	20	1	10

1.5.7 ¿Practica alguna Danza o Baile	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	9	90

2.5.7 ¿Practicar alguna Danza o Baile le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	1	10

1.5.8 ¿Cuál Danza o Baile prefiere?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)		h)		i)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2.5.8 ¿El tipo de Danza o Baile que practica lo hace porque es?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0

1.5.9 ¿En dónde aprendió la Danza o Baile que practica?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	0	0	0	0

2.7.2 ¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Taller en la institución a la que asiste le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0

1.7.3 ¿En dónde toma clases de Taller?	a)		b)		c)		d)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0	1	10

2.7.3 ¿La institución donde practica su Taller le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	1	10

1.7.4 ¿Cuál Taller prefiere?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)		h)		i)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2.7.4 ¿El Taller que practica le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	1	10	0	0	0	0

1.7.5 ¿En qué horario prefiere asistir a clases de Taller?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	0	0	0	1	10	0	0

2.7.5 ¿Los horarios del Taller al que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0

1.7.6 ¿Cuál es el costo de las clases del Taller que practica?	a)		b)		c)		d)		e)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0

2.7.6 ¿El costo de las clases del Taller a las que asiste le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	1	10	0	0

1.8.1 ¿Conoce la Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC)?	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	10	100

2.8.1 ¿Asistir a la CCQC le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

1.8.2 ¿Dónde está ubicada la CCQC?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

2.8.2 ¿La ubicación de la CCQC le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

1.8.3 ¿Qué tipo de actividades se imparten en la CCQC?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

2.8.3 ¿Las actividades culturales de la CCQC le parecen?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

1.9.1 ¿Ha participado en alguna de las actividades culturales de la CCQC?	a)		b)	
	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0

2.9.1 ¿La actividad que usted practica en la CCQC le parece?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0

1.9.2 ¿En cuál actividad cultural de la CCQC ha participado?	a)		b)		c)		d)		e)		f)		g)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2.9.2 ¿Sobre la actividad cultural que realiza la CCQC usted piensa que es?	a)		b)		c)	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
	0	0	0	0	0	0



CUESTIONARIO

Estimado vecino,

Este Cuestionario tiene la finalidad de conocer el tipo de actividades culturales -como cine, teatro, exposiciones, etcétera- que usted prefiere, con el propósito de mejorar y adecuar nuestros servicios a sus necesidades.

Le pedimos conteste el siguiente cuestionario de acuerdo a la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados con fines estadísticos y de manera confidencial. Si usted desea conocer los resultados, favor de acudir a:

Casa de Cultura Quinta Colorada
Departamento de Difusión
Av. Pedro Antonio de los Santos y Av. Constituyentes
Primera Sección del Bosque de Chapultepec

Muchas gracias por su cooperación.

· INSTRUCCIONES GENERALES

A continuación se presenta una lista de preguntas con sus opciones de respuesta. Marque con una "X" la respuesta seleccionada. Puede elegir más de una opción.

1.- ¿Cuál es el nombre de la colonia donde vive?

- | | |
|----------------------------|-------------------------------------|
| a) Ampliación Daniel Garza | d) Observatorio |
| b) Daniel Garza | e) San Miguel Chapultepec sección 1 |
| c) Molino del Rey | f) San Miguel Chapultepec sección 2 |

En la siguiente pregunta no leer las opciones al encuestado.

2.- ¿Cuál es su edad?

- | | |
|----------------------|-----------------|
| a) 18 a 23 años | e) 42 a 47 años |
| b) 24 a 29 años | f) 48 a 53 años |
| c) 30 a 35 años | g) 54 a 60 años |
| d) 36 años a 41 años | |

No leer la siguiente pregunta al encuestado ni las opciones de respuesta.

3.- ¿Cuál es su sexo?

- a) Hombre b) Mujer

4.- ¿Cuál es su ocupación?

- a) Ama de Casa b) Obrero c) Empleado d) Empresario e) Profesionista f) Estudiante

5.- ¿Cuál es su estado civil?

- a) Soltero b) Casado c) Divorciado d) Unión libre e) Viudo

6.- ¿Cuál integrante de la familia es?

- a) Padre b) Madre c) Hijo d) Abuelo

7.- ¿Cuál es su nivel escolar?

- a) Primaria b) Secundaria c) Bachillerato d) Carrera Técnica
e) Carrera Comercial f) Carrera Bancaria g) Licenciatura h) Posgrado

8.- ¿La casa que habita es?

- a) Rentada b) Propia

9.- ¿Tiene automóvil propio?

- a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SÍ, continuar con la pregunta 10.

Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 11.

10.- ¿Cuál es el modelo de su automóvil?

- a) Anterior a 1980 b) 1981 a 1986 c) 1987 a 1992 d) 1993 a 1998 e) 1999 a 2001

11.- ¿Acostumbra viajar?

- a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SÍ, continuar con la pregunta 13

Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 16.

12.- ¿Cuántas veces viaja al año?

- a) Una vez b) De dos a cuatro veces c) De tres a seis veces

13.- ¿Los viajes que realiza son?

- a) A provincia b) Fuera del país c) Ambos

14.- ¿Acostumbra pasear en el D.F.?

- a) Sí b) No

Si su respuesta es SÍ, continuar con la pregunta 15.
Si la respuesta es NO, continuar en la pregunta 16.

15.- ¿A dónde acostumbra pasear?

- a) A comer b) Parques públicos c) A tomar un café d) Ferias y parques de diversiones
-

16.- ¿Acostumbra asistir a Exposiciones?

- a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SÍ, continuar con la pregunta 17.

Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 28.

17.- ¿Visitar Exposiciones le parece?

- a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura

18.- ¿Cuándo fue la última vez que visitó una Exposición?

- a) Hace un año b) Hace tres meses c) Hace seis meses

19.- ¿La frecuencia de las exposiciones presentadas en las instituciones a las que asiste le parece?

- a) Aceptable b) Suficiente c) Insuficiente

20.- ¿En dónde acostumbra visitar Exposiciones?

- a) Museos b) Casas de Cultura c) Galerías

21.- ¿La institución donde asiste a Exposiciones le parece?

- a) Buena b) Regular c) Mala

22.- ¿Qué tipo de exposiciones prefiere?

- a) Historia b) Fotografía c) Arqueología d) Pintura y escultura e) Ciencia y tecnología

23.- ¿Los temas de las exposiciones presentadas en las instituciones a las que asiste le parecen?

- a) Aburridos b) Intrascendentes c) Interesantes

24.- ¿En qué horario prefiere visitar Exposiciones?

- a) Fines de semana / mañana d) Martes a viernes / tarde
b) Fines de semana / tarde e) No tiene preferencia
c) Martes a viernes / mañana

25.- ¿Los horarios de las Exposiciones que visita, le parecen?

- a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados

26.- ¿Cuál es el costo de entrada a la Exposición que visita?

- a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$ 100.00

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 28.
Si su respuesta fue (b) y/o (c), continuar en la pregunta 27.

27.- ¿El costo de entrada a la Exposición que visita le parece?
a) Excesivo b) Aceptable c) Barato

.....
28.- ¿Acostumbra asistir al Teatro?
a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, continuar con la pregunta 29.
Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 40.

29.- ¿Asistir a funciones de Teatro le parece?
a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura

30.- ¿Cuándo fue la última vez que asistió a una función de Teatro?
a) Hace un año b) Hace tres meses c) Hace seis meses

31.- ¿La frecuencia con que son presentadas las obras en los Teatros a los que asiste le parece?
a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente

32.- ¿Qué temas prefiere en las obras de Teatro?
a) Terror b) Dramas c) Clásicas d) Musicales
e) Cómicas f) Policiacas g) Infantiles

33.- ¿Los temas de las obras de Teatro a las que asiste le parecen?
a) Aburridas b) Interesantes c) Intrascendentes

34.- ¿A qué tipo de Teatro asiste?
a) Comercial b) Independiente c) Universitario

35.- ¿El tipo de Teatro al que asiste le parece?
a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad

36.- ¿En qué horario prefiere asistir al Teatro?
a) De martes a viernes b) Sábado o domingo / 1a. función c) Sábado o domingo / 2a. función

37.- ¿Los horarios de las obras de Teatro a las que asiste le parecen?
a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados

38.- ¿Cuál es el costo de la entrada a las funciones de Teatro a las que asiste?
a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$ 100.00
d) \$ 101.00 a \$ 200.00 e) \$ 201.00 ó más

**Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 41.
Si su respuesta fue (b), (c), (d) o (e) continuar en la pregunta 40.**

39.- ¿El costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asiste le parece?

- a) Excesivo b) Aceptable c) Barato

.....
40.- ¿Acostumbra leer libros?

- a) Sí b) No

**Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, continuar con la pregunta 41.
Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 52.**

41.- ¿Leer libros le parece?

- a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura

42.- ¿Qué temas prefiere cuando lee libros?

- a) Terror b) Historia c) Novelas d) Cuentos
e) Policíacos f) Ciencia ficción g) Superación personal

43.- ¿Los temas de los libros que lee le parecen?

- a) Aburridos b) Aceptables c) Interesantes

44.- ¿Los libros que lee los obtiene por medio de?

- a) Compra b) Bibliotecas o libro club c) Préstamo de conocidos

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 50.

Si su respuesta fue (b) , continuar en la pregunta 45.

Si su respuesta fue (c) , continuar en la pregunta 52.

45.- ¿El servicio de préstamo de libros de bibliotecas o libro club a los que asiste le parece?

- a) Práctico b) Necesario c) Impráctico

46.- ¿Cuándo fue la última vez que asistió a la biblioteca o libro club?

- a) Hace un mes b) Hace tres meses c) Hace seis meses

47.- ¿La frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o libro club al que asiste le parece?

- a) Suficiente b) Aceptable c) Insuficiente

48.- ¿En qué horario prefiere asistir a la Biblioteca o libro club?

- a) Fines de semana / mañana c) Lunes a viernes / mañana
b) Fines de semana / tarde d) Lunes a viernes / tarde e) No tiene preferencia

49.- ¿El horario de atención de bibliotecas o libro club a los que asiste le parece?

- a) Suficiente b) Aceptable c) Insuficiente

50.- ¿Cuál es el costo de los libros que compra?

- a) \$ 20.00 a \$ 50.00 b) \$ 51.00 a \$ 100.00 c) \$ 101.00 ó más

51.- ¿El costo de los libros que compra le parece?

- a) Excesivo b) Aceptable c) Barato

.....
52.- ¿Acostumbra asistir al Cine?

- a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, continuar con la pregunta 53.

Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 64.

53.- ¿Asistir al Cine le parece?

- a) Fuente de información b) Opción de entretenimiento c) Forma de adquirir cultura

54.- ¿Cuándo fué la última vez que asistió al Cine?

- a) Hace un mes b) Hace tres meses c) Hace seis meses

55.- ¿La cantidad de funciones programadas en los Cines a los que asiste le parece?

- a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente

56.- ¿Qué temas de películas prefiere?

- a) Terror b) Policiacas c) Acción d) Románticas e) Drama f) Ciencia ficción g) Cómicas

57.- ¿Los temas de las películas presentadas en los Cines que asiste le parecen?

- a) Aburridos b) Intrascendentes c) Interesantes

58.- ¿A qué tipo de salas de Cine prefiere asistir?

- a) Comerciales b) Cine clubes c) Escuelas

59.- ¿Las salas de Cine a las que asiste le parecen?

- a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad

60.- ¿En qué horario prefiere asistir al Cine?

- a) Sábado o domingo / tarde c) Entre semana / tarde
b) Sábado o domingo / noche d) Entre semana / noche e) No tiene preferencia

61.- ¿Los horarios de las funciones del Cine al que asiste le parecen?

- a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados

62.- ¿Cuál es el costo de las funciones de Cine a las que asiste?

- a) Gratuito b) \$ 20.00 a \$ 50.00 c) \$ 51.00 a \$ 100.00

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 64.
Si su respuesta fue (b) y/o (c) , continuar en la pregunta 63.

63- ¿El costo de entrada a las funciones del Cine al que asiste le parece?
a) Excesivo b) Aceptable c) Barato

.....
64.- ¿Acostumbra asistir a Conciertos de música?
a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, continuar con la pregunta 65.
Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 76.

65- ¿Asistir a Conciertos le parece?
a) Manera de convivir b) Forma de adquirir cultura c) Opción de entretenimiento

66.- ¿Cuándo fue la última vez que asistió a un Concierto?
a) Hace un mes b) Hace tres meses c) Hace seis meses

67.- ¿La frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asiste le parece?
a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente

68.- ¿Qué tipo de música es la que prefiere en los Conciertos?
a) Jazz b) Rock c) Coral d) Clásica e) Tropical f) Banda y Grupera

69.- ¿La música presentada en los Conciertos a los que asiste le parece?
a) De buena calidad b) De regular calidad c) De mala calidad

70.- ¿A dónde asiste a Conciertos?
a) Escuelas b) Auditorios c) Instituciones culturales

71 - ¿Los lugares a los que asiste a Conciertos le parecen?
a) Malos b) Buenos c) Regulares

72.- ¿En qué horario prefiere asistir a Conciertos?
a) Lunes a viernes / tarde b) Lunes a viernes / noche
c) Fines de semana / mañana d) Fines de semana / tarde e) Fines de semana / noche

73 - ¿Los horarios de los Conciertos a los que asiste le parecen?
a) Adecuados b) Regulares c) Inadecuados

74.- ¿Cuál es el costo de los Conciertos a los que asiste?
a) Gratuito d) \$101.00 a \$ 200.00
b) \$ 20.00 a \$ 50.00 e) \$201.00 ó más
c) \$ 51.00 a \$ 100.00

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 76.
Si su respuesta fue (b), (c), (d) o (e), continuar en la pregunta 75.

75 - ¿El costo de los Conciertos a los que asiste le parece?

- a) Barato b) Aceptable c) Excesivo

.....
76.- ¿Practica alguna Danza o Baile?

- a) Sí b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, continuar con la pregunta 77.

Si la respuesta fue NO, continuar en la pregunta 88.

77- ¿Practicar alguna Danza o Baile le parece?

- a) Una manera de convivir b) Una forma de adquirir cultura c) Una opción de entretenimiento

78.- ¿Qué tipo de Danza o Baile prefiere?

- a) Rock e) Banda y grupera i) Bailes de salón: danzón, cha
b) Tango f) Danza oriental cha-chá, cumbia, merengue
c) Jazz g) Danza prehispánica mambo.
d) Danza árabe h) Danza folklórica

79.- ¿El tipo de Danza o Baile que practica lo hace porque es?

- a) Interesante b) Novedoso c) Ejercitante

80.- ¿En dónde aprendió la Danza o Baile que practica?

- a) Por su cuenta b) Escuela de baile c) Institución cultural

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar con la pregunta 88.

Si la respuesta fue (b) o (c), continuar en la pregunta 81.

81 - ¿La institución donde practica Danza o Baile le parece?

- a) Mala b) Buena c) Regular

82.- ¿Cuántas veces al año toma clases de Danza o Baile?

- a) Una vez b) Dos veces c) Tres veces

83 - ¿La frecuencia con que ofrecen las clases de Danza o Baile en la institución a la que asiste le parece?

- a) Excesiva b) Suficiente c) Insuficiente

84.- ¿En qué horario asiste a clases de Danza o Baile?

- a) Sábado o domingo por la mañana c) De lunes a viernes por la mañana
b) Sabado o domingo por la tarde d) De lunes a viernes por la tarde
e) De lunes a viernes por la noche

96.- ¿En qué horario prefiere asistir a clases de Taller?

- a) Sábado o domingo / mañana
b) Sábado o domingo / tarde
c) Lunes a viernes por la mañana
d) Lunes a viernes / tarde
e) Lunes a viernes / noche

97.- ¿Los horarios del Taller al que asiste le parecen?

- a) Adecuados
b) Regulares
c) Inadecuados

98.- ¿Cuál es el costo del Taller que practica?

- a) Gratuito
b) \$ 20.00 a \$ 50.00
c) \$ 51.00 a \$ 100.00
d) \$101.00 a \$ 200.00
e) \$201.00 ó más

Si su respuesta a la pregunta anterior fue (a), continuar en la pregunta 100.

Si su respuesta fue (b), (c), (d) o (e), continuar en la pregunta 99.

99.- ¿El costo de las clases del Taller a las que asiste le parecen?

- a) Barato
b) Aceptable
c) Excesivo
-

100.- ¿Conoce la Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC)?

- a) Sí
b) No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí continuar con la pregunta 101.

Si la respuesta fue (b) finaliza el cuestionario.

101.- ¿Asistir a la CCQC le parece?

- a) Forma de adquirir cultura
b) Opción de entretenimiento
c) Manera de convivir

102.- ¿Dónde está ubicada la CCQC?

- a) En la 1a. Sección del Bosque de Chapultepec, junto al Auditorio
b) Junto a la Montaña Rusa
c) En el Bosque de Aragón

103.- ¿La ubicación de la CCQC le parece?

- a) Accesible
b) Inaccesible
c) Complicada

104.- ¿Qué tipo de actividades se imparten en la CCQC?

- a) Ecológicas
b) Culturales
c) Orientales

105.- ¿Las actividades culturales de la CCQC le parecen?

- a) Aburridas
b) Interesantes
c) Intrascendentes

106.- ¿Ha participado en algunas de las Actividades Culturales de la CCQC?

- a) Sí
b) No

Capítulo

4

CAPÍTULO 4

Levantamiento de Datos

Una vez establecido “qué” se va a preguntar, el siguiente paso es determinar a “quién” se le va a preguntar.

Los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC constituyen la población de quien interesa saber los Consumos Culturales. Sin embargo, dada la dimensión de la población, se hace necesario la aplicación de una técnica para establecer la Muestra a encuestar. Para ello fue necesario determinar:

- » Características de la Población:
- » Conformación de la Muestra:
- » Procedimiento de Selección de la Muestra
- » Obtención de la Muestra.
- » Convalidación de la Muestra

Una vez realizados los anteriores pasos se llevó a cabo la aplicación de la encuesta, de la cual se hizo el Reporte del levantamiento de datos.

El último procedimiento consistió en procesar los resultados de la encuesta. Se hizo uso de diferentes programas de cómputo para la realización de las tablas, gráficas y el cruzamiento de datos.

4.1 Características de la Población

La Casa de Cultura Quinta Colorada (CCQC) se encuentra ubicada en la delegación Miguel Hidalgo, la cual es la número 16 del Distrito Federal. Dicha delegación está integrada por 96 colonias, de las cuales seis son de nuestra especial atención por ser las aledañas a la Casa de Cultura.

El número de habitantes de 15 a 64 años de edad de cada una de las seis colonias, según el censo 1995 del Insituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), son:

Ampliación Daniel Garza	4,506
Daniel Garza	3,561
Molino del Rey	476
Observatorio	3,596
San Miguel Chapultepec sección 1	5,966
San Miguel Chapultepec sección 2	3,658
Total	21,763

► Para este estudio se entenderá por Población, universo o colectivo a la totalidad de un conjunto de elementos, seres, objetos que se deseen investigar. La población, universo o colectivo, estará formado por la población total del mundo, de un país, de un área determinada, etc.; según sea la definición del problema de investigación.

El objetivo general de esta investigación que es:

Hacer un diagnóstico de los habitantes de 18 a 60 años de edad de las colonias Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2, en relación a sus consumos culturales, el conocimiento acerca de la Casa de Cultura Quinta Colorada y las actividades culturales que se imparten en la misma.

Por lo tanto, de acuerdo a la definición de Población, y al objetivo general de este estudio, la suma de los habitantes de las colonias a investigar constituye la Población de la presente investigación (**21,763 habitantes**).

► Por otro lado, encontramos que el Universo es el conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra. Es decir, que los resultados de la muestra de habitantes encuestados, serán aplicables al total de habitantes, de las mencionadas características, de dichas colonias. Por tal razón, encontramos que todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto a su definición.

➤ La definición de las características de la Población a encuestar son determinadas a partir del Marco Muestral, al cual podemos definir como "la enumeración de todos los elementos del universo o población...El marco muestral permite realizar una selección de elementos, asegurando la posibilidad de que todos puedan ser elegidos.

Existen dos tipos de marcos muestrales: los marcos lista y los marcos área.

En los marcos lista los elementos son enumerados uno a uno.

En los marcos área se representan los territorios geográficos que ocupan los integrantes de la población":⁷⁴

Para esta investigación se cuenta con un marco lista, constituido por los datos proporcionados por el INEGI:

Colonia Ampliación Daniel Garza:

Población de 15 a 64 años	4,506
Población de 15 a 64 años (masculina)	2,136
Población de 15 a 64 años (femenina)	2,370

Colonia Daniel Garza:

Población de 15 a 64 años	3,561
Población de 15 a 64 años (masculina)	1,739
Población de 15 a 64 años (femenina)	1,822

Colonia Molino del Rey:

Población de 15 a 64 años	476
Población de 15 a 64 años (masculina)	216
Población de 15 a 64 años (femenina)	260

Colonia Observatorio:

Población de 15 a 64 años	3,596
Población de 15 a 64 años (masculina)	1,716
Población de 15 a 64 años (femenina)	1,880

Colonia San Miguel Chapultepec secc. 1:

Población de 15 a 64 años	5,966
Población de 15 a 64 años (masculina)	2,631
Población de 15 a 64 años (femenina)	3,335

⁷⁴ López Romo, Heriberto. "La metodología de la encuesta", p. 48

Colonia San Miguel Chapultepec secc. 2:

Población de 15 a 64 años	3,658
Población de 15 a 64 años (masculina)	1,604
Población de 15 a 64 años (femenina)	2,054

Sin embargo, dicha información arroja sesgos a la investigación como son:

- 1.- Retraso de cinco años.
- 2.- Los datos corresponden a personas de 15 a 64 años de edad, lo que se sale del rango establecido para el presente estudio.
- 3.- Además de ser una población de grandes dimensiones que dificulta la investigación por la inversión de tiempo y dinero que implica.

Dadas estas circunstancias se optó por utilizar otro tipo de Muestra: por Racimos; en ella se parte de que los sujetos de la población se encuentran encapsulados o encerrados en determinados lugares físicos o geográficos. En tal sentido, la Población de esta investigación está constituido por las 170 manzanas que conforman las seis colonias aledañas a la CCQC.

El tipo de Marco Muestral con el que se cuenta es Marco área, o sea los mapas de colonia proporcionados por el señor Gilberto Sosa, Coordinador de Promotoría Social de la Subdirección de Participación Ciudadana de la Subdelegación Jurídica y de Gobierno, de la Delegación Miguel Hidalgo.

La Promotoría Social de dicha dependencia se encarga de la limpieza, seguridad, poda de árboles, alumbrado, drenaje, canalización de problemas sociales y legales, así como levantamiento de encuestas para conocer el nivel de vida de los ciudadanos de la Delegación Miguel Hidalgo. Debido a tal dinámica de trabajo los mapas están en constante actualización.

En los mapas por colonia se cuenta con la numeración de las manzanas establecida por la dependencia. Tal numeración permite conocer la cantidad de manzanas que hay por colonia, además de proporcionar una organización oficial de las mismas.

A partir de la numeración con que se cuentan en los mapas se pudo elaborar un Marco Lista:

~ Se organizó por orden alfabético las colonias.

Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec sección 1, San Miguel Chapultepec sección 2.

~ En ese orden quedó establecida una lista de 170 manzanas, en la que el número uno corresponde a la manzana uno de la colonia Ampliación Daniel Garza, y así sucesivamente, hasta llegar al 170 ocupado por la manzana 39 de la colonia San Miguel Chapultepec sección 2.

► Por otro lado, las características establecidas para las personas a encuestar en cada una de las manzanas de la Muestra de la Población para ésta investigación son:

1.- Habitantes de las seis colonias aledañas a la CCQC, como son: Ampliación Daniel Garza, Daniel Garza, Molino del Rey, Observatorio, San Miguel Chapultepec secciones 1 y 2.

2.- Edad de 18 a 60 años.

3.- Alfabetas.

4.- 50% hombres y 50% mujeres.

5.- De cualquier nivel económico: alto, medio o bajo.

4.2 Conformación de la Muestra

Una vez hecha la definición de los sujetos a encuestar y la delimitación de la Población en el apartado anterior, conviene la elección del tipo de muestra.

» La Muestra queda definida como: Parte o fracción representativa de un conjunto, de la población, de un universo, que ha sido seleccionada con el propósito de establecer los pasos o procedimientos, a través de los cuales sea posible hacer generalizaciones sobre una población. El propósito de este apartado será determinar el número de manzanas que sean representativas de la población de manzanas con el que se cuenta.

Las Muestras Probabilísticas tienen como objetivo seleccionar un conjunto de elementos entre una población, en tal forma que las descripciones de esos elementos representen con precisión la población total. El muestreo probabilístico ofrece un método para aumentar la probabilidad de alcanzar el objetivo.

Para que una Muestra sea representativa del Universo son necesarias dos condiciones:

- a) Todos los elementos del Universo deben tener probabilidad de ser incluidos en la Muestra.
- b) La probabilidad de cada elemento de ser incluido en la Muestra debe ser conocida, lo que se define como la probabilidad que tiene un elemento de ser elegido.

El muestreo probabilístico ofrece un método para aumentar la probabilidad de alcanzar el objetivo.

Por consiguiente, como punto de partida, el tipo de Muestra seleccionada para esta investigación es la Probabilística Simple, la cual está orientada al logro de una Muestra representativa de la población. "Las Muestras representativas reproducen, con cierto grado de error, todas las características de la Población o Universo estudiado"⁷⁵

⁷⁵ Ibidem, p. 49

► Ahora bien, la Población de manzanas es de 170, de la cual se pretende obtener la Muestra representativa, para ello se realiza la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\left[\frac{Me^2}{Nc^2} (N - 1) \right] + PQ}$$

Donde:

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
n	Tamaño de la Muestra.
N	Tamaño del Universo.
p	Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno).
q	Probabilidad de no ocurrencia (1-p).
Me	+/-5 por ciento de margen de error o precisión. Expresado como probabilidad (.05).
Nc	95 por ciento de nivel de confianza o exactitud. Expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada. SIGMA 1 68% SIGMA 2 95% (1.96 para este caso) SIGMA 3 99%

Al aplicar la fórmula el resultado fue la obtención del número total de manzanas a encuestar, es decir, el tamaño de la Muestra:

$$n = \frac{170 (.5) (.5)}{\left[\frac{(.05)^2}{(1.96)^2} (170 - 1) \right] + .5 (.5)}$$

$$n = 118.0620 = 118 \text{ manzanas}$$

► Sin embargo, para asegurar que cada uno de los integrantes de la población tenga la probabilidad de ser encuestados se aplicó el proceso de Estratificación, el cual garantiza la presencia de determinados subgrupos de población. Con esta Muestra aumenta la precisión e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra de cada estrato.

En este caso los subgrupos o estratos corresponden a cada una de las seis colonias que conforman la población.

La cantidad de manzanas con que cuenta cada colonia son:

ESTRATO	COLONIA	No. DE MANZANAS
1	Ampliación Daniel Garza40
2	Daniel Garza25
3	Molino del Rey8
4	Observatorio23
5	San Miguel Chapultepec sección 135
6	San Miguel Chapultepec sección 239
TOTAL170

Al Estratificar se garantiza la obtención de una Muestra representativa de cada una de las colonias.

El proceso de Estratificación implica la aplicación de la fórmula:

$$fh = \frac{n}{N} = KSh$$

Donde:

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
fh	Fracción del estrato.
n	Tamaño de la muestra (118).
N	Tamaño de la población.
sh	Desviación estándar de cada elemento en el estrato h.
K	Es una proporción constante que dará como resultado una muestra óptima para cada estrato.

Al aplicarla a este caso proporciona los siguientes resultados:

$$n / N = 118 / 170 = 0.6941$$

ESTRATO	TOTAL DE LA POBLACIÓN Nh (fh)	MUESTRA (manzanas por colonia)
1	(40) 0.6941 =	27.76 = 28
2	(25) 0.6941 =	17.35 = 17
3	(8) 0.6941 =	5.55 = 6
4	(23) 0.6941 =	15.96 = 16
5	(35) 0.6941 =	24.24 = 24
6	(39) 0.6941 =	27.06 = 27

TOTAL 117.97= 118 manzanas

» Por último, cabe especificar los criterios que se siguieron para la selección de la Muestra Probabilística por Racimos:

a) Tamaño de la población.

En este caso, el tamaño de la población de las seis colonias a encuestar es muy grande, lo cual impide realizar un censo. Por esta razón se buscó la representatividad de la Muestra a través de la encuesta probabilística.

b) Tiempo.

El tiempo establecido para aplicar la encuesta fue de dos semanas, por lo que los racimos permitieron la reducción del tamaño de la Muestra, logrando así una mejor adecuación para este lapso.

c) Costo.

La reducción de la Muestra permitió una menor inversión en impresión de cuestionarios, contratación de encuestadores y viáticos.

d) Especificidad.

Al contar con los mapas de las colonias se presentó la posibilidad de localización precisa de los racimos. En contraparte con los datos proporcionados por el INEGI, los cuales no cuentan con los datos específicos de la población de 18 a 60 años establecidos para esta investigación.

e) Actualidad.

Los datos de población proporcionados por el INEGI corresponden al censo del año 1995, lo cual representa un retraso en la información de cinco años. En contraparte, los mapas de colonia ofrecidos por la Promotoría Social de la Subdirección de Gobierno / Subdirección de Participación Ciudadana de la Delegación Miguel Hidalgo son actuales.

»El muestreo por racimos supone una selección en dos etapas, ambas con procedimientos probabilísticos:

a) Selección de los racimos de acuerdo a los criterios de una Muestra Probabilística.

Los racimos elegidos en este caso son las manzanas que constituyen a cada una de las colonias del universo de esta investigación.

De acuerdo a las fórmulas desarrolladas anteriormente se determinó que la Muestra a encuestar correspondería a 118 manzanas con sus estratificaciones correspondientes.

b) Dentro de los racimos se seleccionan a los sujetos que van a ser medidos.

El número de personas a encuestar es igual al número de manzanas: 118 encuestados.

De esta manera, la Muestra para la presente investigación quedó establecida como una Muestra Probabilística Estratificada por Racimos.

4.3 Procedimiento de Selección de la Muestra

El siguiente paso consistió en determinar las manzanas a encuestar. Es decir, al universo de 170 manzanas se le aplicó el método de Tómbola para escoger las 118 manzanas determinadas como muestra a encuestar y de acuerdo a la muestra establecida para cada estrato. De tal forma se aseguró que cada una de las manzanas de la población tuviera la misma probabilidad de ser seleccionada.

Dicho método consistió en:

- 1.- Recortar el número de papeles correspondiente a la cantidad de manzanas de la primera colonia a encuestar: Ampliación Daniel Garza = 40 manzanas.
- 2.- A cada papel se le anotó un número (del 1 al 40) y fue doblado y depositado en una caja.
- 3.- Se agitó la caja con los papelitos y después se sacó el primer papel y se anotó el número de manzana seleccionada. Así se procedió hasta completar las 27 manzanas a encuestar de la colonia o estrato 1.
- 4.- Se repitió el mismo proceso con las cinco colonias restantes hasta obtener las manzanas a encuestar.
- 5.- Las manzanas seleccionadas por el método de Tómbola para cada estrato son:

ESTRATO	Cantidad	Número de Manzana a encuestar
1	18	1,2,3,7,8,9,10,11,12,13,14,16,17,18,19,22,24,25, 26,27, 30,32,33,34,35,36,39,40
2	17	1,2,3,4,6,9,11,13,14,16,17,18,19,20,22,24,25
3	6	1,2,5,6,7,8,
4	16	1,2,3,4,6,7,10,11,12,13,15,16,18,20,21,23
5	24	2,3,4,7,8,9,11,12,13,14,17,18,20,22,24,25,26, 27,29,30,31,33,34,35,
6	27	1,2,3,4,6,12,14,15,16,17,18,19,20,21,23,25,26, 27,28,29,30,33,34,36,37,38,39

4.4 Convalidación de la Muestra

El siguiente paso consiste en desarrollar los procedimientos que respaldan la Muestra Representativa de ésta investigación.

► En el apartado de Conformación de la Muestra se habló de dos condiciones necesarias para que una Muestra sea representativa de una Población:

a) Todos los elementos del universo deben tener probabilidad de ser incluidos en la muestra. Al contar con el Marco Lista de la Población de total de manzanas de las seis colonias a encuestar, queda cumplido dicho requisito, complementado con la aplicación del método de Tómbola.

b) La probabilidad de cada elemento de ser incluido en la muestra debe ser conocida, lo que se define como la probabilidad que tiene un elemento de ser elegido.

El cálculo de la probabilidad o factor de representatividad se obtuvo de la siguiente manera:
- Si la población de manzanas es de 170 y la muestra de 118, la probabilidad de cada manzana de ser elegida en la muestra es de $118/170$ ó 0.69. El factor de representación de cada manzana es, por lo tanto, $170/118$ ó 1.44. Es decir, que la opinión externada por un encuestado de la muestra, representa la opinión de 1.44 habitantes del total de habitantes de 18 a 60 años, alfabetas, de cualquier nivel económico, de las seis colonias. O bien, cada manzana de la muestra tiene la probabilidad de 0.69 veces de ser seleccionada para la muestra.

Pero como en esta investigación se hace uso de la estratificación es necesario realizar el cálculo por estratos, como se muestra en el cuadro de la siguiente página:

ESTRATO	Población / Muestra	Factor de Representatividad	Muestra / Población	Cálculo de Probabilidad
1	40 / 28 =	1.42	28 / 40 =	0.7
2	25 / 17 =	1.47	17 / 25 =	0.68
3	8 / 6 =	1.33	6 / 8 =	0.75
4	35 / 24 =	1.29	24 / 35 =	0.68
5	39 / 27 =	1.44	27 / 39 =	0.69
6	23 / 16 =	1.43	16 / 23 =	0.69

► Otro elemento que valida la Muestra representativa es la fórmula aplicada para la obtención de la muestra:

$$n = \frac{Npq}{\left[\frac{Me^2}{Nc^2} (N - 1) \right] + PQ}$$

• **Me** - Representa el margen de error o nivel de precisión. Es el límite de un valor muestra o estimador, dentro del cual se encuentra el verdadero valor en el universo (parámetro). Su valor es .5 por ciento, lo cual significa que el valor en el universo o parámetro se encuentra entre los límites comprendidos por +/- 5 por ciento con relación al valor muestral.

En el caso de esta investigación significa que a la Muestra obtenida se le ha aplicado este margen de error o nivel de precisión, con lo que aumenta el nivel de representatividad de la Muestra.

• **Nc** "El nivel de confianza o grado de exactitud representa la probabilidad de que el valor del universo (parámetro) se encuentre dentro del margen de error. . . 95 por ciento de confianza y 5 por ciento de margen de error significa que existe una probabilidad de 95 por ciento de que el valor del universo (parámetro) se encuentre dentro de un margen de 5 por ciento con respecto al valor muestral (estimador)"⁷⁶. El valor utilizado en este caso es el de SIGMA 2: se busca una exactitud en la investigación del 95%, expresado como 1.96

• **P** Representa la probabilidad de ocurrencia u homogeneidad del fenómeno. Si se toma en cuenta que "si bien los eventos a estudiar se repiten y se encuentran dentro de un territorio finito, existen comportamientos distintivos. Hay fenómenos con mayor homogeneidad, es decir, con menos variación entre los posibles valores que pueden tomar"⁷⁷. Al tomar en cuenta este factor en la determinación de la Muestra se está considerando la probabilidad de ocurrencia, la probabilidad de que haya la presencia de poca variación en la respuesta de los encuestados. Su valor es .5

• **q** Representa la probabilidad de no ocurrencia o heterogeneidad del fenómeno. Con ella se habla de los fenómenos con mayor variación. Tanto la heterogeneidad como la homogeneidad son determinantes del tamaño de la muestra. De esta forma se considera la variación de las respuestas de los encuestados. Su valor es $1 - p = .5$

Estos cuatro factores son aplicados a la Población o Universo, N, con lo que se persigue la consecución de la mayor representatividad de la Muestra, porque se toman en cuenta las posibles variables que se pueden presentar.

⁷⁶ Ibid

⁷⁷ Ibid

4.5 Reporte del Levantamiento de Datos

Una vez establecida la Muestra, se procedió a realizar el Levantamiento de Datos. Dicho proceso fue realizado en varios días. A continuación se ofrece la relación de lo que implicó el Levantamiento de datos.

► Para la aplicación de la encuesta se empleó a dos encuestadores (la investigadora y una persona más) a quienes se les entregó el siguiente material:

- 1.- Cuestionarios foliados.
- 2.- Copias de los mapas de las colonias a encuestar.
- 3.- Hoja con las características de la población a encuestar.
- 4.- Diagrama de arboreación.
- 5.- Crayón y pluma.
- 6.- Copia de la carta de autorización del departamento de Difusión de la CCQC para la realización de la encuesta.
- 7.- Tabla.
- 8.- Se pidió al encuestador portara identificación con fotografía.

► Se capacitó al encuestador el mismo día de inicio de la encuesta, señalando principalmente los puntos:

- 1.- Objetivo de la encuesta.
- 2.- Explicación del diagrama de arboreación.
- 3.- Lectura del cuestionario, haciendo hincapié en las instrucciones del mismo.
- 4.- Explicación de los mapas de colonia y señalamiento de las manzanas a encuestar.
- 5.- Se solicitó al encuestador revisará su material y en caso de alguna duda la manifestara, para su aclaración.

► El tipo de levantamiento de encuesta utilizado fue el personal.

► La forma de registro fue en papel y con pluma por el encuestador.

► La investigadora acompañó al encuestador durante la aplicación de la primera encuesta.

► El día que se inició la encuesta fue el domingo 25 de febrero de 2001, a la 10:00 a.m. en el estrato 1.

► Calendario del Levantamiento de encuesta:

DIA	LUGAR	No. de Encuestas aplicadas	Tiempo de permanencia (hrs.)	OBSERVACIONES
Domingo 25 de febrero de 2001	Estrato 1 Ampliación Daniel Garza	28	6	Dos encuestadores. Facilidad de aplicar la encuesta por el interés de participar de la gente.
Lunes 26 de febrero	Estrato 2 Daniel Garza	7	4	Un encuestador. Facilidad de aplicar la encuesta por el interés de participar de la gente.
Martes 27 de febrero de 2001	Estrato 2 Daniel Garza	10	6	Un encuestador. Facilidad de aplicar la encuesta por el interés de participar de la gente.
Miércoles 28 de febrero de 2001	Estrato 3 Molino del Rey	6	4	Un encuestador. Dificultad de aplicar la encuesta por ausencia de la gente en sus casas.
Jueves 1 de marzo de 2001	Estrato 4 San Miguel Ch. secc. 1	27	7	Dos encuestadores. Dificultad de aplicar la encuesta por la poca participación de la gente.
Sábado 3 de marzo de 2001	Estrato 5 San Miguel Ch. secc. 2	24	7	Dos encuestadores. Dificultad de aplicar la encuesta por la poca participación de la gente.
Domingo 4 de marzo de 2001	Estrato 6 Observatorio	16	7	Dos encuestadores. Facilidad de aplicar la encuesta por el interés de participar de la gente.

• Los gastos que se realizaron fueron los siguientes:

- Impresión de cuestionarios.	\$ 270.00
- Fotocopiado de mapas.36.00
- Compra de tablas.	125.00
- Compra de crayones y plumas.35.00
- Gasolina para auto.	100.00
- Pasaje de microbus.	12.50
- Compra de refrescos y agua.80.00
- Comida para dos personas.240.00

Total . . \$ 898.50

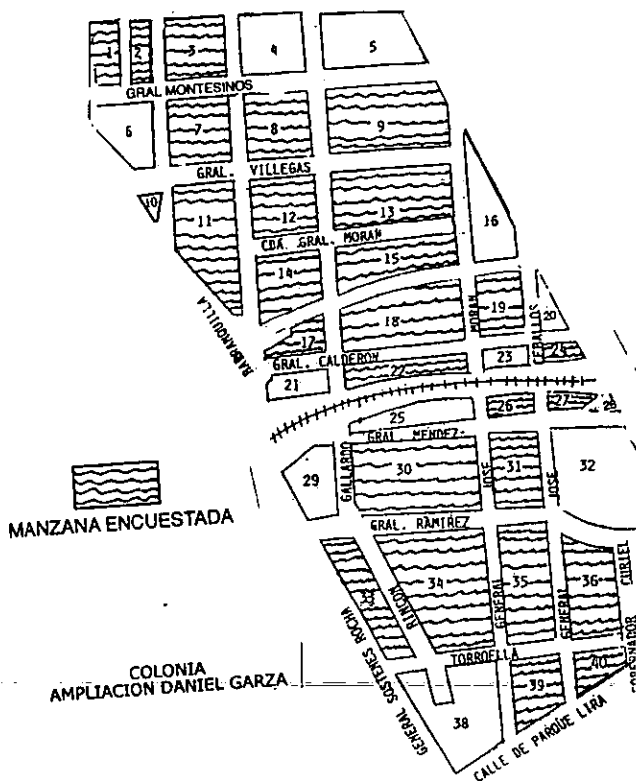
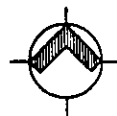
La distribución de cuestionarios quedó como sigue:

ESTRATO	Número de Encuestas	FOLIO
1	28	001 - 028
2	17	029 - 045
3	6	046 - 051
4	16	052 - 067
5	24	068 - 091
6	27	92 - 110

A continuación se presentan los mapas de las seis colonias encuestadas.

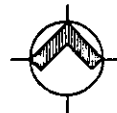


DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
 SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
 SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

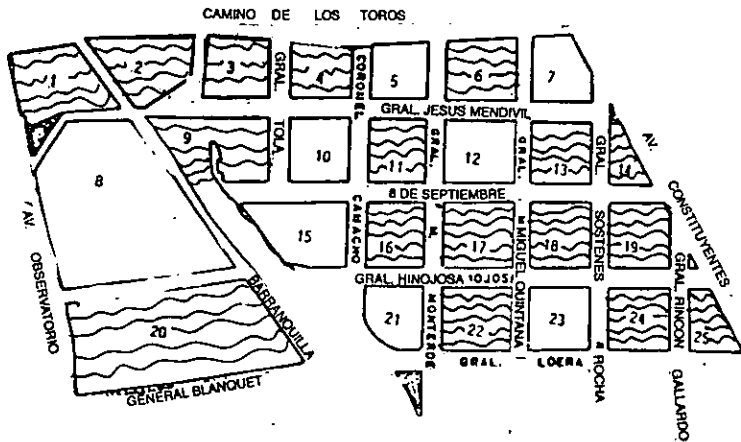




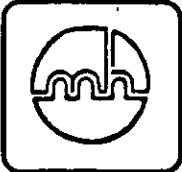
DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA



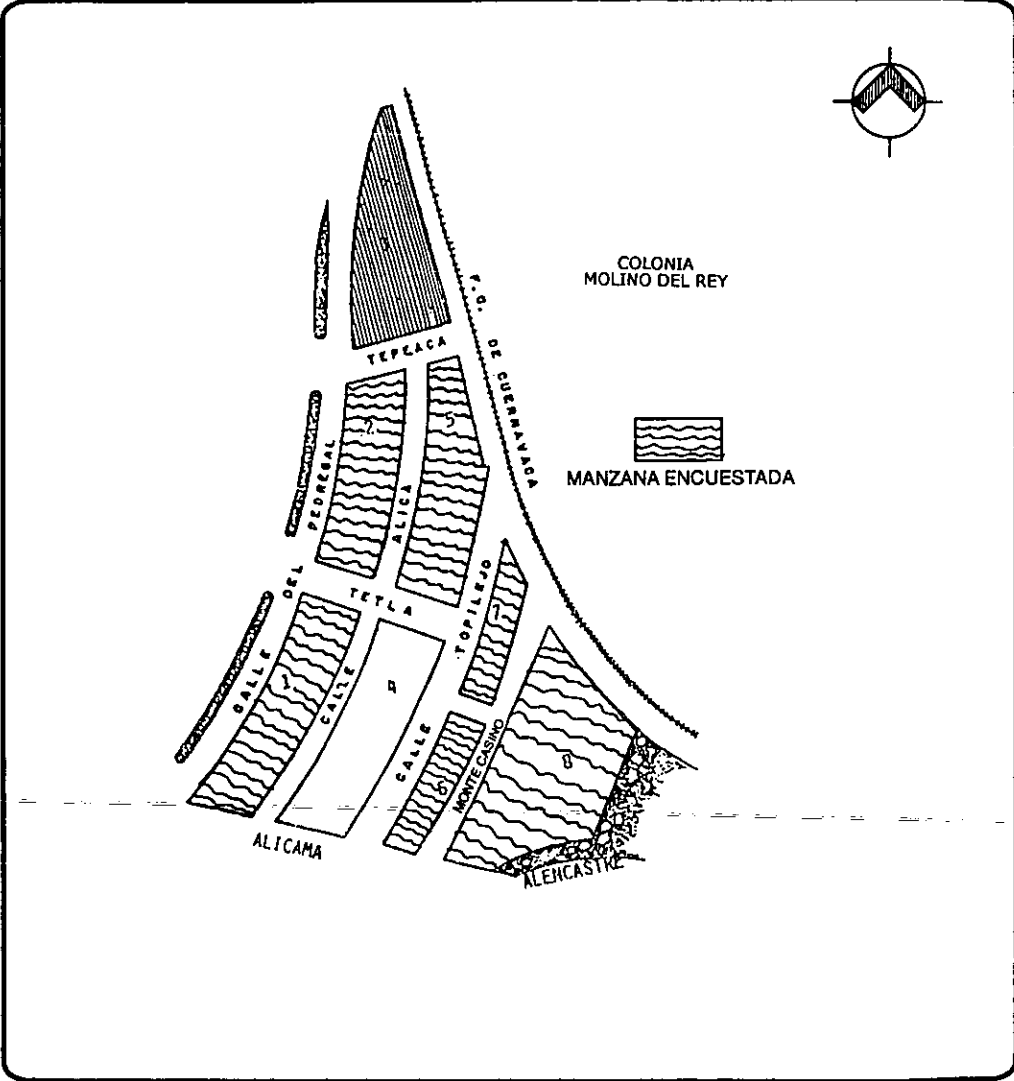
COLONIA
DANIEL GARZA




MANZANA ENCUESTADA



DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

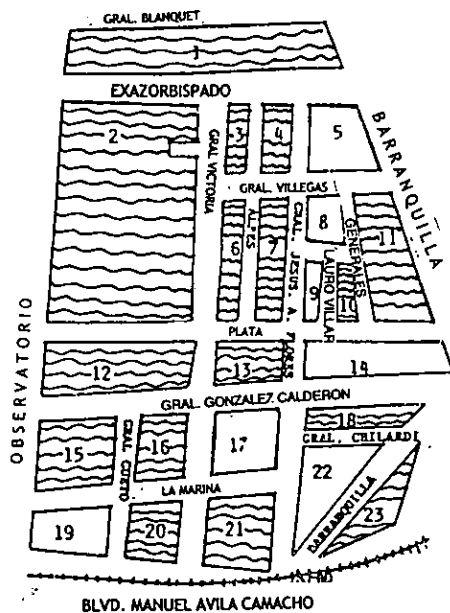
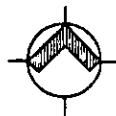




DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

COLONIA
OBSERVATORIO

MANZANA ENCUESTADA





DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

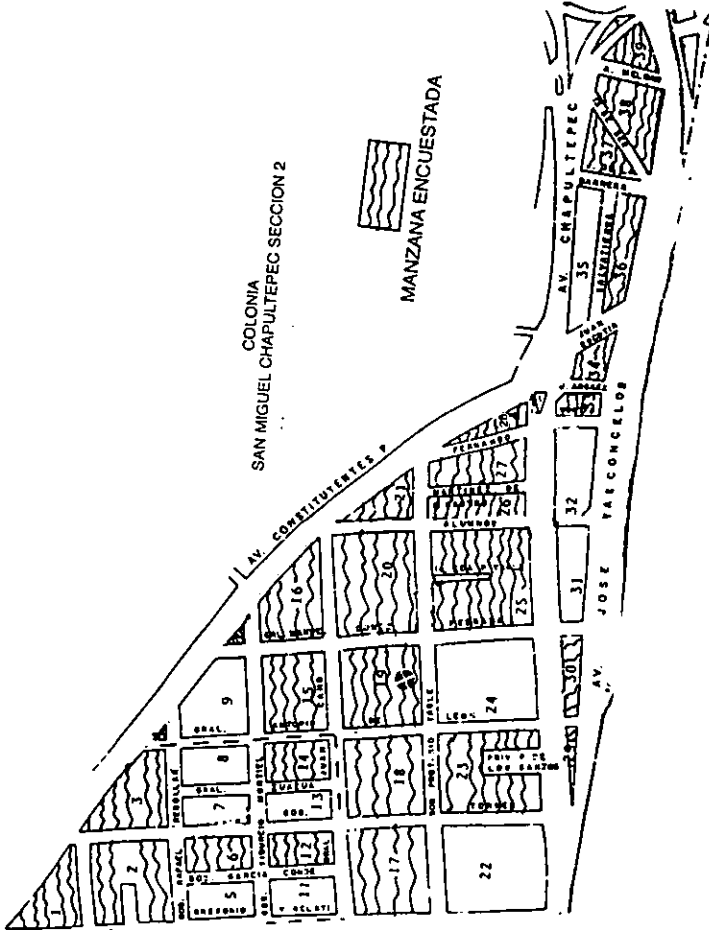
COLONIA
SAN MIGUEL CHAPULTEPEC SECCION 1



MANZANA ENCUESTADA



DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO
SUBDELEGACIÓN JURÍDICA Y DE GOBIERNO
SUBDIRECCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA



4.6 Lectura de Gráficas

Después de realizar el levantamiento de datos a continuación se presenta la lectura de las Gráficas resultantes.

La manera de presentarlos es por medio de cuadros, en los cuales se puede apreciar con mayor facilidad los resultados. Dichos cuadros están divididos en las siguientes partes:

- 1.- Lectura de los datos sociodemográficos.
2. " del consumo cultural Exposiciones.
- 3.- " del consumo cultural Teatro.
- 4.- " del consumo cultural Lectura de libros.
- 5.- " del consumo cultural Cine.
- 6.- " del consumo cultural Conciertos de Música.
- 7.- " del consumo cultural Danza o baile.
- 8.- " del consumo cultural Taller artístico cultural.
- 9.- " del conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada.

Las columnas de los cuadros son tres:

- Número de la gráfica; equivalente al número de reactivo.
- Descripción de la pregunta que generó la gráfica
- Opciones de la pregunta y Porcentajes en que fueron respondidas cada una de las opciones.

La presentación de los cuadros se realizó por Estratos / Colonias.

El número de cada gráfica corresponde al número de reactivo del cuestionario aplicado. Hay casos en los cuales la numeración no es consecutiva porque al presentarse un resultado negativo en la pregunta de conocimiento, como consecuencia, no se prosiguió con la de opinión y se continuó con la pregunta de conocimiento del siguiente Consumo Cultural.

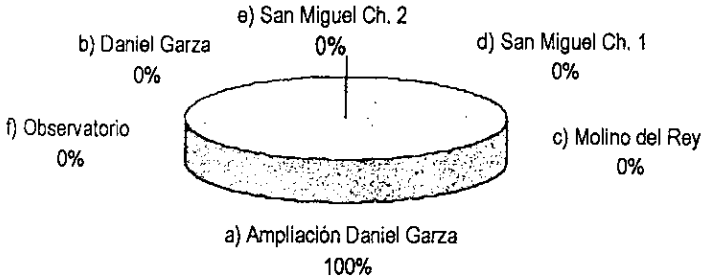
Los resultados están ilustrados con sus respectivas gráficas.

4.6.1 Estrato 1 / Colonia Ampliación Daniel Garza

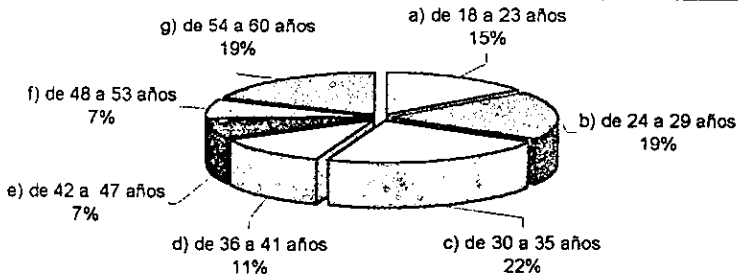
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

1	La colonia donde viven los encuestados	Ampliación Daniel Garza	100 %
---	--	-------------------------	-------



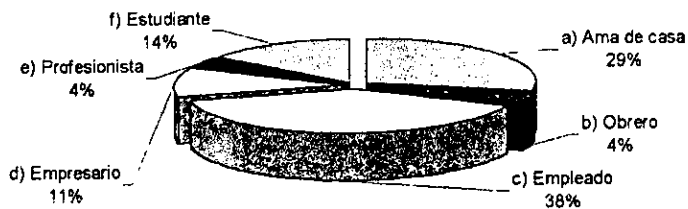
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años	15 %	24 a 29 años	19 %
		30 a 35 años	22 %	36 a 41 años	11 %
		42 a 47 años	7 %	48 a 53 años	7 %



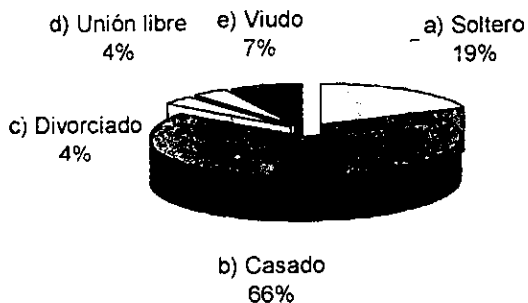
3	Sexo de los encuestados	Hombres	46 %	Mujeres	54 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



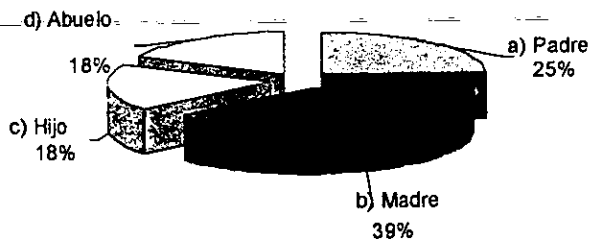
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	29%	Obrero	4%	Empleado	38%
		Profesionista	4%	Empresario	11%	Estudiante	14%



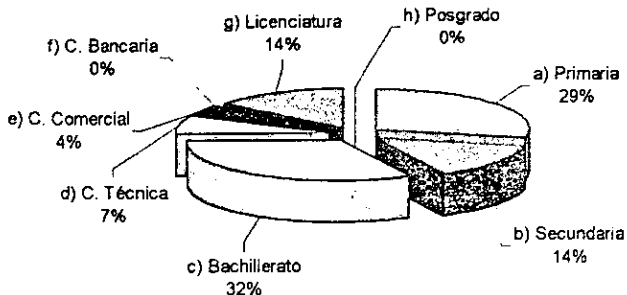
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	19%	Casado	66%
		Divorciado	4%	Viudo	7%
				Unión libre	4%



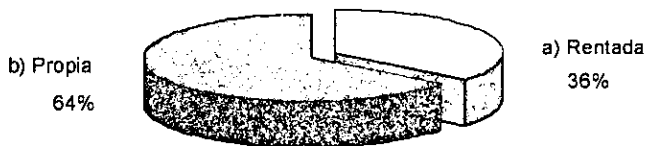
6	Posición familiar de los encuestados	Padre	25%	Madre	39%
		Hijo	18%	Abuelo	18%



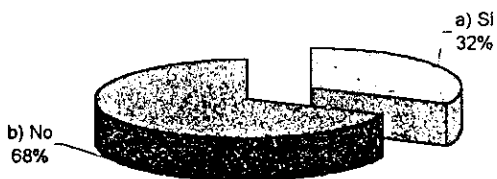
7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	29 %	Secundaria	14 %	Bachillerato	32 %
		C. Comercial		4 %	C. Técnica		7 %
		Licenciatura	14 %	C. Bancaria	0 %	Posgrado	0 %



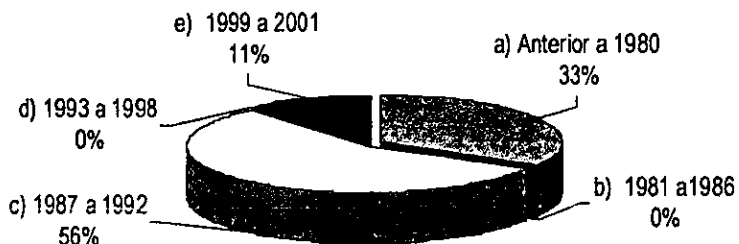
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	36 %	Propia	64 %
---	--	---------	------	--------	------



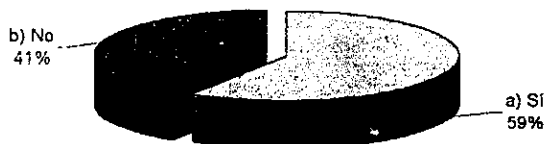
9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Si	32 %	No	64 %
---	---	----	------	----	------



10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980		33 %	1981 - 1986	0 %
		1987-1992	65 %	1993-1998	0 %	1999-2001



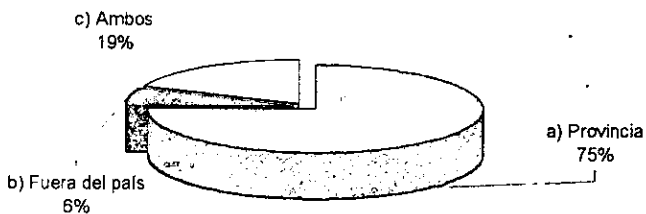
11	Viajes de los encuestados	Sí	59 %	No	41 %
----	---------------------------	----	------	----	------



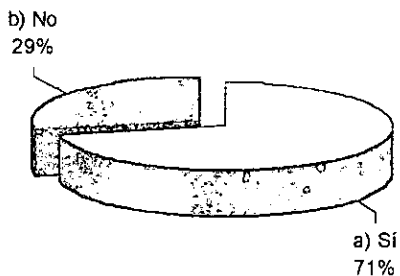
12	Cuántas veces al año viajan los encuestados	Una vez	41 %	2 a 4 veces	47 %
		5 a 8 veces		19 %	



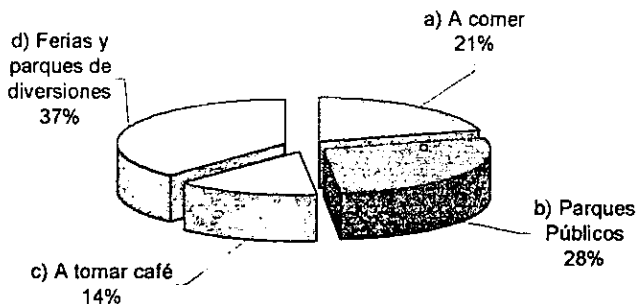
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	75 %	Fuera del país	6 %
		Ambos		25 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Si	71 %	No	29 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------



15	A dónde pasean en el D.F. los encuestados	A comer	21 %	Parques públicos	28 %
		A tomar café	14 %	Ferias y parques de diversiones	37 %

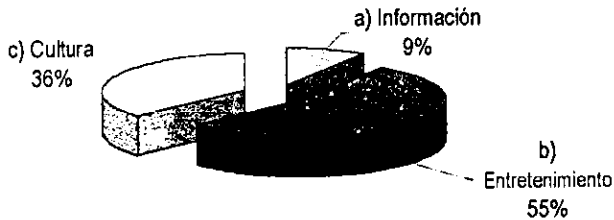


► Consumo cultural: Exposiciones

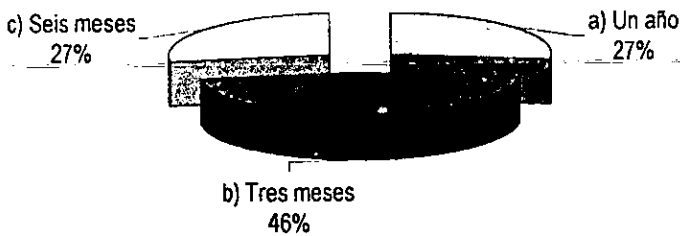
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Si	41 %	No	59 %
----	--	----	------	----	------



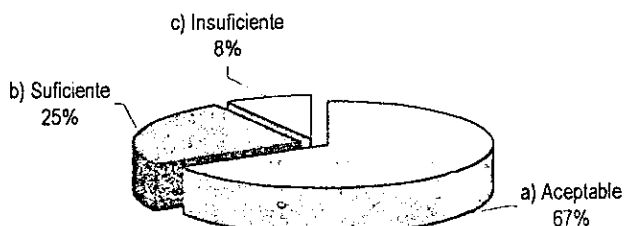
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	9 %
		Opción de entretenimiento	55 %
		Forma de adquirir cultura	36 %



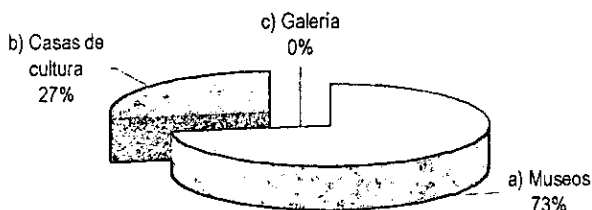
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	27 %
		Hace tres meses	46 %
		Hace seis meses	27 %



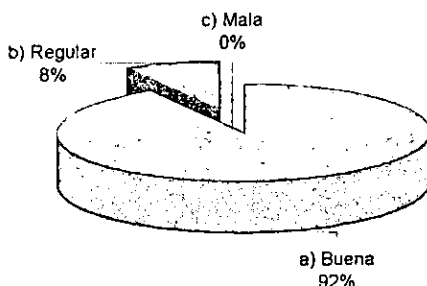
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Acceptable	67 %
		Suficiente	25 %
		Insuficiente	8 %



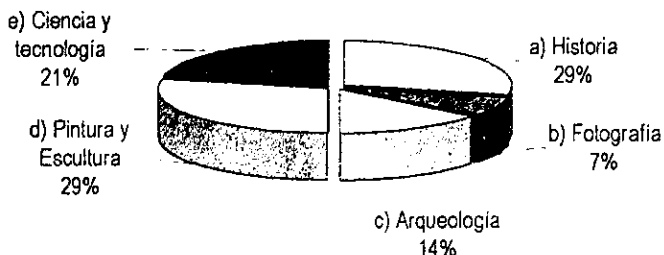
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos	73 %
		Casas de Cultura	27 %
		Galerías	0 %



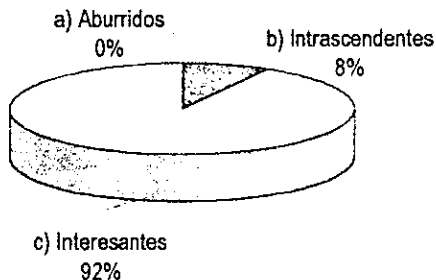
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde visitan Exposiciones	Buena	92 %	Regular	8 %	Mala	0 %
----	---	-------	------	---------	-----	------	-----



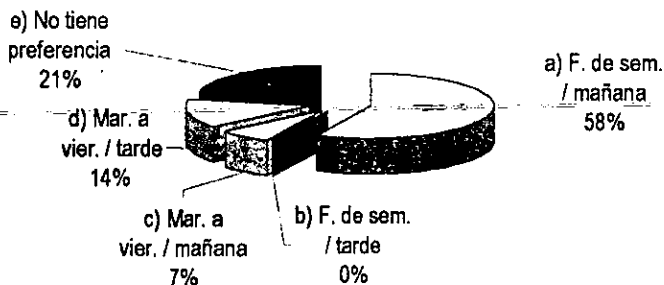
22	Conocimiento del tipo de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	29 %	Fotografía	7 %
		Arqueología	14 %	Pintura y Escultura	29 %
		Ciencia y Tecnología		21 %	



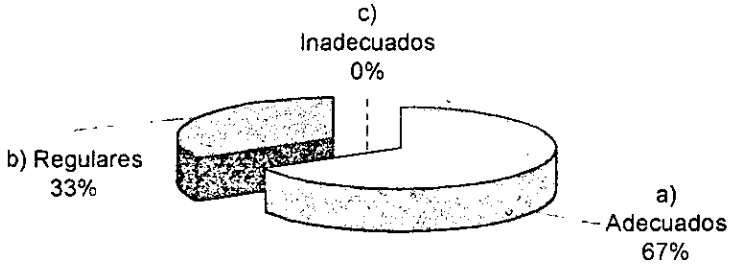
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	0 %	Interesantes	92 %
		Intrascendentes		8 %	



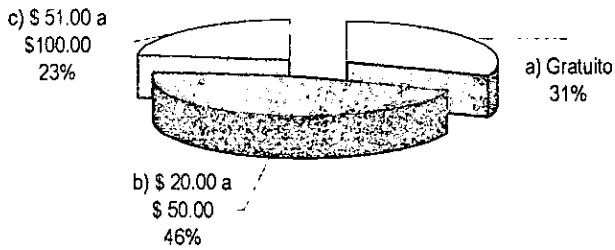
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana	48 %	Fin de semana / tarde	0 %
		Martes - viernes / mañana		7 %	
		Martes a viernes/ Tarde	14 %	No tiene preferencia	21 %



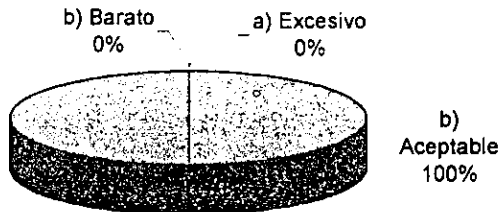
25	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		67 %
		Regulares	33 %	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada a las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito		31 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	46 %	\$ 51.00 - \$ 100.00



27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo		0 %
		Aceptable	100 %	Barato

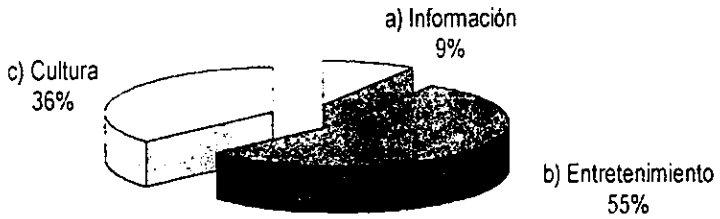


► Consumo cultural: Teatro

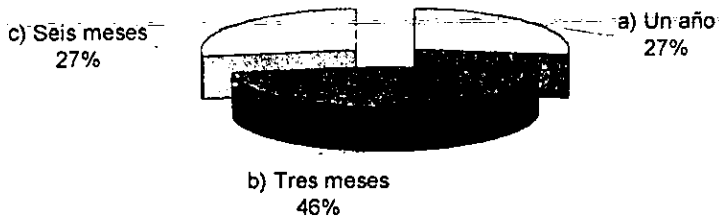
28	Conocimiento del consumo de Teatro	Si	39 %	No	61 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



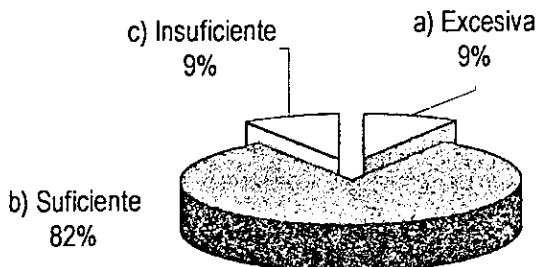
29	Opinión de los encuestados que sí asisten al Teatro sobre la utilidad de asistir la mismo	Fuente de información	9 %
		Opción de entretenimiento	55 %
		Forma de adquirir cultura	36 %



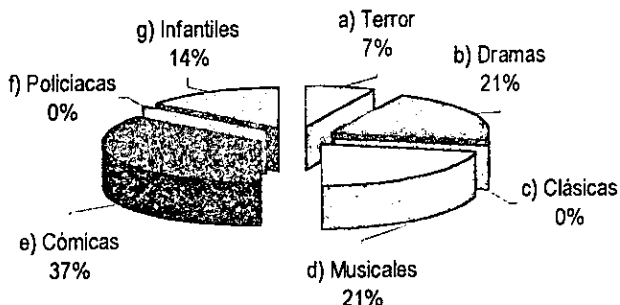
30	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una función de Teatro	Hace un año	27 %
		Hace tres meses	46 %
		Hace seis meses	27 %



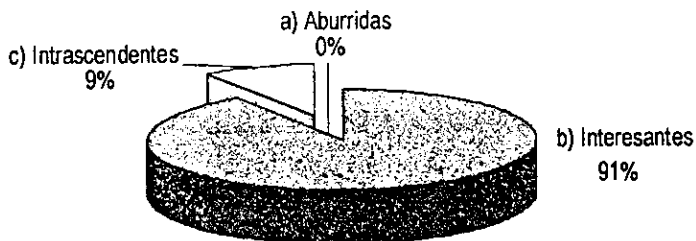
31	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las obras presentadas en los teatros a los que asisten	Excesiva	9 %	Suficiente	82 %
		Insuficiente		9 %	



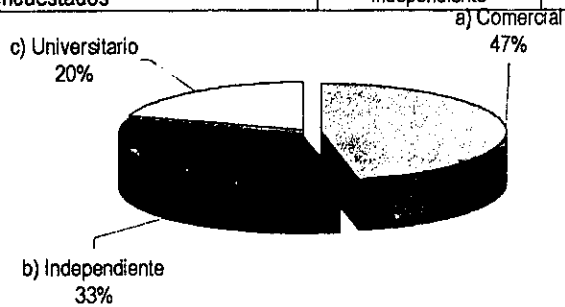
32	Conocimiento de los temas de obras de Teatro preferidos por los encuestados	Terror	7 %	Cómicas	37 %		
		Dramas	21 %	Policíacas	0 %	Clásicas	0 %
		Musicales	21 %	Infantiles	14 %		



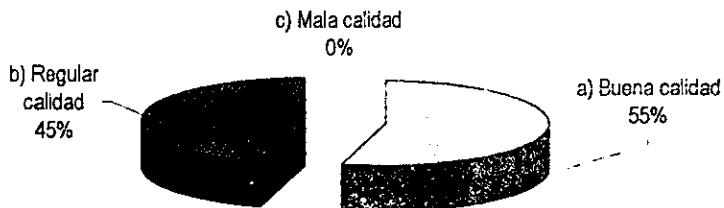
33	Opinión de los encuestados acerca de las obras de Teatro a las que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	91 %
		Intrascendentes		9 %	



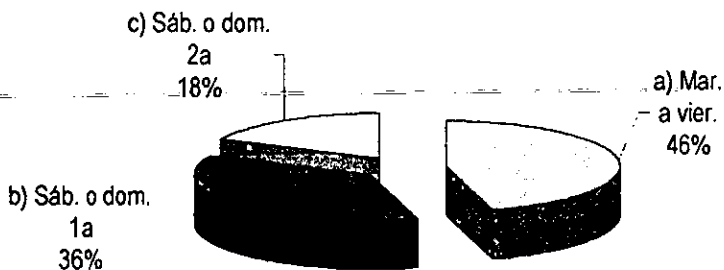
34	Conocimiento del tipo de Teatro al que asisten los encuestados	Comercial	47 %	Universitario	20 %
		Independiente		33 %	



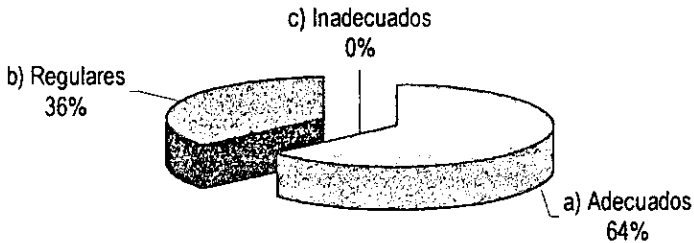
35	Opinión de los encuestados acerca del tipo de Teatro al que asisten	Buena calidad		55 %	
		Regular calidad	45 %	Mala calidad	0 %



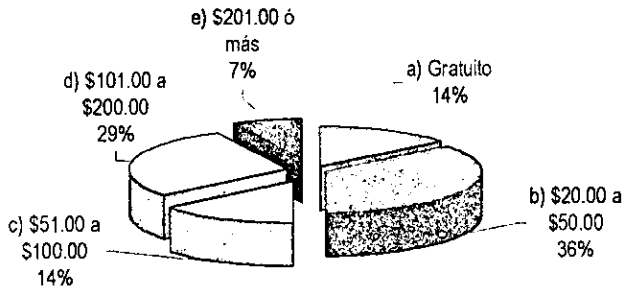
36	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Teatro	Martes a viernes	46 %
		Sábado o domingo 1ª F.	36 %
		Sábado o domingo 2ª F.	18 %



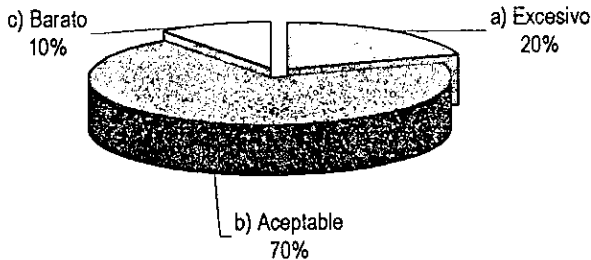
37	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las obras de Teatro a las que asisten	Adecuados	64 %	Regulares	36 %
		Inadecuados			0 %



38	Conocimiento del costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asisten los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	36 %	\$ 51.00 - a \$ 100.00	14 %
		\$ 101.00 - a \$ 200.00		29 %	
		\$ 201.00 ó más	7 %	Gratuito	14 %



39	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asisten	Excesivo	20 %	Barato	10 %
		Aceptable		70 %	

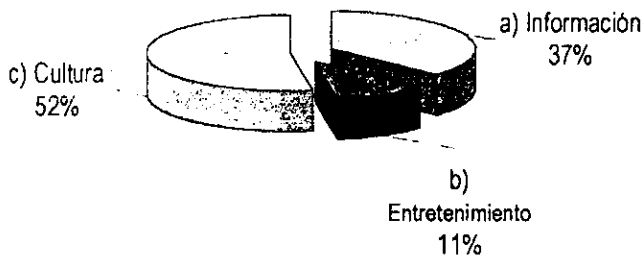


► Consumo cultural: Lectura de libros

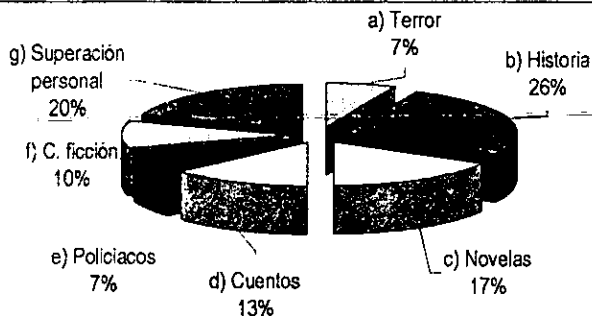
40	Conocimiento del consumo de libros	Sí	63 %	No	37 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



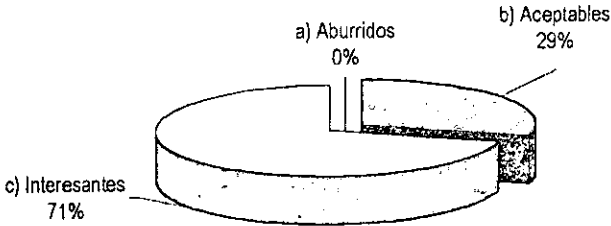
41	Opinión de los encuestados que sí leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	37 %
		Opción de entretenimiento	11 %
		Forma de adquirir cultura	52 %



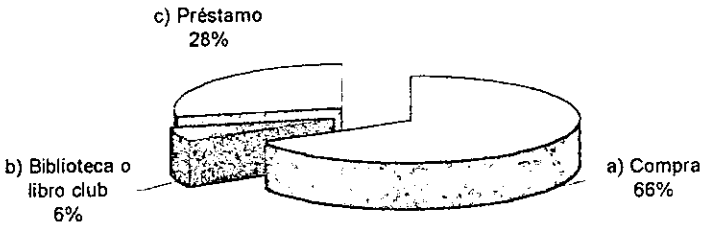
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	7 %	Cuento	13 %	Novelas	17 %
		Historia	26 %	Policíacos	7 %	Ciencia ficción	10 %
		Superación personal		20 %			



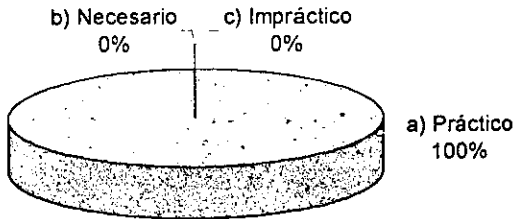
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridas		0 %
		Aceptables	29 %	Interesantes



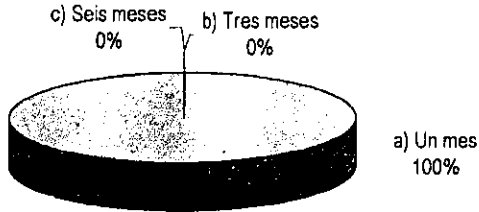
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Compra	66 %
		Biblioteca o libro club	6 %
		Préstamo de conocidos	28 %



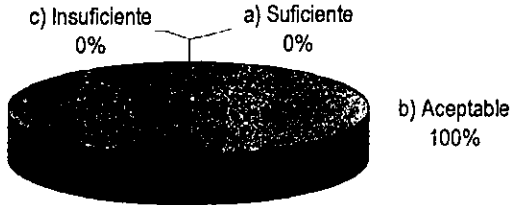
45	Opinión de los encuestados acerca del servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que asisten	Práctico		100 %
		Necesario	0 %	Impráctico



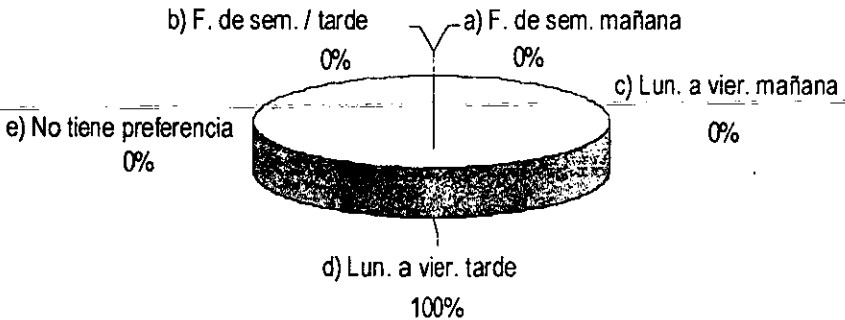
46	Conocimiento de la última vez que asistieron los encuestados a la biblioteca o el libro club	Hace un mes	100 %
		Hace tres meses	0 %
		Hace seis meses	0 %



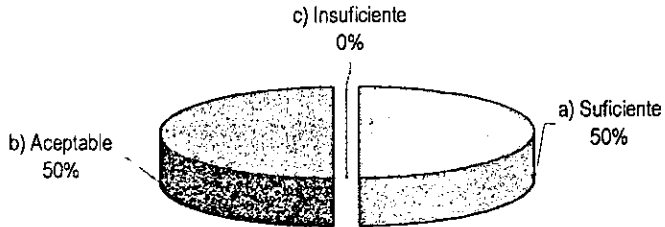
47	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que acuden	Suficiente	0 %	Insuficiente	0 %
		Acceptable			100 %



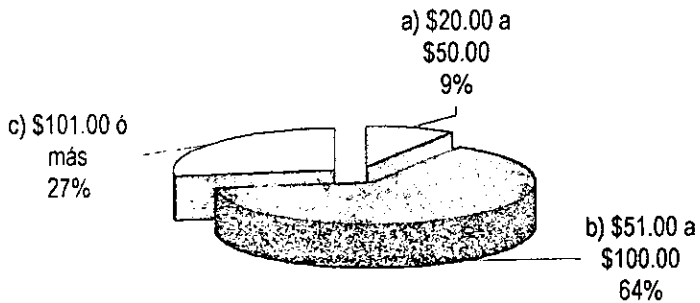
48	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a la biblioteca o el libro club.	Fines de semana / mañana	0 %	Fines de semana / tarde	0 %
		Lunes a viernes / mañana	0 %	Lunes a viernes / tarde	100 %
		No tiene preferencia			0 %



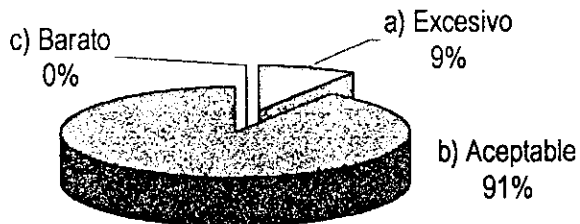
49	Opinión de los encuestados acerca del horario de atención de la biblioteca o el libro club al que asisten.	Suficiente		50 %	
		Aceptable	50 %	Insuficiente	0 %



50	Conocimiento del costo de los libros comprados por los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	9 %
		\$ 51.00 a \$ 100.00	64 %
		\$ 101.00 ó más	27 %



51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compran	Excesivo	9 %	Aceptable	91 %
		Barato			0%

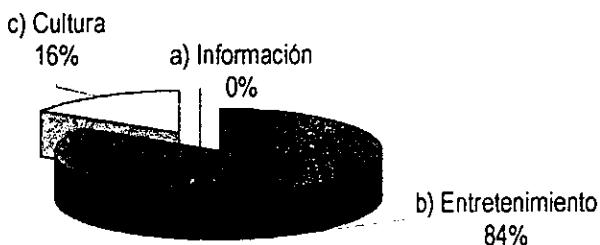


► Consumo cultural: Cine

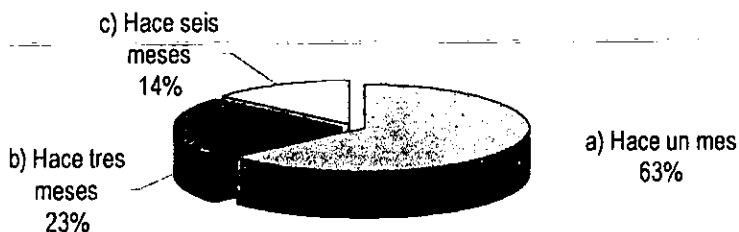
52	Conocimiento del consumo de Cine	Sí	64 %	No	36 %
----	----------------------------------	----	------	----	------



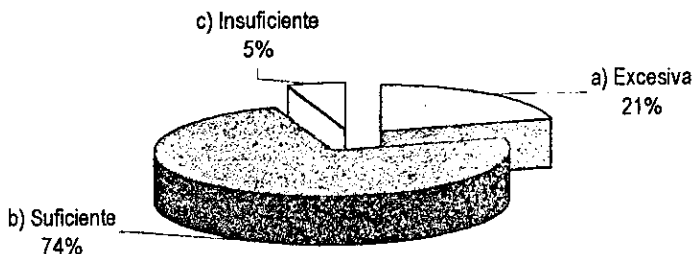
53	Opinión de los encuestados que sí van al Cine sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	84 %
		Forma de adquirir cultura	16 %



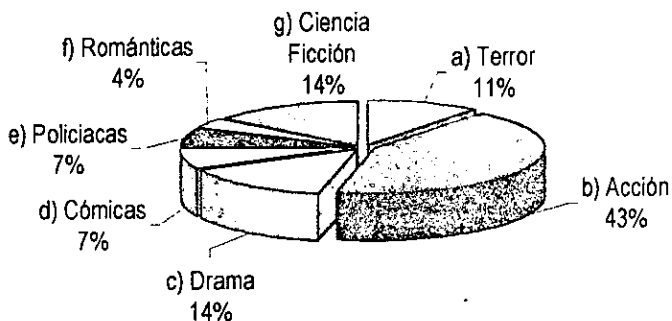
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes	63 %
		Hace tres meses	23 %
		Hace seis meses	14 %



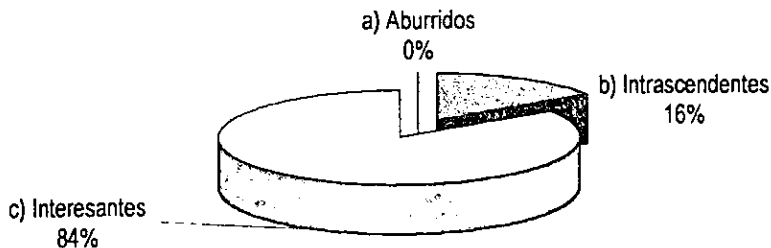
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los cines a los que asisten	Excesiva	21 %
		Suficiente	74 %
		Insuficiente	15 %



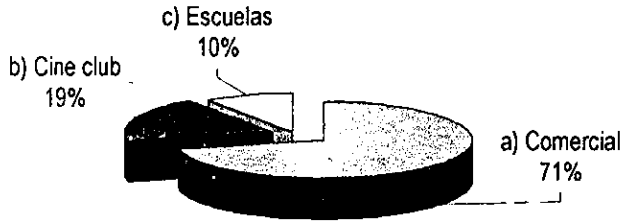
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	11 %	Acción	43 %
		Drama	14 %	Cómicas	7 %
		Policías	7 %	Románticas	4 %
		Ciencia Ficción	14 %		



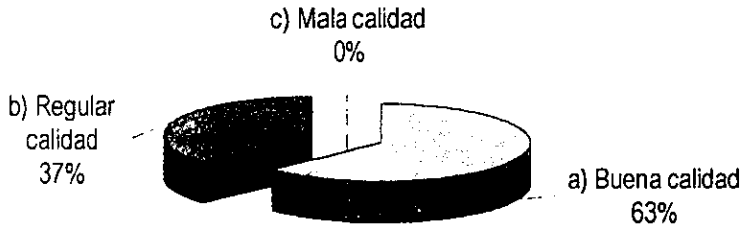
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los cines a los que asisten	Aburridos	0 %	Interesantes	84 %
		Intrascendentes			16 %



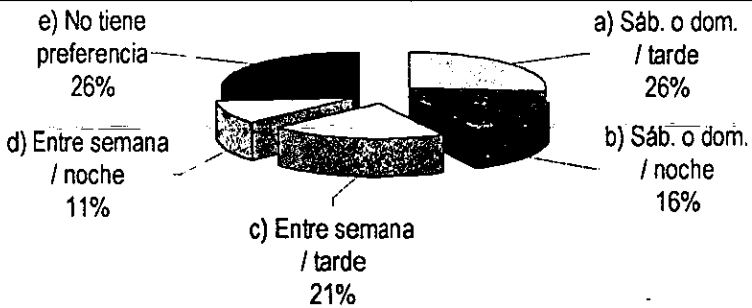
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		71 %	
		Cine club	19 %	Escuelas	10 %



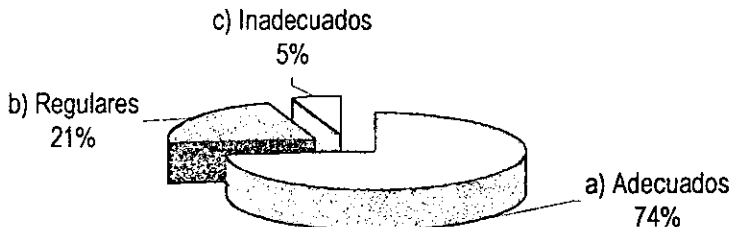
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a los que asisten	Buena calidad	63 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		37 %	



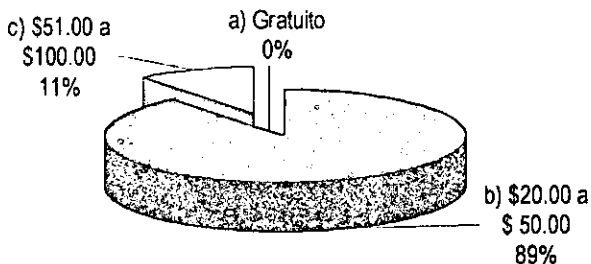
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	26 %	Sábado o domingo / noche	16 %
		Entre semana / tarde	21 %	Entre semana / noche	11 %
		No tiene preferencia		26 %	



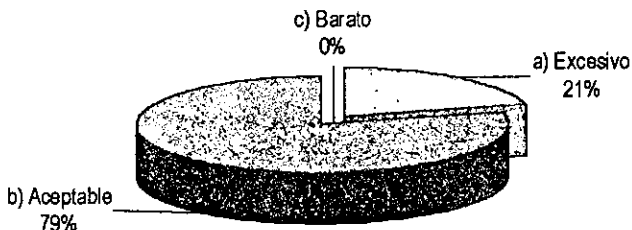
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	74 %	Regulares	21 %
		Inadecuados		5 %	



62	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	0 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	89 %
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	11 %

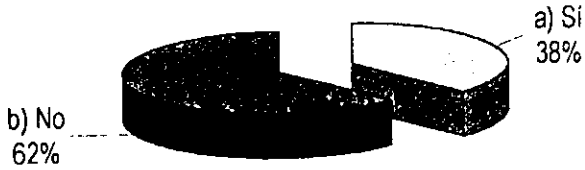


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	21 %
		Aceptable	79 %
		Barato	0 %

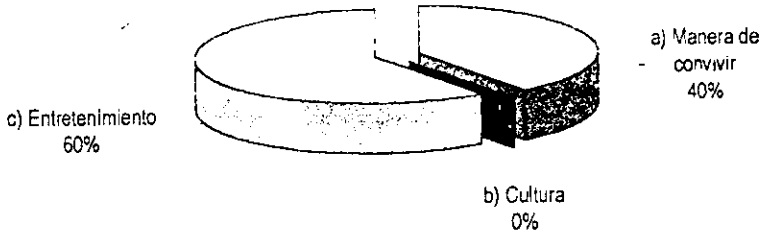


► Consumo cultural: Conciertos de música

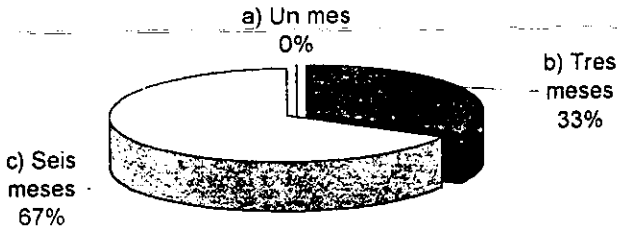
64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Si	38 %	No	62 %
----	--	----	------	----	------



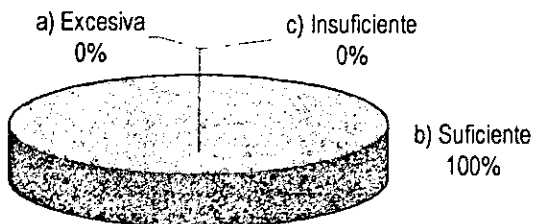
65	Opinión de los encuestados que si van a Conciertos sobre la utilidad de asistir a los mismos	Manera de convivir	40 %
		Forma de adquirir cultura	0 %
		Opción de entretenimiento	60 %



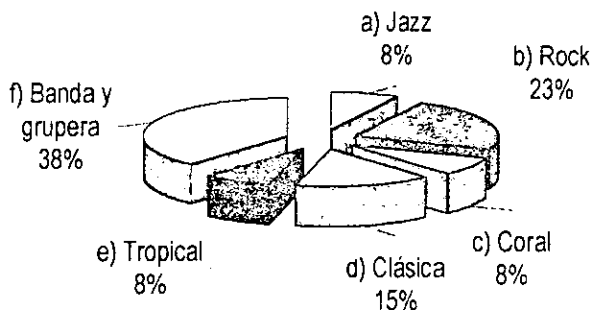
66	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a un Concierto	Hace un mes	0 %
		Hace tres meses	33 %
		Hace seis meses	67 %



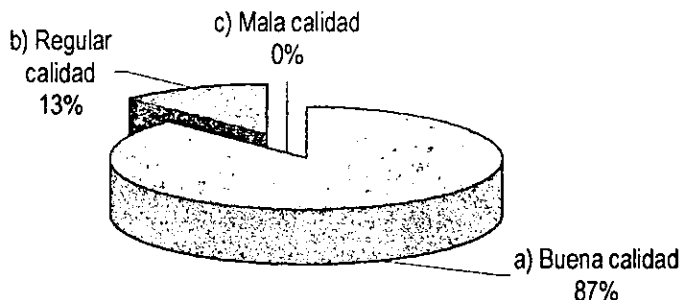
67	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asisten	Excesiva	0 %	
		Suficiente	100 %	Insuficiente



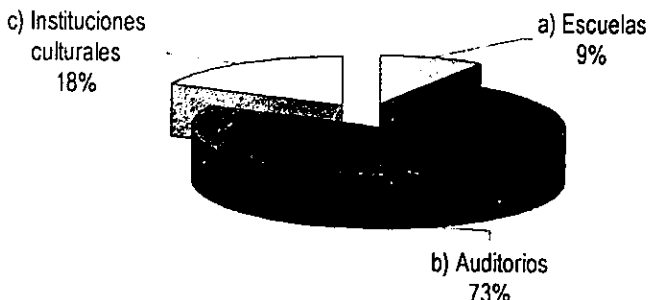
68	Conocimiento del tipo de música preferida por los encuestados en los Conciertos	Jazz	8 %	Rock	23 %	Coral	8 %	Clásica	15 %
		Tropical	8 %	Banda y grupera	38 %				



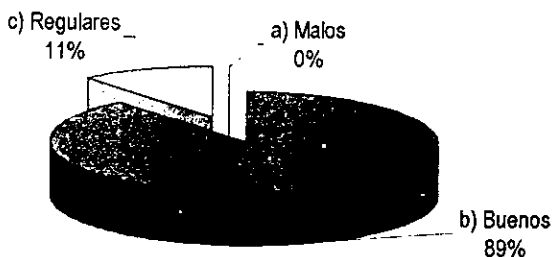
69	Opinión de los encuestados acerca de la música presentada en los Conciertos a los que asisten	Buena calidad	87 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad	13 %		



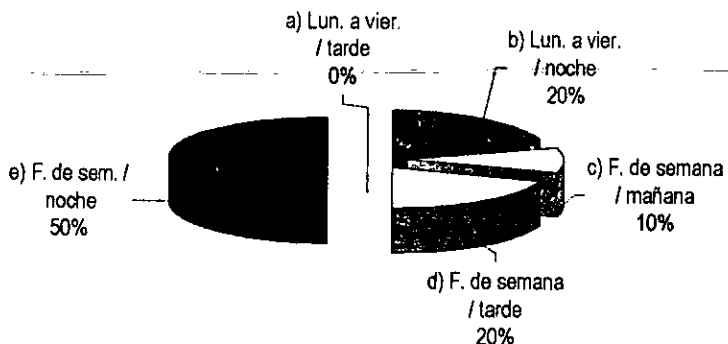
70	Conocimiento de los lugares a los que asisten a Conciertos los encuestados	Escuelas	9 %	Auditorios	73 %
		Instituciones culturales		18 %	



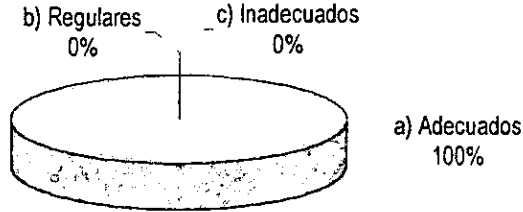
71	Opinión de los encuestados acerca de los lugares a los que asisten a conciertos	Malos	0 %	Buenos	89 %
		Regulares		11 %	



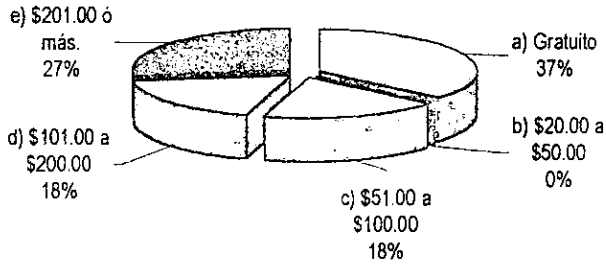
72	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a Conciertos	Lunes a viernes / tarde	0 %	Lunes a viernes / noche	20 %
		Fines de semana / mañana	10 %	Fines de semana / tarde	20 %
		Fines de semana / noche		50 %	



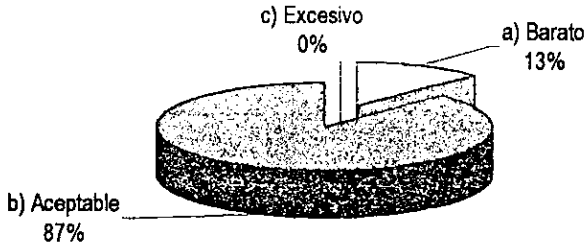
73	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de los Conciertos a los que asisten	Adecuados		100 %
		Regulares	0 %	Inadecuados



74	Conocimiento del costo de entrada de los Conciertos a los que asisten los encuestados	Gratuito		37 %	
		\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %	\$ 51.00 - \$ 100.00	18 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00	18 %	\$ 201.00 ó más	27 %



75	Opinión de los encuestados acerca del costo de los Conciertos a los que asisten	Barato		13 %
		Aceptable	87 %	Excesivo

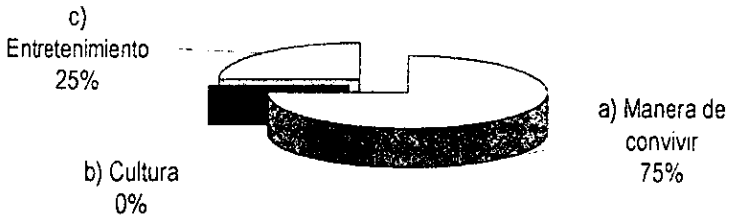


► Consumo cultural: Danza o baile

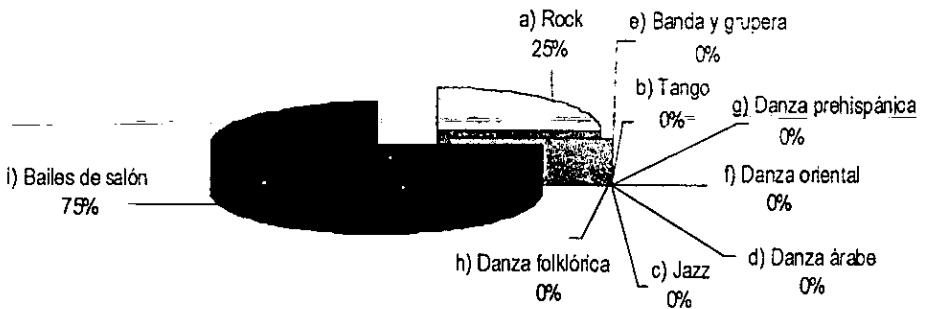
76	Conocimiento del consumo de alguna Danza o Baile	Si	14 %	No	86 %
----	--	----	------	----	------



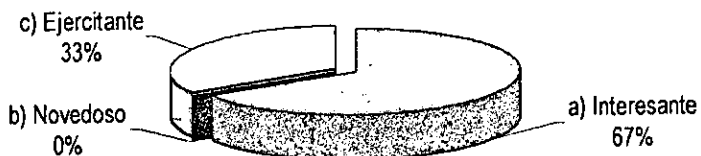
77	Opinión de los encuestados que si practican una Danza o Baile sobre la utilidad de los mismos	Manera de convivir	75 %
		Forma de adquirir cultura	0 %
		Opción de entretenimiento	25 %



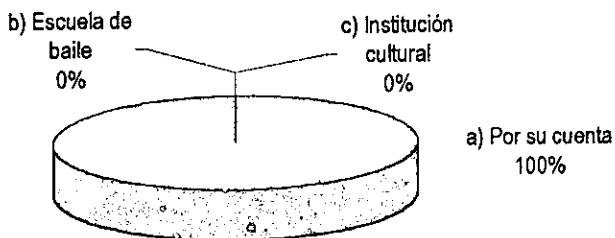
78	Conocimiento del tipo de Danza o Baile preferido por los encuestados	Rock	25 %	Danza árabe	0 %	Tango	0 %	Jazz	0 %
		Bailes de salón	75 %	Banda y grupera	0 %	Danza oriental	0 %		
		Danza Prehispánica	0 %	Danza Folklórica	0 %				



79	Opinión de los encuestados acerca de la Danza o Baile que practican	Interesante		67 %	
		Novedoso	0 %	Ejercitante	33 %

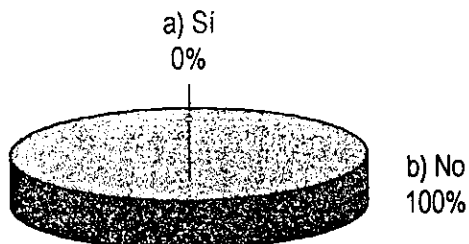


80	Conocimiento del lugar donde aprendieron los encuestados la Danza o Baile que practican	Por su cuenta		100 %	
		Escuela de baile	0 %	Institución cultural	0 %



4.6.4.8 Consumo cultural: Taller artístico cultural

88	Conocimiento de la asistencia de los encuestados a algún Taller artístico cultural	Si	0 %	No	100 %
----	--	----	-----	----	-------

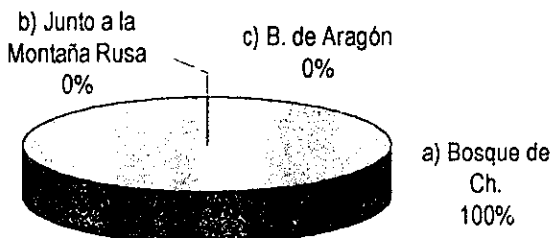


► **Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada
y de las actividades que se imparten en la misma**

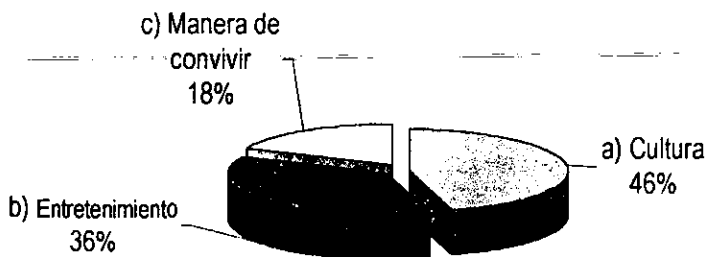
100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	Sí	21 %	No	79 %
-----	---	----	------	----	------



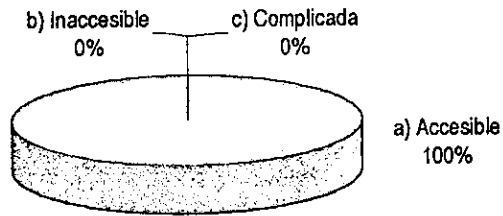
101	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre la utilidad de asistir a la misma	Forma de adquirir cultura	46 %
		Opción de entretenimiento	36 %
		Manera de convivir	18 %



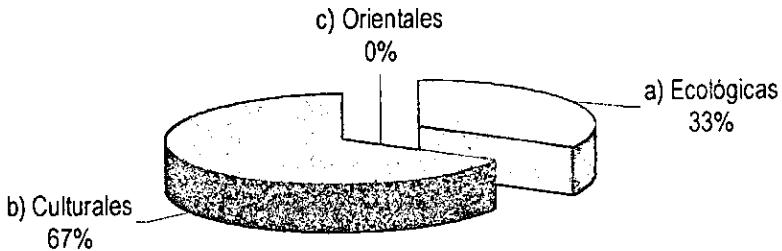
102	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC de la ubicación de la misma	1ª. Secc. Del Bosque de Ch.		100 %
		Junto a la Montaña Rusa	0 %	Bosque Aragón



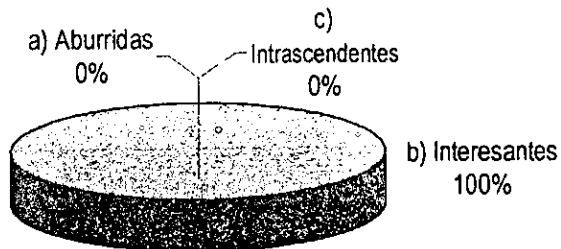
103	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de la ubicación de la misma	Accesible		100 %
		Inaccesible	0 %	Complicada



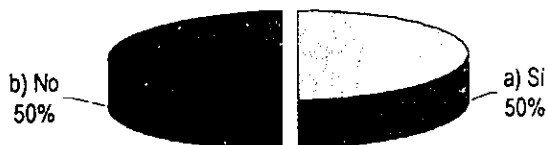
104	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre el tipo de actividades impartidas en la misma	Ecológicas		33 %
		Culturales	67 %	Orientales



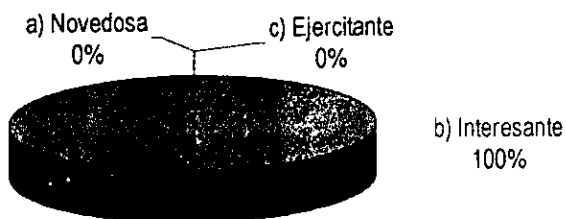
105	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de las actividades de la misma	Aburridas	0 %	Intrascendentes	0 %
		Interesantes		100 %	



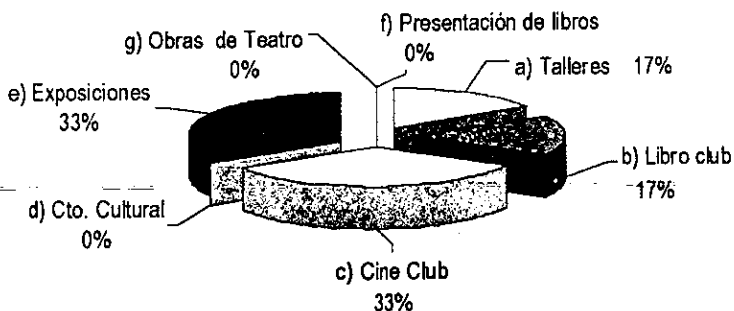
106	Conocimiento de la participación de los encuestados que sí conocen la CCQC en alguna de las actividades de la misma	Si	50 %	No	50 %
-----	---	----	------	----	------



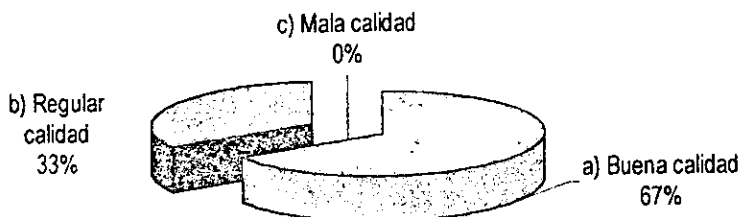
107	Opinión de los encuestados que sí han participado en alguna de las actividad de la CCQC acerca de la misma	Novedosa	0 %	Ejercitante	0 %
		Interesante		100 %	



108	Conocimiento de la actividad practicada por los encuestados en la CCQC	Talleres		17 %	Libro club	17 %	
		Cine club	33 %	Cto. Cultural	0 %	Presentación de libros	0 %
		Exposiciones	33 %	Obras de Teatro	0 %		



109	Opinión de los encuestados que sí conocen y han participado en alguna de las actividades de la CCQC acerca de la actividad cultural de la misma	Buena calidad		67 %	
		Regular calidad	33 %	Mala calidad	0 %

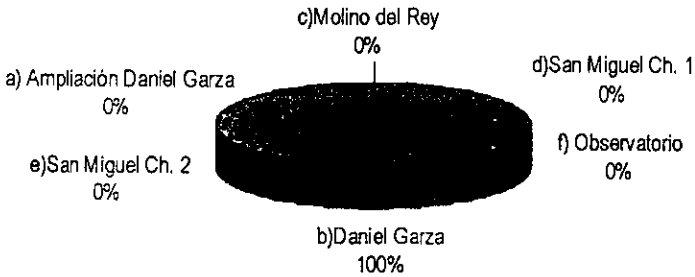


4.6.2 Estrato 2 / Colonia Daniel Garza

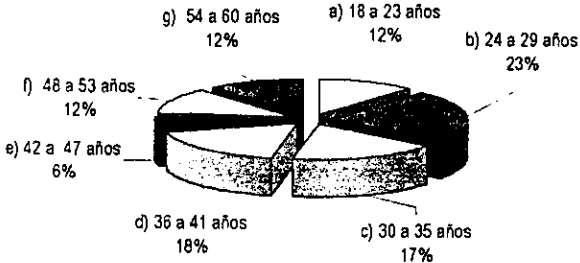
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

1	La colonia donde viven los encuestados	Daniel Garza	100 %
---	--	--------------	-------



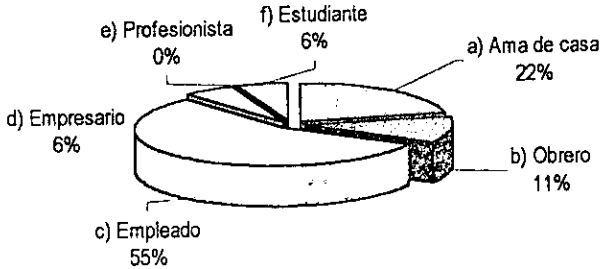
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años		12 %	24 a 29 años		23 %
		30 a 35 años		17 %	36 a 41 años		18 %
		42 a 47 años	6 %	48 a 53 años	12 %	54 a 60 años	12 %



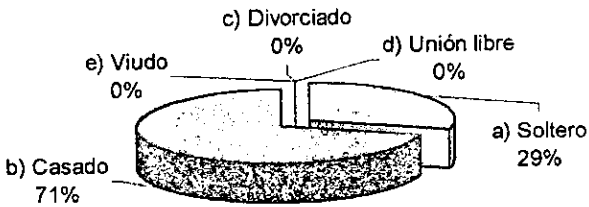
3	Sexo de los encuestados	Hombres	44 %	Mujeres	56 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



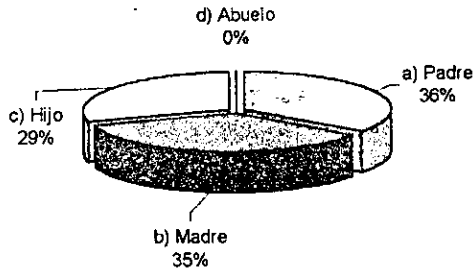
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	22 %	Obrero	11 %	Empleado	55 %
		Profesionista	0 %	Empresario	6 %	Estudiante	6 %



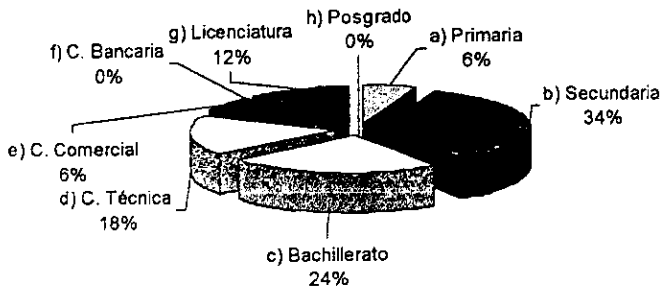
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	29 %	Casado	71 %
		Divorciado	0 %	Viudo	0 %



6	Posición familiar de los encuestados	Padre	36 %	Madre	35 %
		Hijo	29 %	Abuelo	0 %



7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	6 %	Secundaria	34 %	Bachillerato	24 %
		C. Comercial		6 %	C. Técnica		18 %
		Licenciatura	12 %	C. Bancaria	0 %	Posgrado	0 %



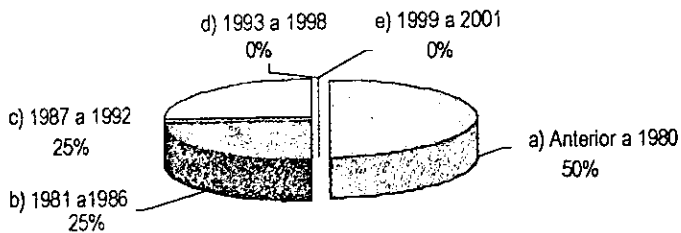
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	47 %	Propia	53 %
---	--	---------	------	--------	------



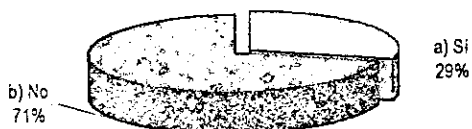
9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Sí	24 %	No	76 %
---	---	----	------	----	------



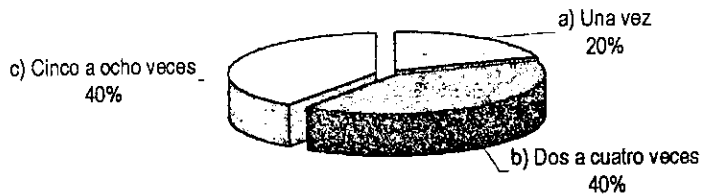
10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980		50 %	1981 - 1986	25 %
		1987-1992	25 %	1993-1998	0 %	1999-2001



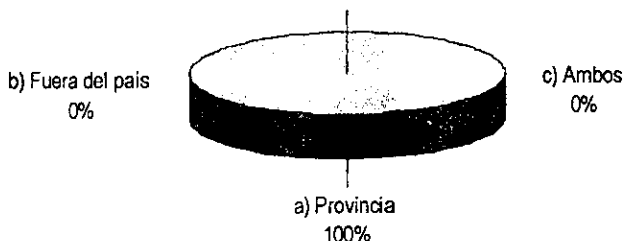
11	Viajes de los encuestados	Si	29 %	No	71 %
----	---------------------------	----	------	----	------



12	Cuantas veces al año viajan los encuestados	Una vez	20 %	2 a 4 veces	40 %
		5 a 8 veces		40 %	



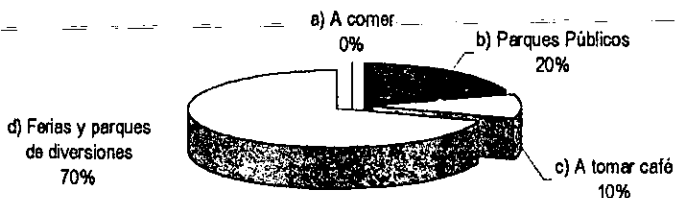
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	100 %	Fuera del país	0 %
		Ambos		0 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Si	53 %	No	47 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------

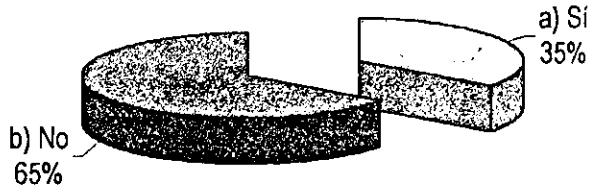


15	A dónde acostumbran pasear en el D.F. los encuestados	A comer	0 %	Parques públicos	20 %
		A tomar café	10 %	Ferias y parques de diversiones	70 %

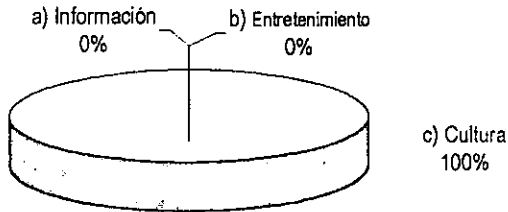


► Consumo cultural: Exposiciones

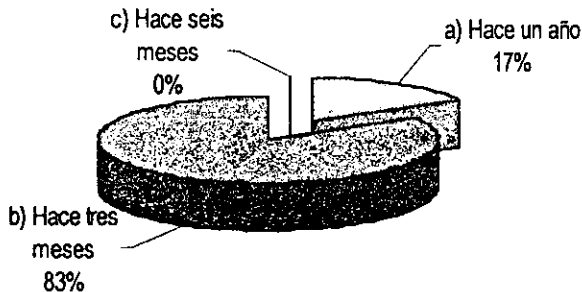
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Si	65 %	No	35 %
----	--	----	------	----	------



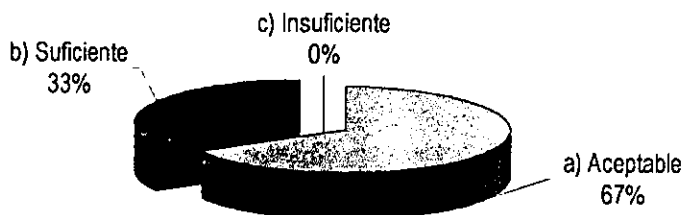
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	0 %
		Forma de adquirir cultura	- 100 %.



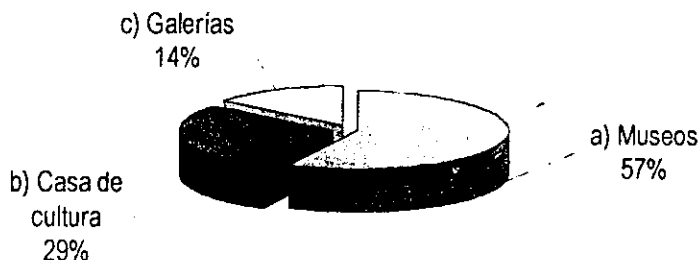
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	17 %
		Hace tres meses	83 %
		Hace seis meses	0 %



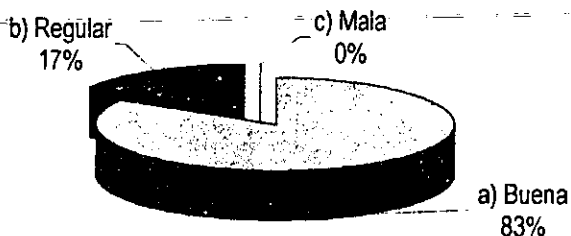
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Acceptable	67 %
		Suficiente	33 %
		Insuficiente	0 %



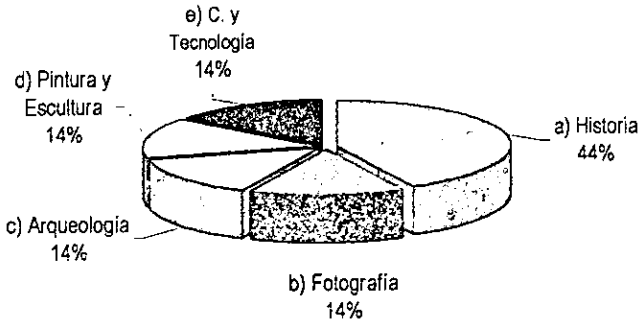
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos	57 %	
		Casas de Cultura	29 %	Galerías



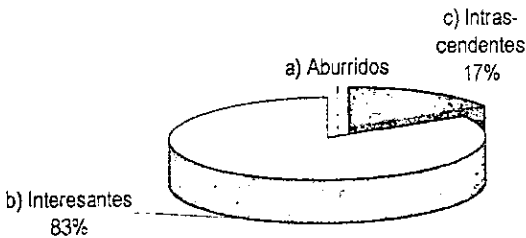
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde visitan Exposiciones	Buena	83 %	Regular	17 %	Mala	0 %
----	---	-------	------	---------	------	------	-----



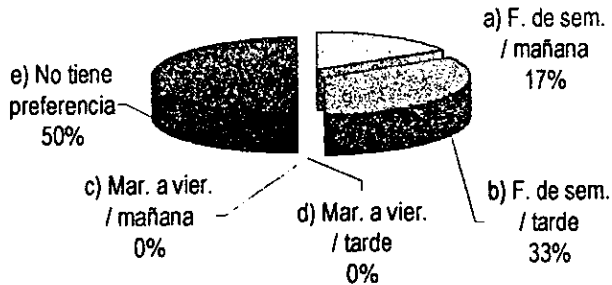
22	Conocimiento del tema de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	44 %	Fotografía	14 %
		Arqueología	14 %	Pintura y Escultura	14 %
		Ciencia y Tecnología			14 %



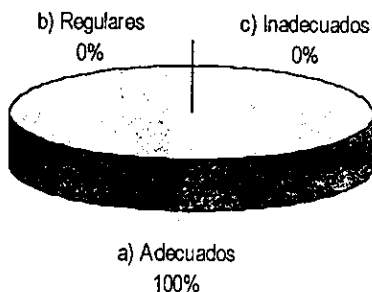
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	0 %	Interesantes	83 %
		Intrascendentes			17 %



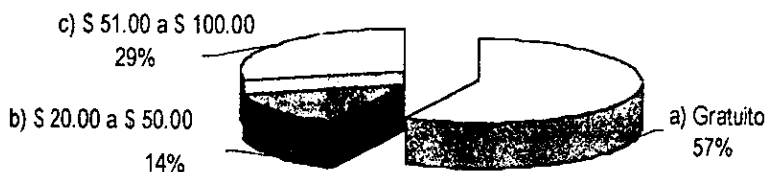
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana		17 %	
		Fin de semana / tarde	33 %	Martes - viernes / mañana	0 %
		Martes a viernes / Tarde	0 %	No tiene preferencia	50 %



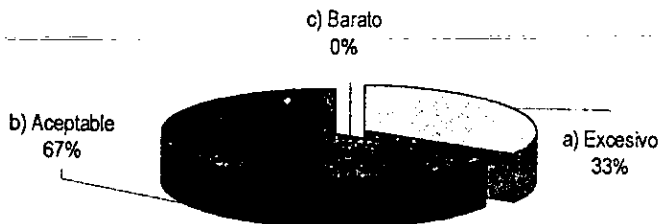
25	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		100 %
		Regulares	100%	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada de las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito	57 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	14 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00	29 %

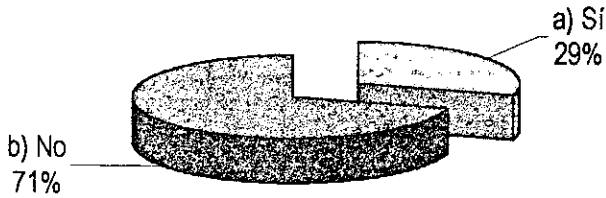


27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo	33 %
		Aceptable	67 %
		Barato	0 %

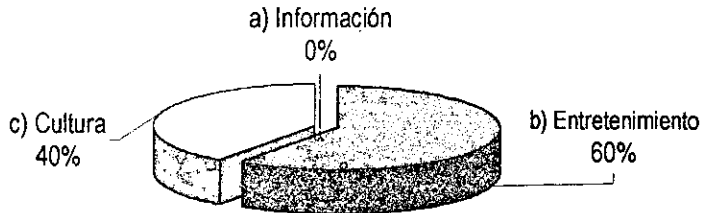


► Consumo cultural: Teatro

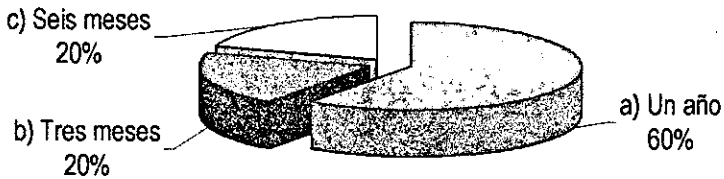
28	Conocimiento del consumo de Teatro	Sí	29 %	No	71 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



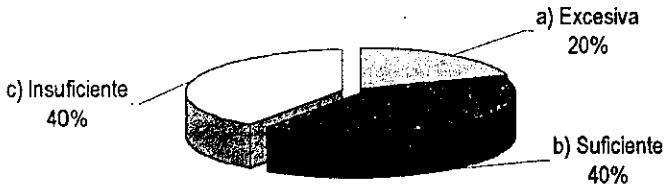
29	Opinión de los encuestados que sí asisten al Teatro sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	60 %
		Forma de adquirir cultura	40 %



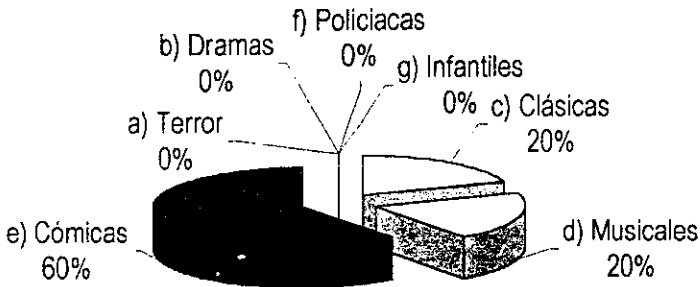
30	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una función de Teatro	Hace un año	60 %
		Hace tres meses	20 %
		Hace seis meses	20 %



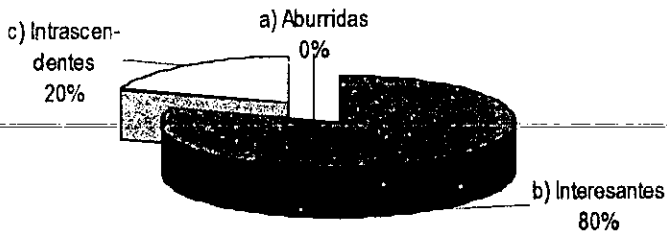
31	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las obras presentadas en los teatros a los que asisten	Excesiva	20 %	Suficiente	40 %
		Insuficiente		40 %	



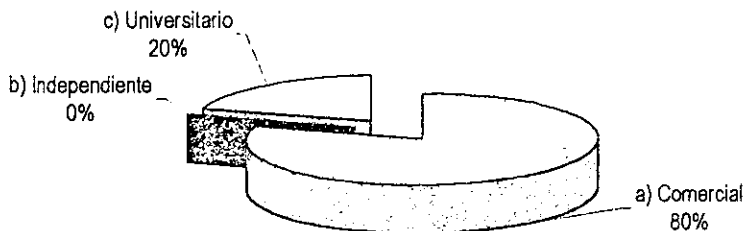
32	Conocimiento de los temas de obras de Teatro preferidos por los encuestados	Terror	0 %	Cómicas	60 %	Dramas	0 %
		Musicales		20 %	Policíacas		0 %
		Clásicas		20 %	Infantiles		0 %



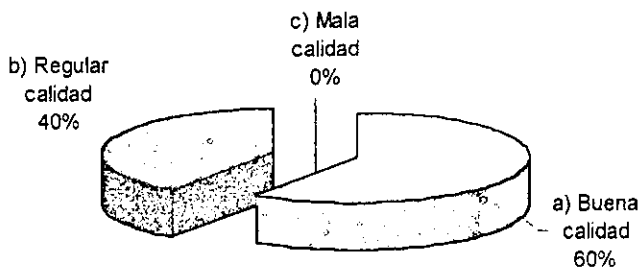
33	Opinión de los encuestados acerca de las obras de Teatro a las que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	80 %
		Intrascendentes		20 %	



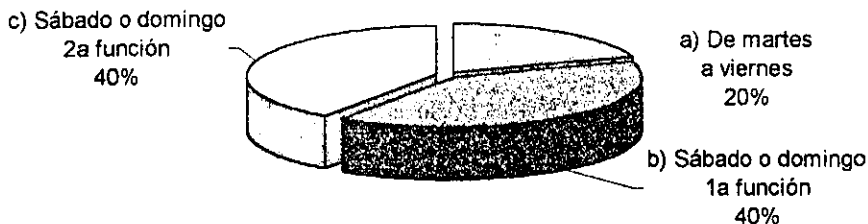
34	Conocimiento del tipo de Teatro al que asisten los encuestados	Comercial	80 %	Universitario	20 %
		Independiente		0 %	



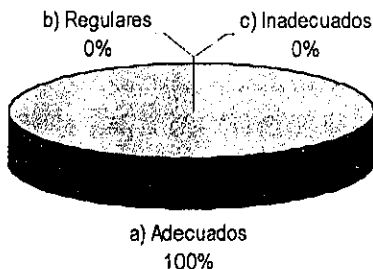
35	Opinión de los encuestados acerca del tipo de Teatro al que asisten	Buena calidad	60 %	
		Regular calidad	40 %	Mala calidad



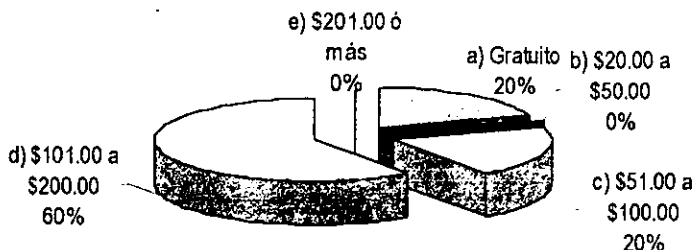
36	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Teatro	Martes a viernes	20 %
		Sábado o domingo 1ª Función	40 %
		Sábado o domingo 2ª Función	40 %



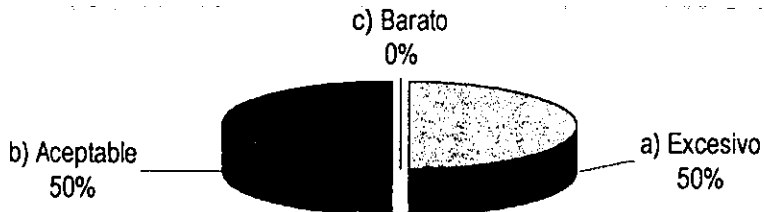
37	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las obras de Teatro a las que asisten	Adecuados	100 %	Regulares	0 %
		Inadecuados			0 %



38	Conocimiento del costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asisten los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00		0 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00		20 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00		60 %
		\$ 201.00 ó más	0 %	Gratuito

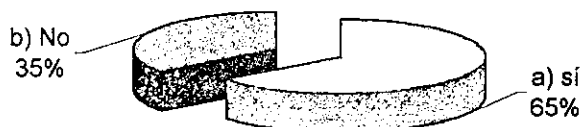


39	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las funciones de Teatro a las que asisten	Excesivo	50 %	Barato	0 %
		Aceptable			50 %

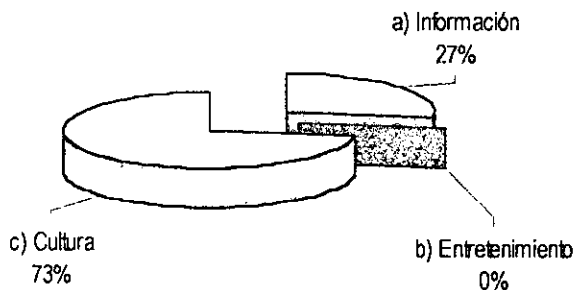


► Consumo cultural: Lectura de libros

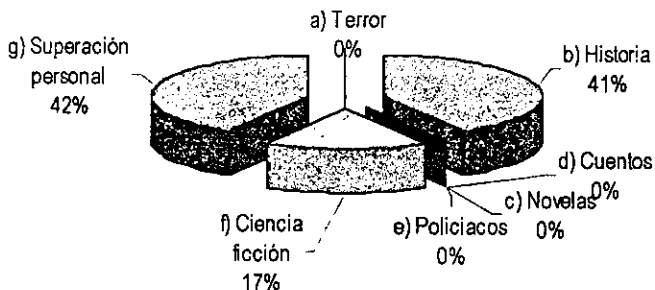
40	Conocimiento del consumo de libros	Sí	65 %	No	35 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



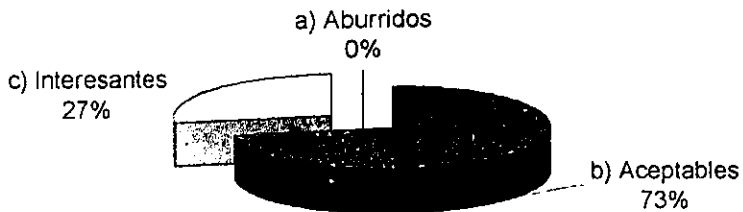
41	Opinión de los encuestados que sí leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	27 %
		Opción de entretenimiento	0 %
		Forma de adquirir cultura	73 %



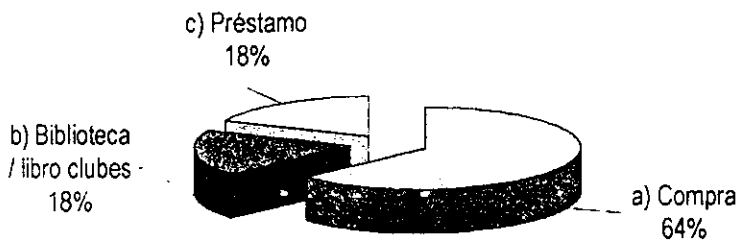
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	0 %	Cuentos	0 %	Historia	41 %
		Superación personal		42 %	Policiaos		0 %
		Novelas	0 %	Ciencia ficción	17 %		



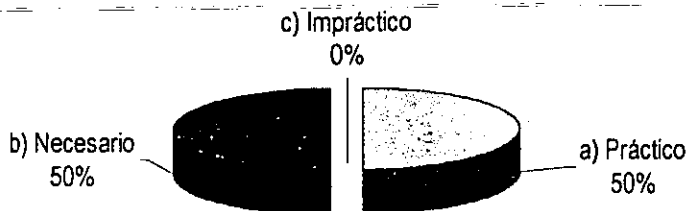
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridas		0 %
		Aceptables	73 %	Interesantes



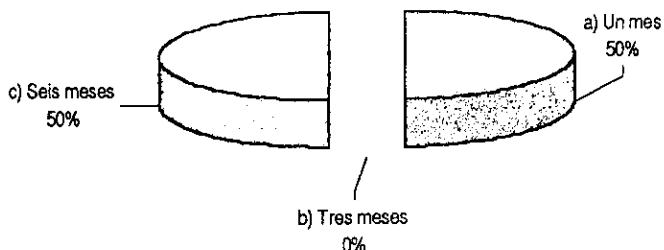
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Compra	64 %
		Biblioteca o libro club	18 %
		Préstamo de conocidos	18 %



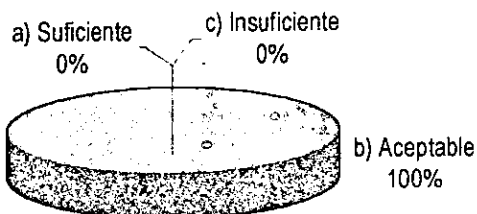
45	Opinión de los encuestados acerca del servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que asisten	Práctico		50 %
		Necesario	50 %	Impráctico



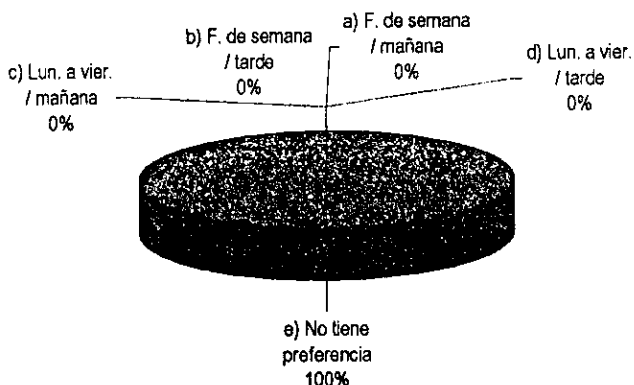
46	Conocimiento de la última vez que asistieron los encuestados a la biblioteca o el libro club	Hace un mes		50%	
		Hace tres meses	0%	Hace seis meses	50%



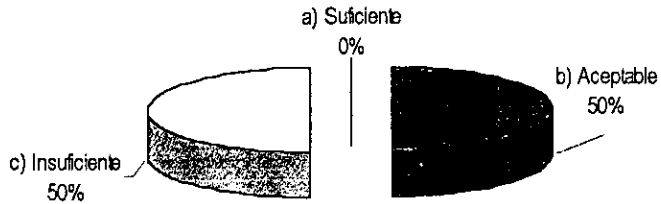
47	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que acuden	Suficiente	0%	Insuficiente	0%
		Aceptable		100%	



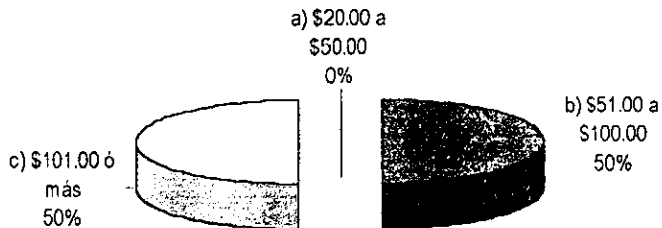
48	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a la biblioteca o el libro club.	Fines de semana / mañana	0%	Fines de semana / tarde	0%
		Lunes a viernes / mañana	0%	Lunes a viernes / tarde	0%
		No tiene preferencia		100%	



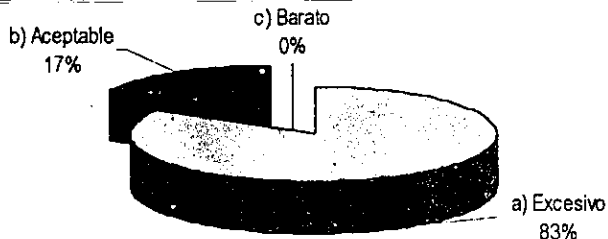
49	Opinión de los encuestados acerca del horario de atención de la biblioteca o el libro club al que asisten	Suficiente		0 %
		Aceptable	50 %	Insuficiente



50	Conocimiento del costo de los libros comprados por los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00	50 %
		\$ 101.00 ó más	50 %

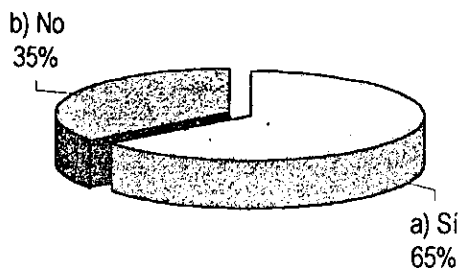


51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compran	Excesivo	83 %	Aceptable	17 %
		Barato		0 %	

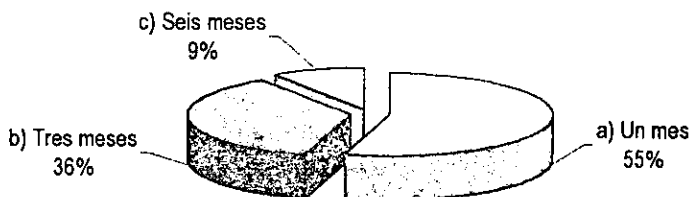


► Consumo cultural: Cine

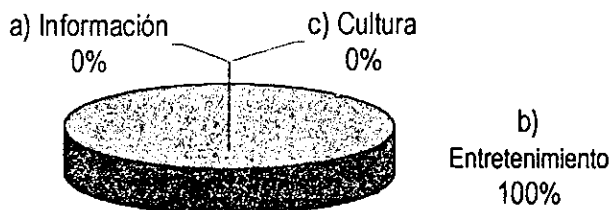
52	Conocimiento de la asistencia de los encuestados al Cine	Sí	65 %	No	35 %
----	--	----	------	----	------



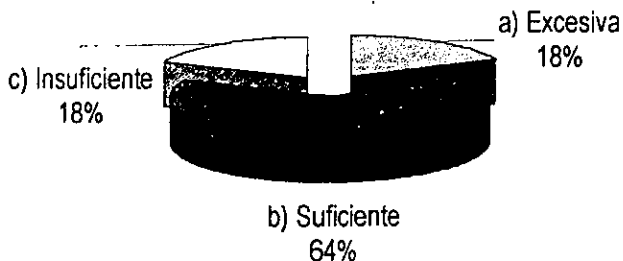
53	Opinión de los encuestados que sí van al Cine sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	100 %
		Forma de adquirir cultura	0 %



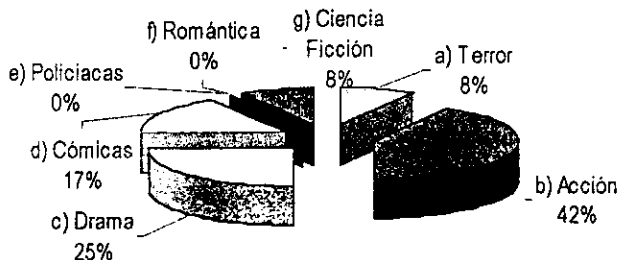
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes	55 %
		Hace tres meses	36 %
		Hace seis meses	9 %



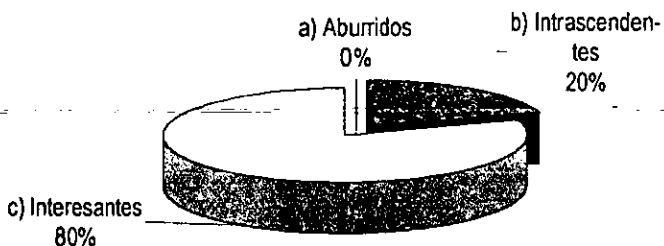
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los cines a los que asisten	Excesiva	18 %
		Suficiente	64 %
		Insuficiente	18 %



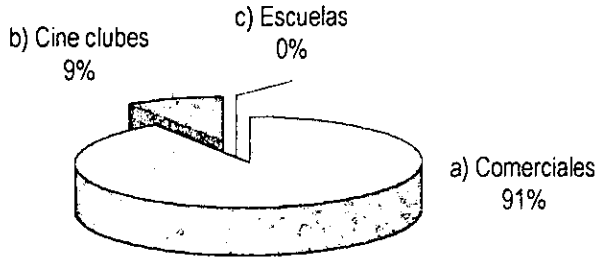
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	8 %	Acción	42 %		
		Drama	25 %	Cómicas	17 %		
		Policíacas	0 %	Románticas	4 %	Ciencia Ficción	8 %



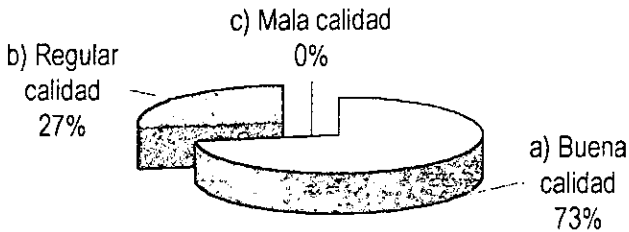
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los cines a los que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	80 %
		Intrascendentes		20 %	



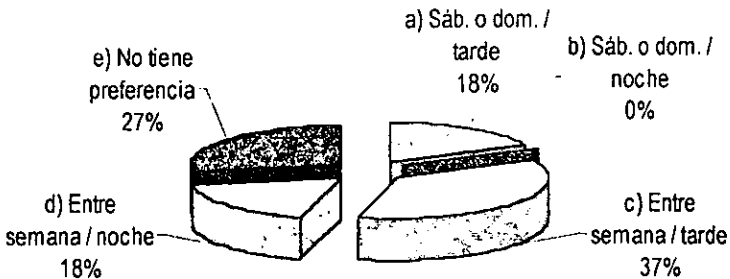
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		91 %
		Cine club	9 %	Escuelas



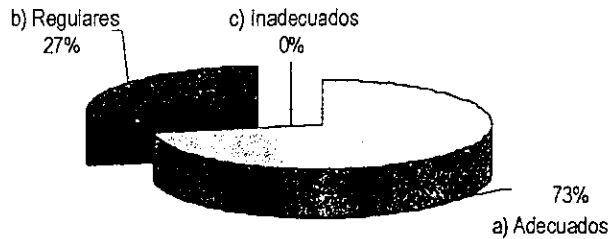
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a las que asisten	Buena calidad	73 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		27 %	



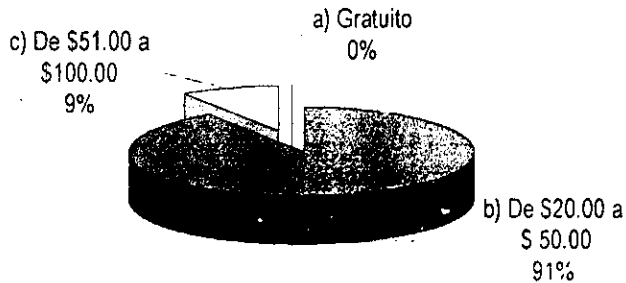
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	18 %	Sábado o domingo / noche	0 %
		Entre semana / tarde	37 %	Entre semana / noche	18 %
		No tiene preferencia		27 %	



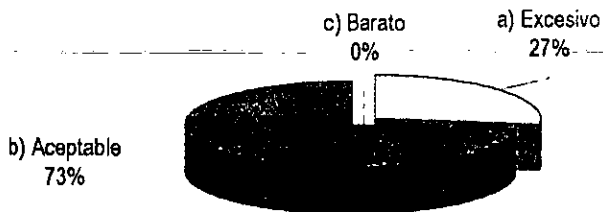
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	73 %	Regulares	27 %
		Inadecuados			0 %



62	Conocimiento del costo de entrada a las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	0 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	91 %
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	9 %

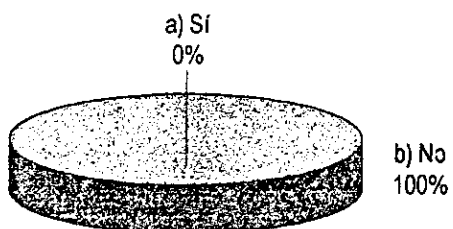


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	27 %
		Aceptable	73 %
		Barato	0 %



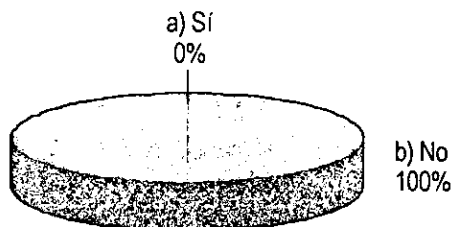
► **Consumo cultural: Conciertos de música**

64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Sí	0%	No	100%
----	--	----	----	----	------



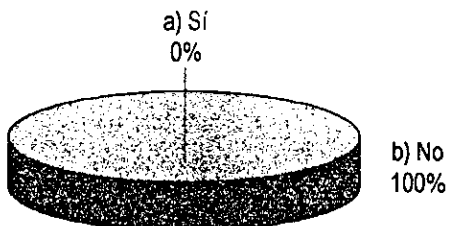
► **Consumo cultural: Danza o baile**

76	Conocimiento de la practica de los encuestados de alguna Danza o Baile	Sí	0%	No	100%
----	--	----	----	----	------



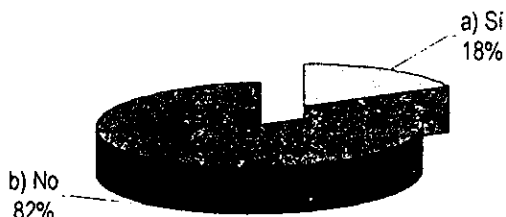
► **Taller artístico cultural**

88	Conocimiento de la asistencia de los encuestados a algún Taller artístico cultural	Sí	0%	No	100%
----	--	----	----	----	------

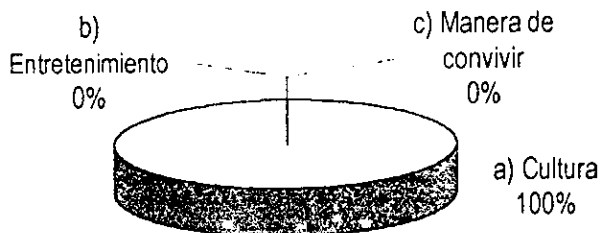


► Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada y de las actividades que se imparten en la misma

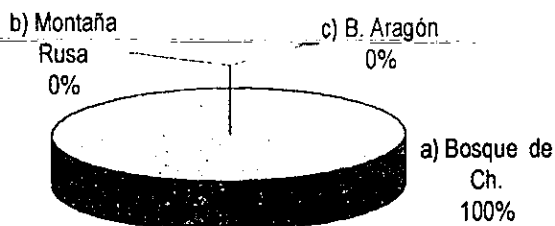
100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	Si	18 %	No	82 %
-----	---	----	------	----	------



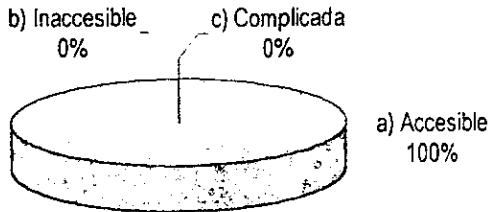
101	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre la utilidad de asistir a la misma	Forma de adquirir cultura	0 %
		Opción de entretenimiento	0 %
		Manera de convivir	100 %



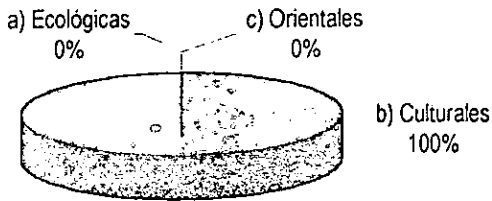
102	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC de la ubicación de la misma	1ª Secc del Bosque de Ch.		100 %
		Junto a la Montaña Rusa	0 %	Bosque Aragón



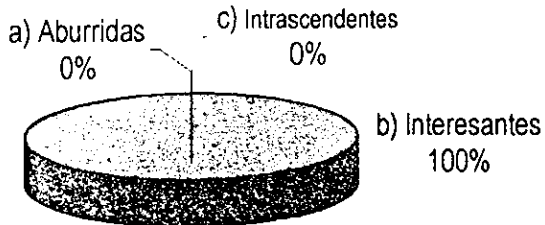
103	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de la ubicación de la misma	Accesible		100 %
		Inaccesible	0 %	Complicada



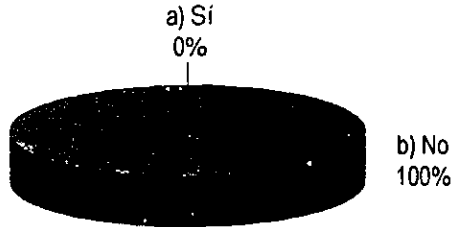
104	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre el tipo de actividades impartidas en la misma	Ecológicas		0 %
		Culturales	100 %	Orientales



105	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de las actividades de la misma	Aburridas	0 %	Intrascendentes	0 %
		Interesantes		100 %	



106	Conocimiento de la participación de los encuestados en alguna de las actividades de la CCQC	Si	0%	No	100%
-----	---	----	----	----	------

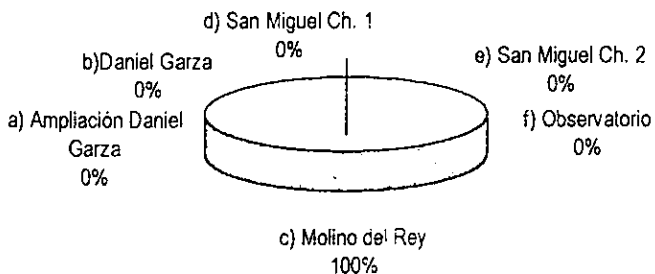


4.6.3 Estrato 3 / Colonia Molino del Rey

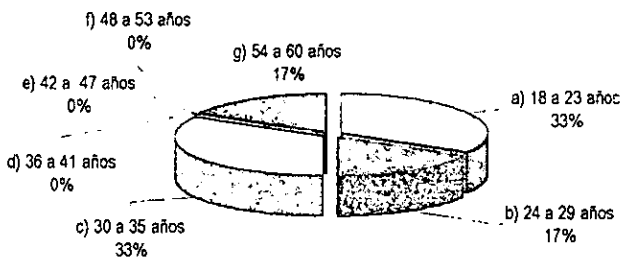
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

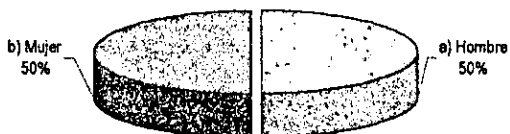
1	La colonia donde viven los encuestados	Molino del Rey	100 %
---	--	----------------	-------



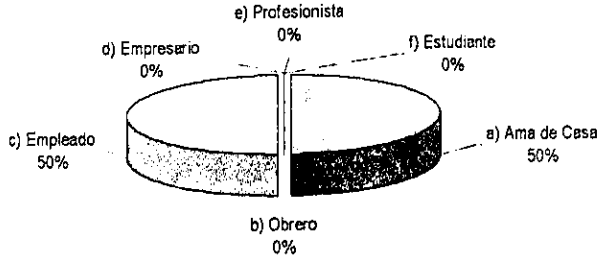
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años	33 %	24 a 29 años	17 %
		30 a 35 años	33 %	36 a 41 años	0 %
		42 a 47 años	0 %	48 a 53 años	0 %
				54 a 60 años	17 %



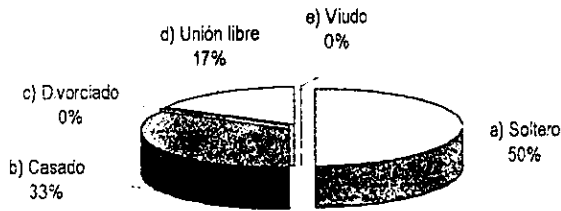
3	Sexo de los encuestados	Hombres	50 %	Mujeres	50 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



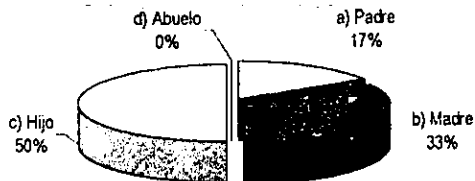
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	50 %	Obrero	0 %	Empleado	50 %
		Profesionista	0 %	Empresario	0 %	Estudiante	0 %



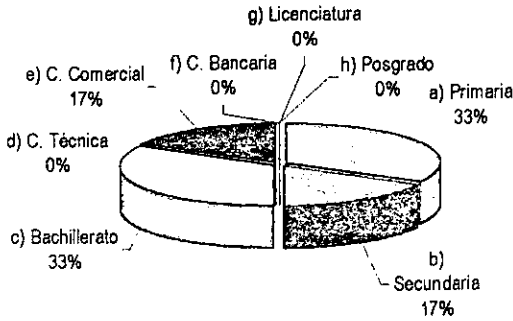
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	50 %	Casado	33 %
		Divorciado	0 %	Viudo	0 %



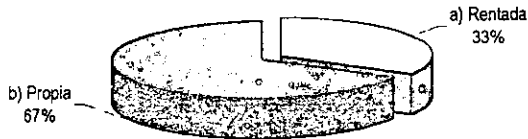
6	Posición familiar de los encuestados	Padre	17 %	Madre	33 %
		Hijo	50 %	Abuelo	0 %



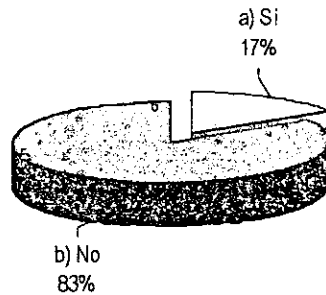
7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	33 %	Secundaria	17 %	Bachillerato	33 %
		C. Comercial		17 %	C. Técnica		0 %
		Licenciatura	0 %	C. Bancaria	0 %	Posgrado	0 %



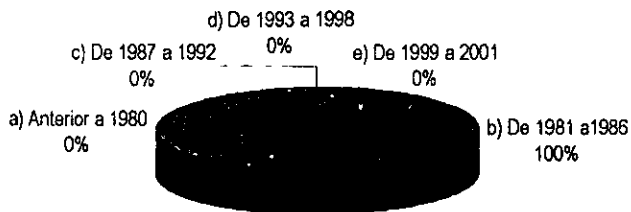
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	33 %	Propia	67 %
---	--	---------	------	--------	------



9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Si	17 %	No	83 %
---	---	----	------	----	------



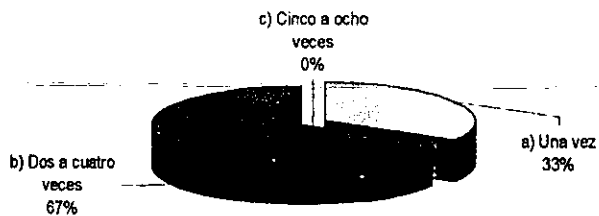
10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980		0 %	1981 - 1986		100 %
		1987-1992	0 %	1993-1998	0 %	1999-2001	0 %



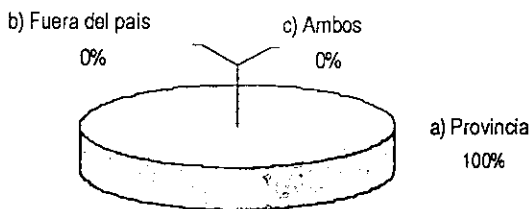
11	Viajes de los encuestados	Sí	50 %	No	50 %
----	---------------------------	----	------	----	------



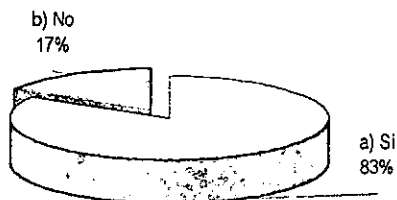
12	Cuántas veces al año viajan los encuestados	Una vez	33 %	2 a 4 veces	67 %
		5 a 8 veces		0 %	



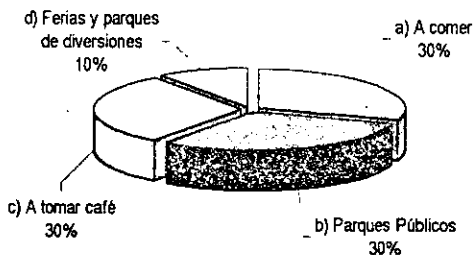
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	100 %	Fuera del país	0 %
		Ambos		0 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Sí	83 %	No	17 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------



15	En donde pasean en el D.F. los encuestados	A comer	30 %	Parques públicos	30 %
		A tomar café	30 %	Ferias y parques de diversiones	10 %

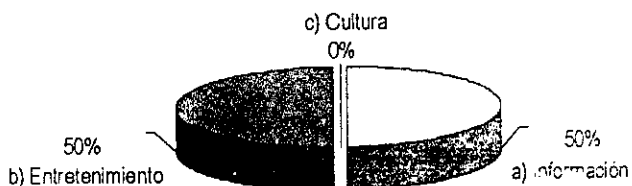


► Consumo cultural: Exposiciones

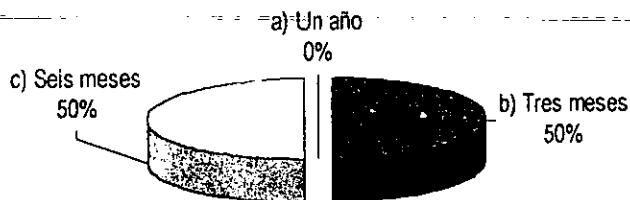
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Si	33 %	No	67 %
----	--	----	------	----	------



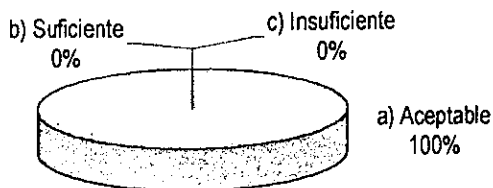
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	50 %
		Opción de entretenimiento	50 %
		Forma de adquirir cultura	0 %



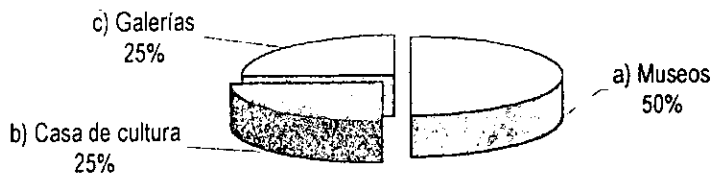
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	0 %
		Hace tres meses	50 %
		Hace seis meses	50 %



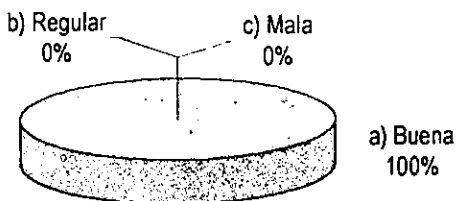
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Acceptable	100 %
		Suficiente	0 %
		Insuficiente	0 %



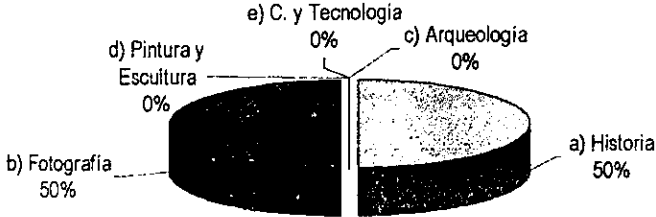
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos	50 %	
		Casas de Cultura	25 %	Galerías



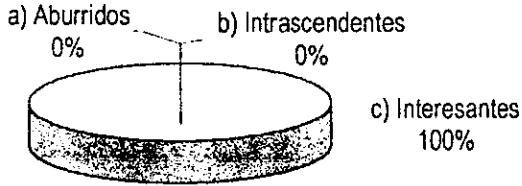
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde acostumbran visitar Exposiciones	Buena	100 %	Regular	0 %	Mala	0 %
----	---	-------	-------	---------	-----	------	-----



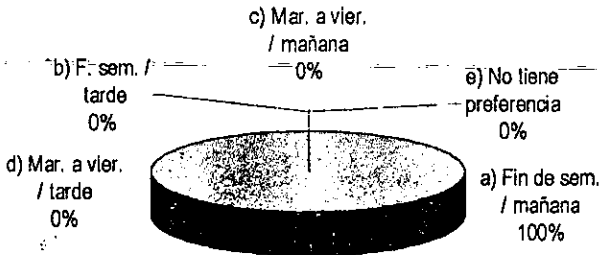
22	Conocimiento del tema de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	50 %	Fotografía	50 %
		Arqueología	0 %	Pintura y Escultura	0 %
		Ciencia y Tecnología	0 %		



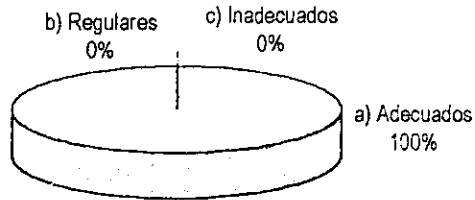
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	0 %	Interesantes	100 %
		Intrascendentes			0 %



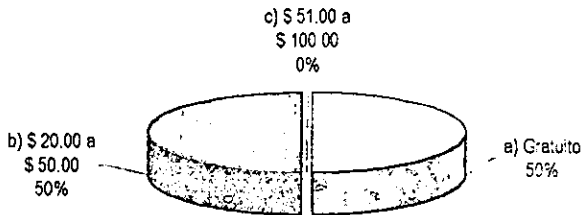
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana	100 %	Fin de semana / tarde	0 %
		Martes - viernes / mañana			0 %
		Martes a viernes / Tarde	0 %	No tiene preferencia	0 %



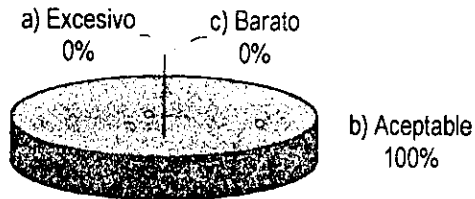
25	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		100 %
		Regulares	0 %	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada a las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito		50 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	50 %	\$ 51.00 - \$ 100.00

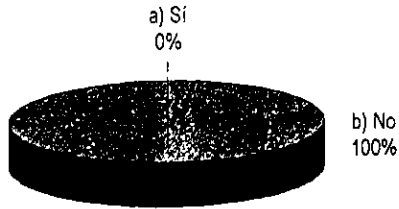


27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo		0 %
		Aceptable	100 %	Barato



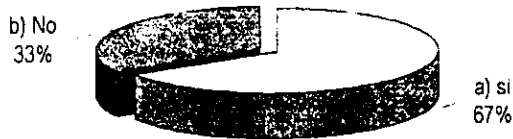
► Consumo cultural: Teatro

28	Conocimiento del consumo de Teatro	Si	0 %	No	100 %
----	------------------------------------	----	-----	----	-------

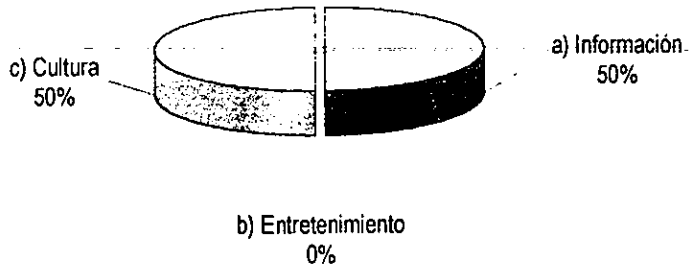


► Consumo cultural: Lectura de libros

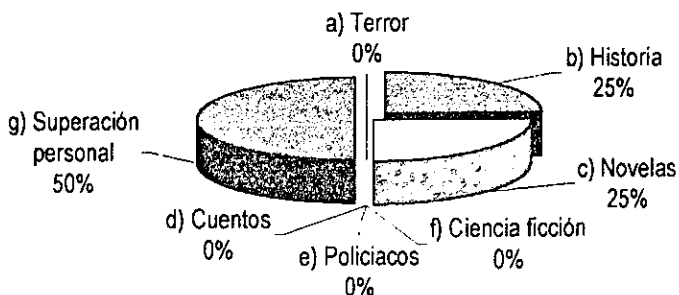
40	Conocimiento del consumo de Libros	Si	67 %	No	33 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



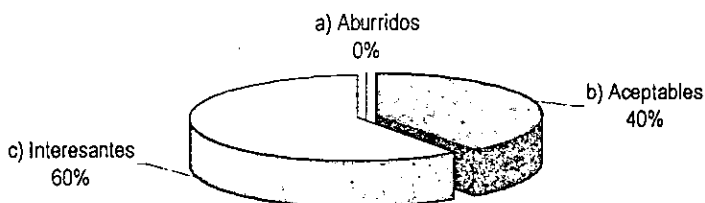
41	Opinión de los encuestados que si leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	50 %
		Opción de entretenimiento	0 %
		Forma de adquirir cultura	50 %



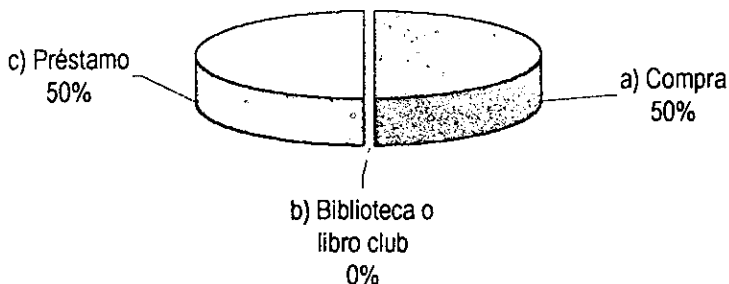
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	0 %	Cuentos	0 %	Novelas	25 %
		Historia	25 %	Policiaicos	0 %	Ciencia ficción	0 %
		Superación personal				50 %	



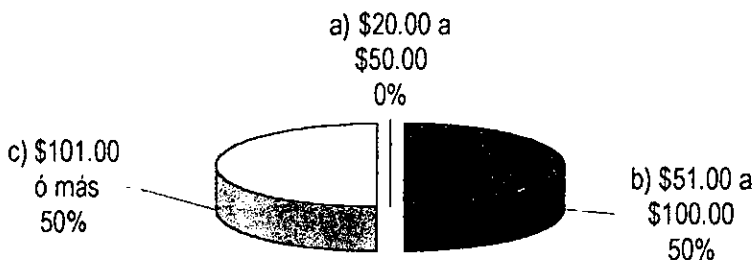
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridas		0 %
		Aceptables	40 %	Interesantes



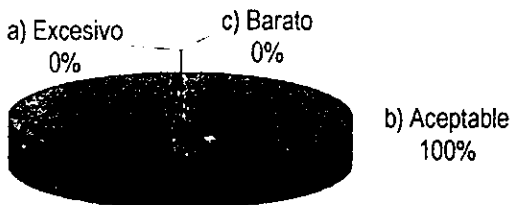
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Compra	50 %
		Biblioteca o libro club	0 %
		Préstamo de conocidos	50 %



50	Conocimiento del costo de los libros que compran los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00	50 %
		\$ 101.00 ó más	50 %

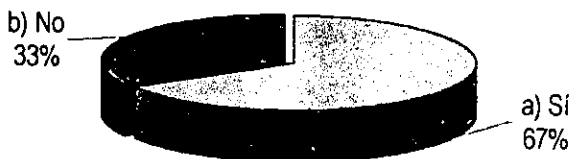


51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compran	Excesivo	0 %	Aceptable	100 %
		Barato			0 %

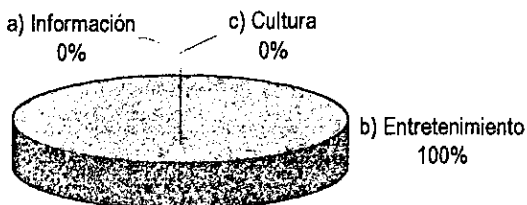


► Consumo cultural: Cine

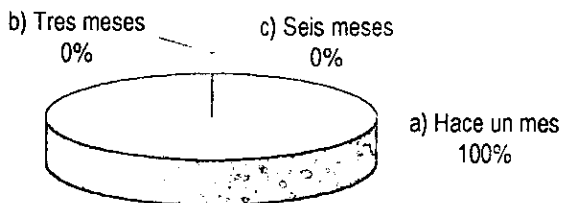
52	Conocimiento del consumo de Cine	Sí	67 %	No	33 %
----	----------------------------------	----	------	----	------



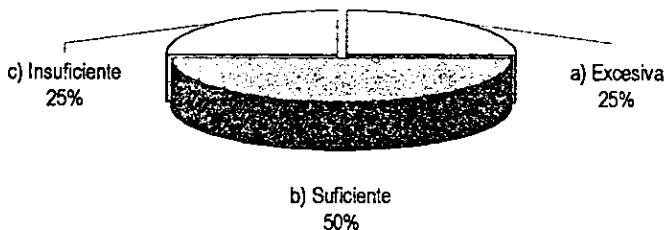
53	Opinión de los encuestados que sí van al Cine sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	100 %
		Forma de adquirir cultura	0 %



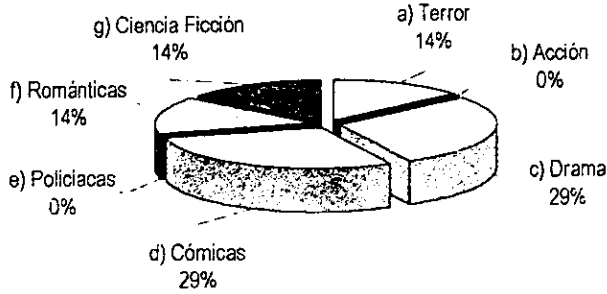
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes	100 %
		Hace tres meses	0 %
		Hace seis meses	0 %



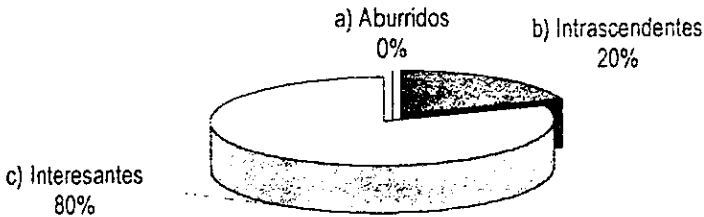
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los cines a los que asisten	Excesiva	25 %
		Suficiente	50 %
		Insuficiente	25 %



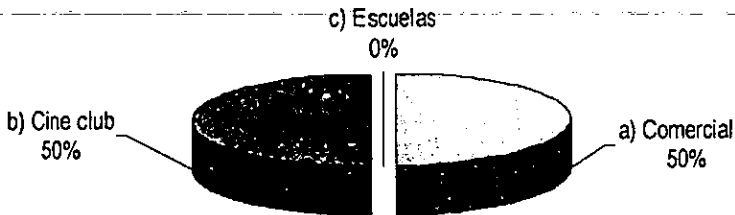
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	14 %	Acción	0 %
		Drama	29 %	Cómicas	29 %
		Policíacas	0 %	Romántica	14 %
		Ciencia Ficción		14 %	



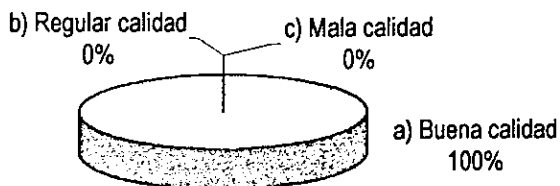
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los Cines a los que asisten	Aburridos	18 %	Interesantes	64 %
		Intrascendentes		18 %	



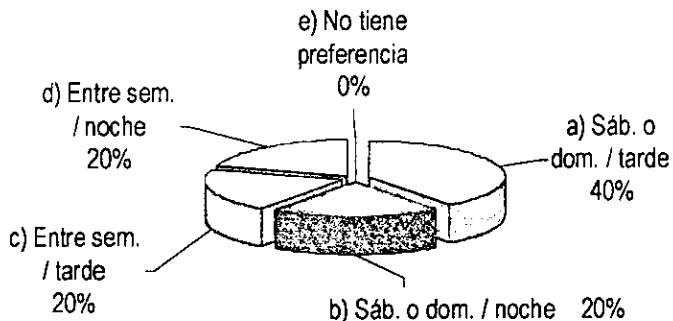
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		50 %	
		Cine club	50 %	Escuelas	0 %



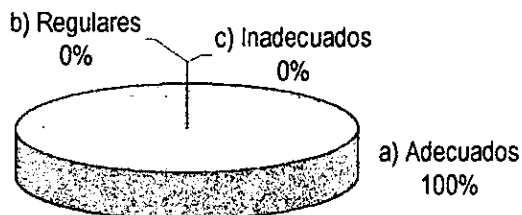
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a los que asisten	Buena calidad	100 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		0 %	



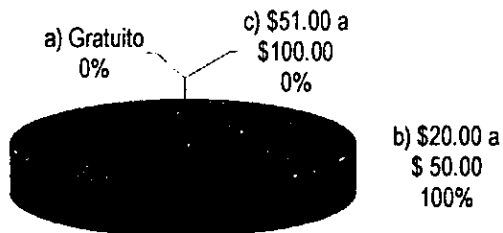
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	40 %	Sábado o domingo / noche	20 %
		Entre semana / tarde	20 %	Entre semana / noche	20 %
		No tiene preferencia	0 %		



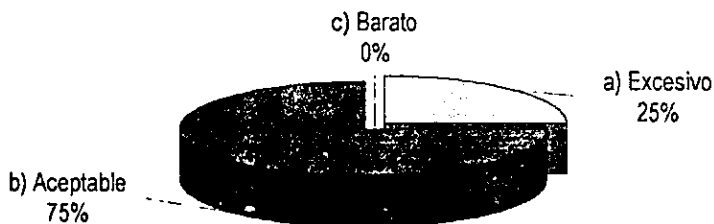
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	100 %	Regulares	0 %
		Inadecuados		0 %	



62	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	0 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	100 %
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	0 %

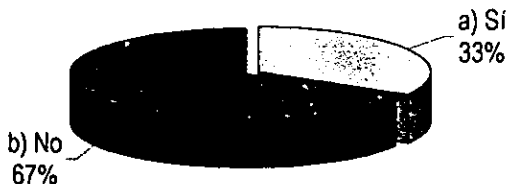


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	25 %
		Aceptable	75 %
		Barato	0 %

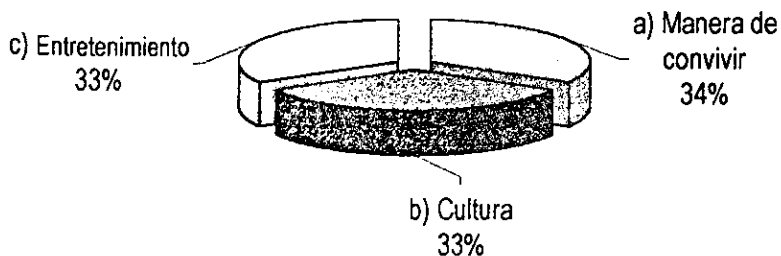


► Consumo cultural: Conciertos de música

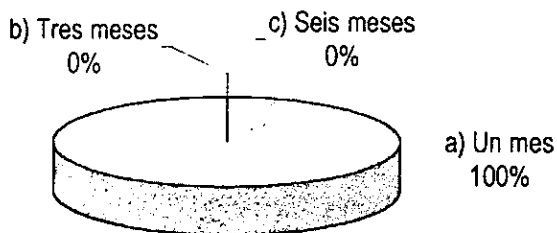
64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Si	33 %	No	67 %
----	--	----	------	----	------



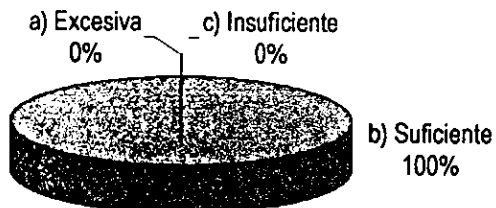
65	Opinión de los encuestados que si van a Conciertos sobre la utilidad de asistir a los mismos	Manera de convivir	34 %
		Forma de adquirir cultura	33 %
		Opción de entretenimiento	33 %



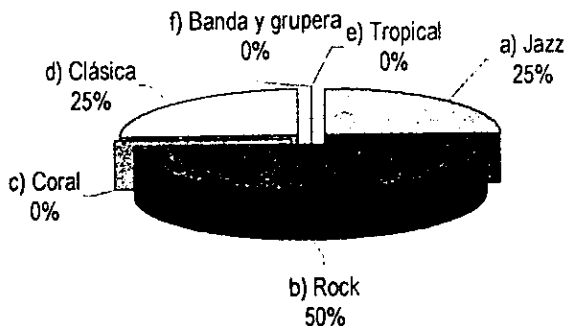
66	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a un Concierto	Hace un mes	100 %
		Hace tres meses	0 %
		Hace seis meses	0 %



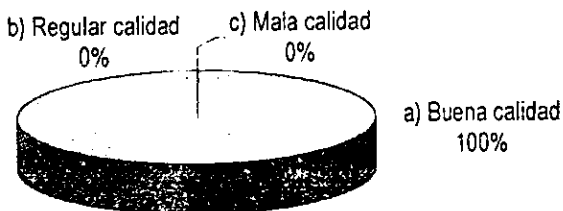
67	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asisten	Excesiva	0 %	
		Suficiente	100 %	Insuficiente 0 %



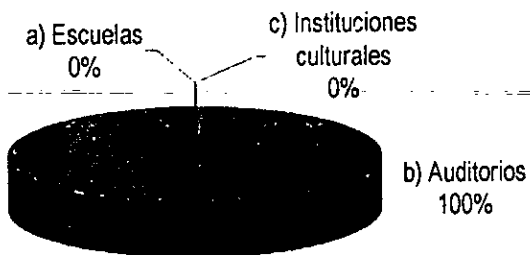
68	Conocimiento del tipo de música preferida por los encuestados en los Conciertos	Jazz	25 %	Rock	50 %	Coral	0 %	Clásica	25 %
		Tropical		0 %	Banda y grupera		0 %		



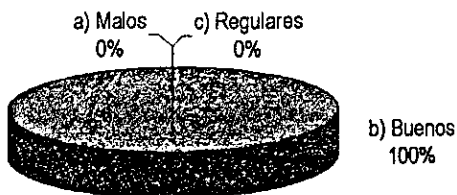
69	Opinión de los encuestados acerca de la música presentada en los Conciertos a los que asisten	Buena calidad	100 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		0 %	



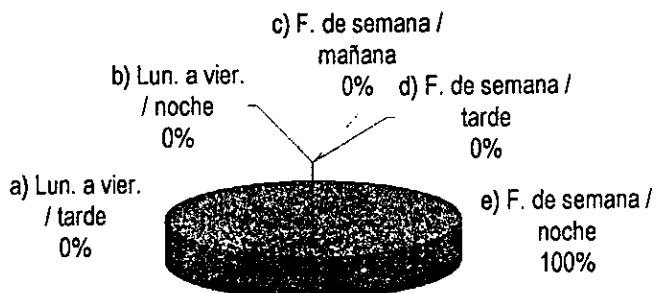
70	Conocimiento de los lugares a los que asisten los encuestados a Conciertos	Escuelas	0 %	Auditorios	100 %
		Instituciones culturales		0 %	



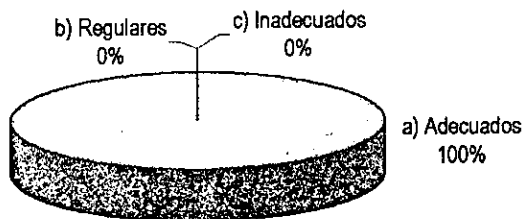
71	Opinión de los encuestados acerca de los lugares a los que asisten a Conciertos	Malos	0%	Buenos	100%
		Regulares		0%	



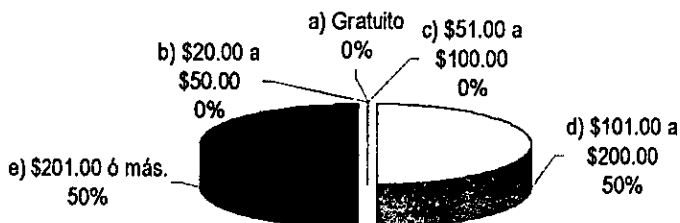
72	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a Conciertos	Lunes a viernes / tarde	0%	Lunes a viernes / noche	0%
		Fines de semana / mañana	0%	Fines de semana / tarde	0%
		Fines de semana / noche		100%	



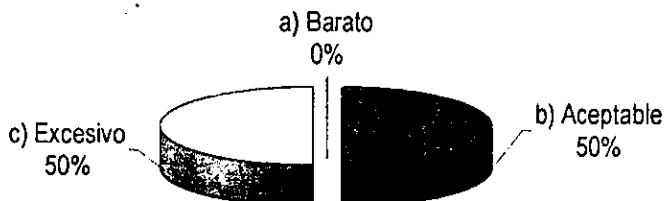
73	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de los Conciertos a los que asisten	Adecuados		100%	
		Regulares	0%	Inadecuados	0%



74	Conocimiento del costo de entrada de los Conciertos a los que asisten los encuestados	Gratuito		0 %	
		\$ 20.00 – \$ 50.00	0 %	\$ 51.00 – \$ 100.00	0 %
		\$ 101.00 – \$ 200.00	50 %	\$ 201.00 ó más	50 %

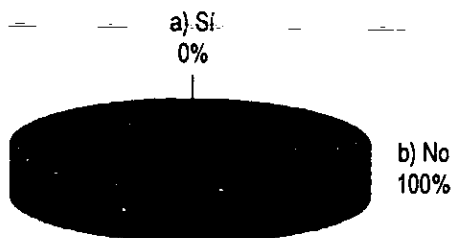


75	Opinión de los encuestados acerca del costo de los Conciertos a los que asisten	Barato		0 %	
		Aceptable	78 %	Excesivo	22 %



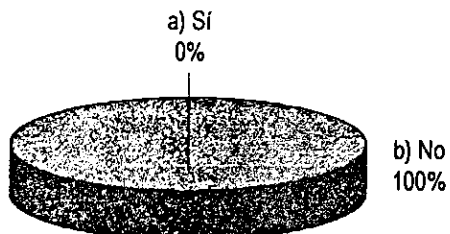
► Consumo cultural: Danza o baile

76	Conocimiento del consumo de Danza o Baile	Sí	0 %	No	100 %
----	---	----	-----	----	-------



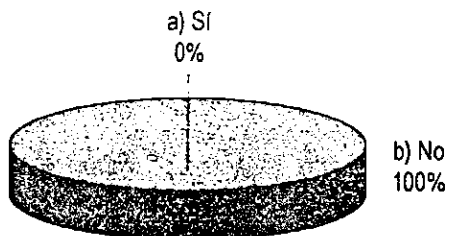
► **Consumo cultural: Taller artístico cultural**

88	Conocimiento del consumo de algún Taller artístico cultural	Sí	0%	No	100%
----	---	----	----	----	------



► **Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada y de las actividades que se imparten en la misma**

100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	Sí	0%	No	100%
-----	---	----	----	----	------

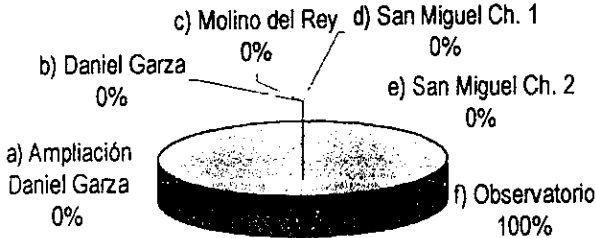


4.6.4 Estrato 4 / Colonia Observatorio

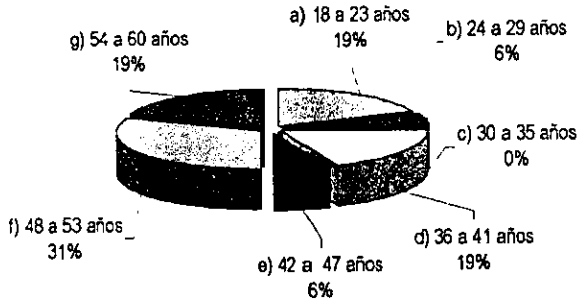
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

1	La colonia donde viven los encuestados	Observatorio	100 %
---	--	--------------	-------



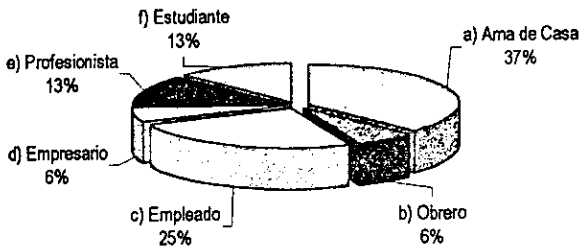
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años	19 %	24 a 29 años	6 %
		30 a 35 años	0 %	36 a 41 años	19 %
		42 a 47 años	6 %	48 a 53 años	31 %



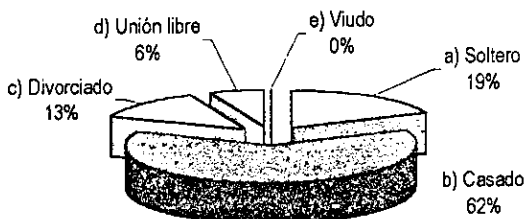
3	Sexo de los encuestados	Hombres	38 %	Mujeres	62 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



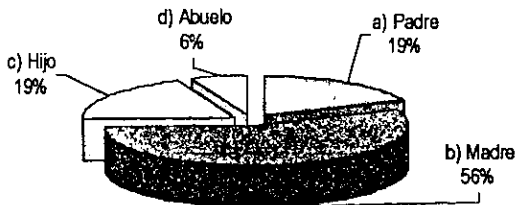
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	7 %	Obrero	6 %	Empleado	25 %
		Profesionista	13 %	Empresario	6 %	Estudiante	13 %



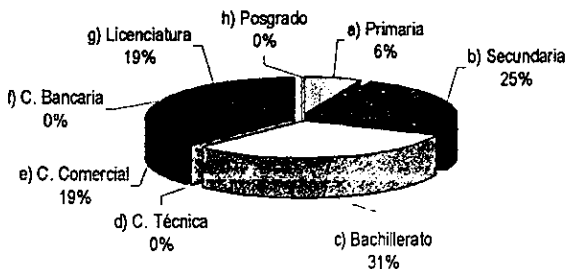
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	19 %	Casado	62 %
		Divorciado	13 %	Viudo	0 %



6	Posición familiar de los encuestados	Padre	19 %	Madre	56 %
		Hijo	19 %	Abuelo	6 %



7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	6 %	Secundaria	25 %	Bachillerato	31 %
		C. Comercial		19 %	C. Técnica		0 %
		Licenciatura	19 %	C. Bancaria	0 %	Posgrado	0 %



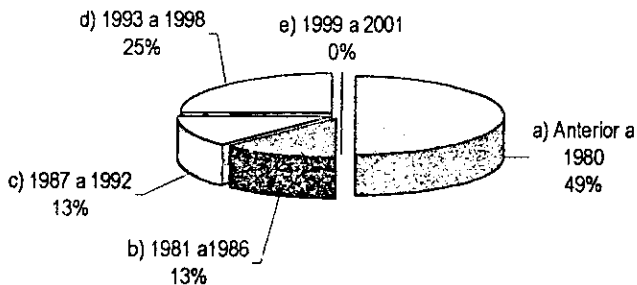
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	25 %	Propia	75 %
---	--	---------	------	--------	------



9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Sí	44 %	No	56 %
---	---	----	------	----	------



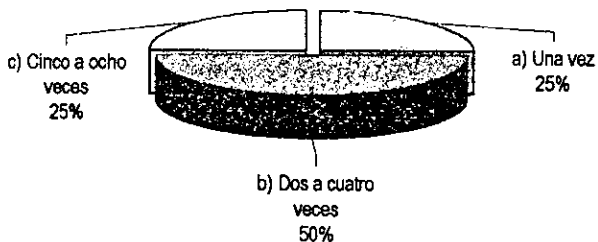
10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980	49 %	1981 - 1986	13 %
		1987-1992	13 %	1993-1998	25 %



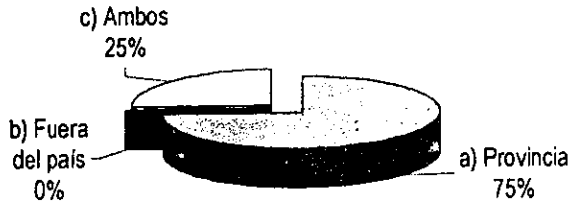
11	Viajes de los encuestados	Sí	50 %	No	50 %
----	---------------------------	----	------	----	------



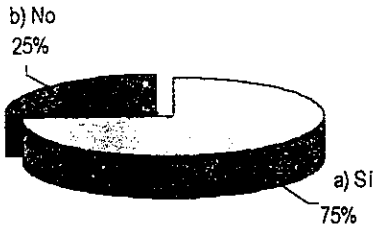
12	Cuántas veces al año viajan los encuestados	Una vez	25 %	2 a 4 veces	50 %
		5 a 8 veces		25 %	



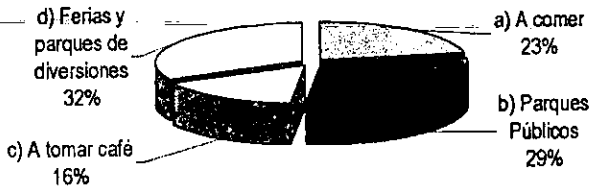
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	75 %	Fuera del país	0 %
		Ambos		25 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Si	75 %	No	25 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------

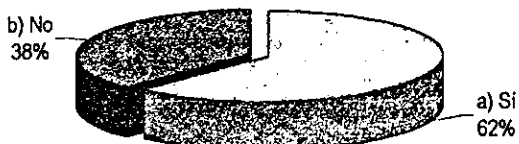


15	En donde pasean en el D.F. los encuestados	A comer	23 %	Parques públicos	29 %
		A tomar café	16 %	Ferias y parques de diversiones	32 %

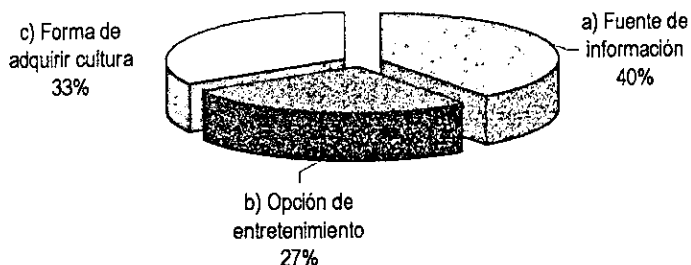


► Consumo cultural: Exposiciones

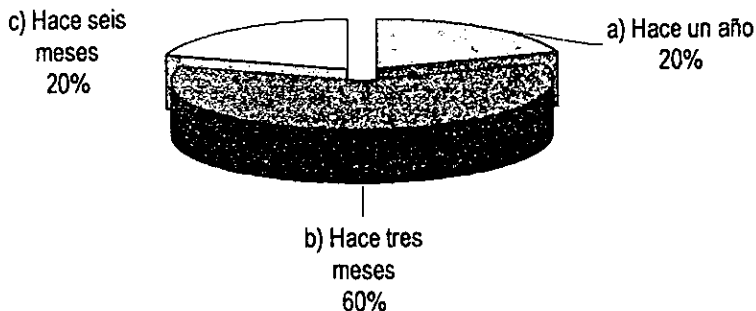
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Sí	62 %	No	38 %
----	--	----	------	----	------



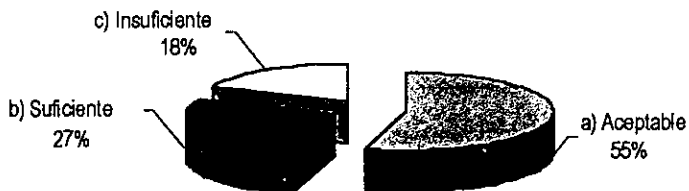
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	40 %
		Opción de entretenimiento	27 %
		Forma de adquirir cultura	33 %



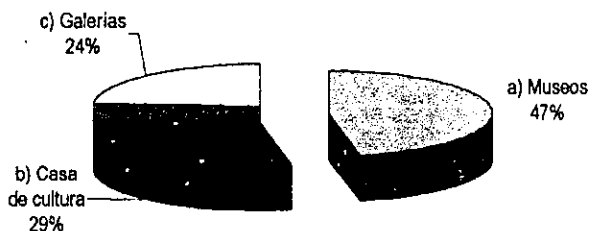
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	20 %
		Hace tres meses	60 %
		Hace seis meses	20 %



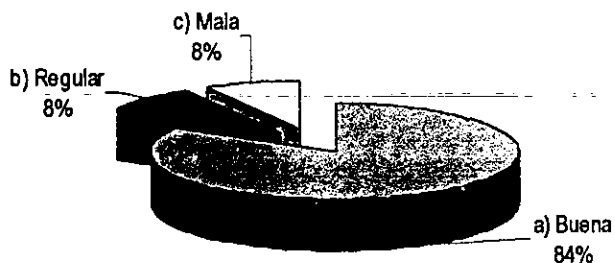
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Acceptable	55 %
		Suficiente	27 %
		Insuficiente	18 %



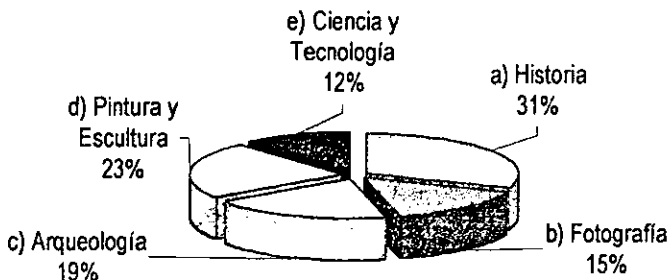
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos		47 %	
		Casas de Cultura	29 %	Galerías	24 %



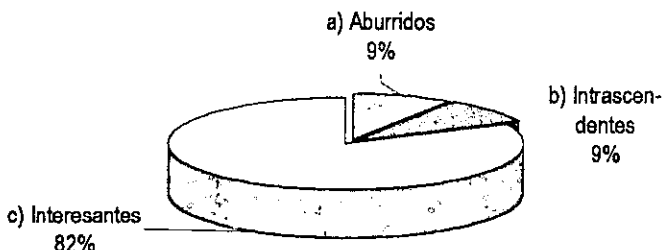
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde acostumbran visitar Exposiciones	Buena	84 %	Regular	8 %	Mala	8 %
----	---	-------	------	---------	-----	------	-----



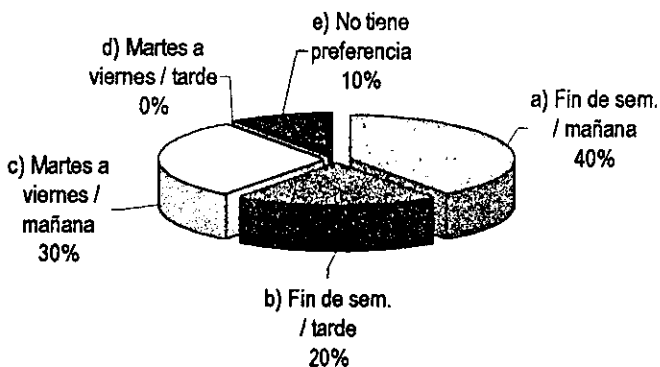
22	Conocimiento del tema de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	31 %	Fotografía	15 %
		Arqueología	19 %	Pintura y Escultura	23 %
		Ciencia y Tecnología			12 %



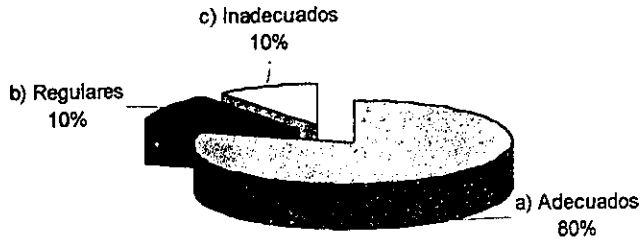
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	9 %	Interesantes	82 %
		Intrascendentes		9 %	



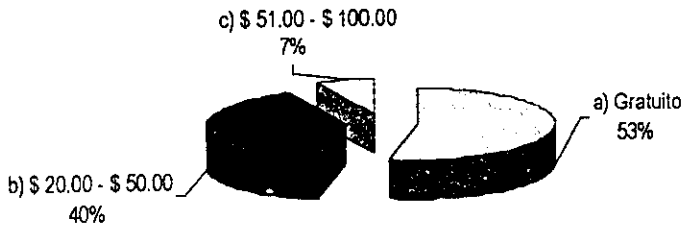
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana	40 %	Fin de semana / tarde	20 %
		Martes - viernes / mañana		50 %	
		Martes a viernes / Tarde	0 %	No tiene preferencia	10 %



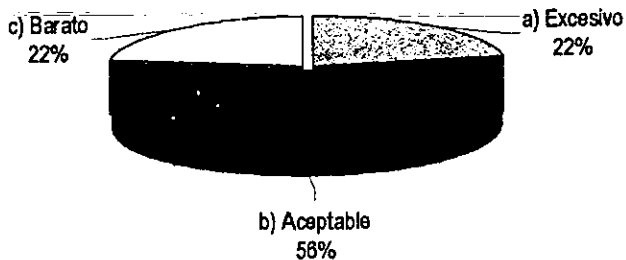
25	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		80 %
		Regulares	10 %	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada a las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito		53 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	40 %	\$ 51.00 - \$ 100.00

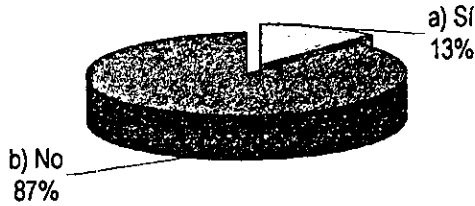


27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo		22 %
		Aceptable	56 %	Barato

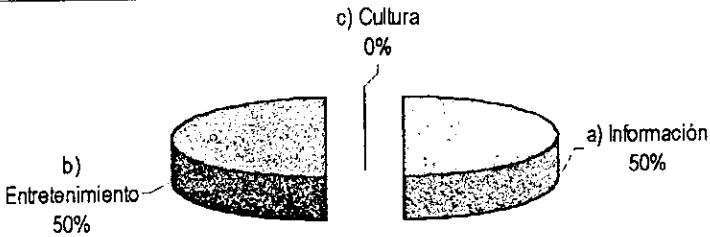


► Consumo cultural: Teatro

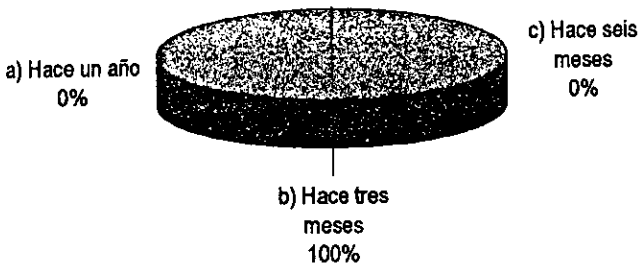
28	Conocimiento del consumo de Teatro	Si	13 %	No	87 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



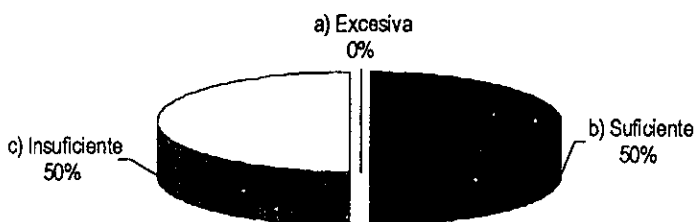
29	Opinión de los encuestados que sí asisten al Teatro sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	50 %
		Opción de entretenimiento	50 %
		Forma de adquirir cultura	0 %



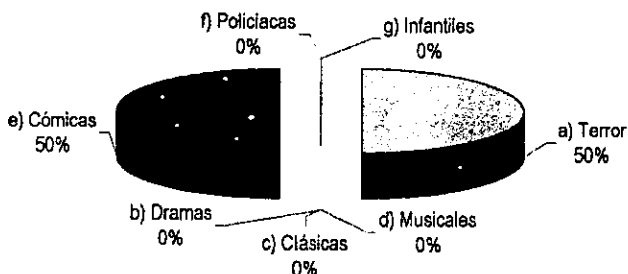
30	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una función de Teatro	Hace un año	0 %
		Hace tres meses	100 %
		Hace seis meses	0 %



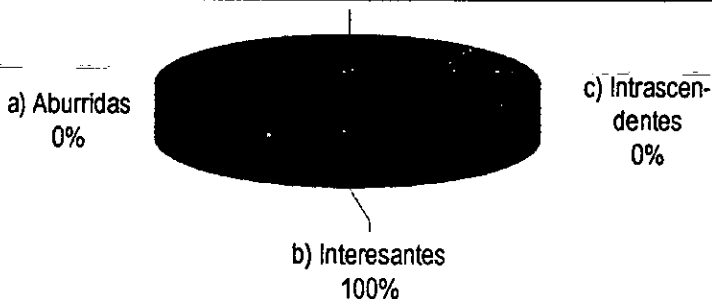
31	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las obras presentadas en los Tzeatros a los que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	50 %
		Insuficiente		50 %	



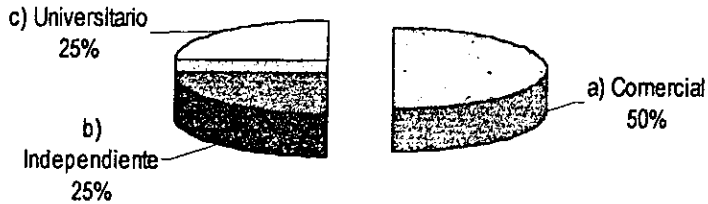
32	Conocimiento de los temas de obras de Teatro preferidos por los encuestados	Terror	50 %	Cómicas	50 %		
		Dramas	0 %	Policíacas	0 %	Clásicas	0 %
		Musicales	0 %	Infantiles	0 %		



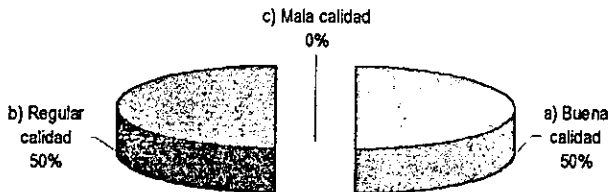
33	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las obras de Teatro a las que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	100 %
		Intrascendentes		0 %	



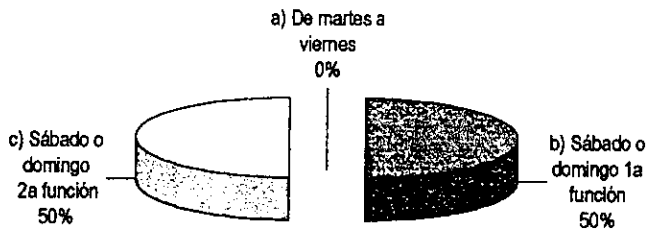
34	Conocimiento del tipo de Teatro al que asisten los encuestados	Comercial	50 %	Universitario	25 %
		Independiente		25 %	



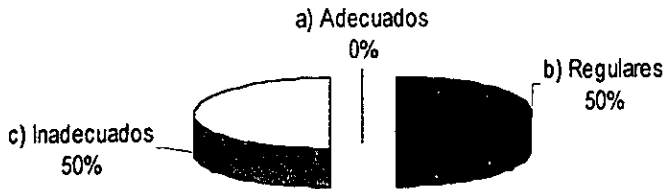
35	Opinión de los encuestados acerca del tipo de Teatro al que asisten.	Buena calidad		50 %	
		Regular calidad	50 %	Mala calidad	0 %



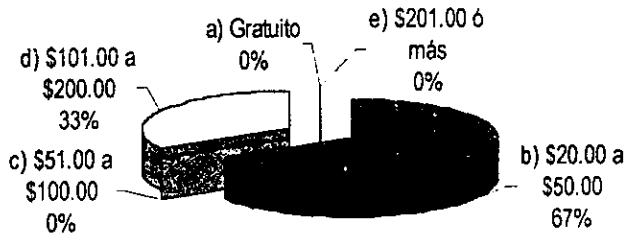
36	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Teatro	Martes a viernes	0 %
		Sábado o domingo 1ª F.	50 %
		Sábado o domingo 2ª F.	50 %



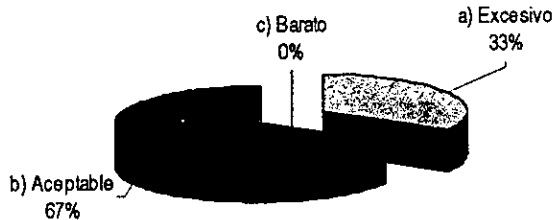
37	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las obras de Teatro a las que asisten	Adecuados	0 %	Regulares	50 %
		Inadecuados		50 %	



38	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	67 %	\$ 51.00 - \$ 100.00	0 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00		33 %	
		\$ 201.00 ó más		0 %	Gratuito

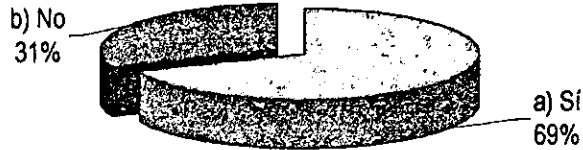


39	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten	Excesivo	33 %	Barato	0 %
		Aceptable		67 %	

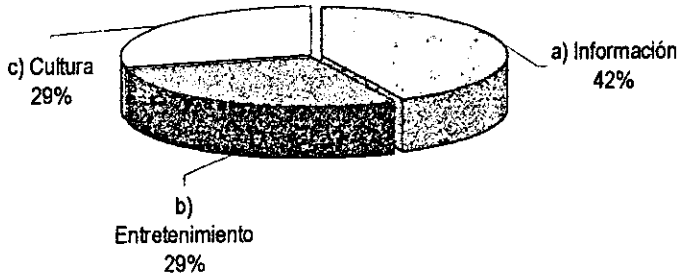


► Consumo cultural: Lectura de libros

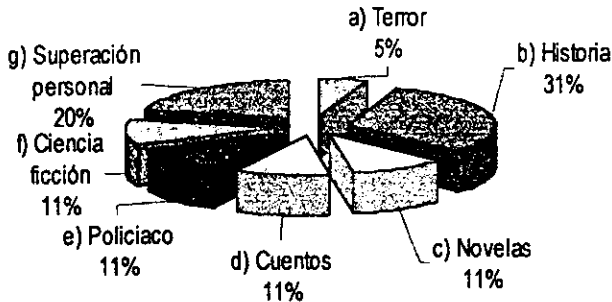
40	Conocimiento del consumo de Libros	Sí	69 %	No	31 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



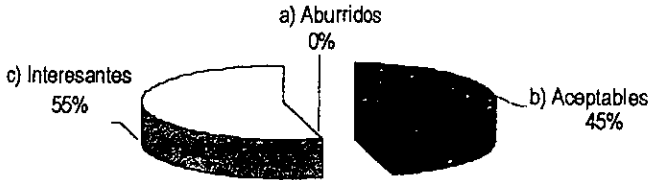
41	Opinión de los encuestados que sí leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	42 %
		Opción de entretenimiento	29 %
		Forma de adquirir cultura	29 %



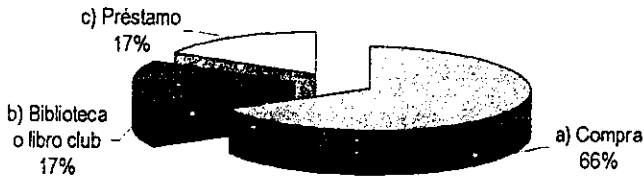
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	5 %	Cuentos	13 %	Novelas	11 %
		Historia	31 %	Policíacos	11 %	Ciencia ficción	11 %
		Superación personal			20 %		



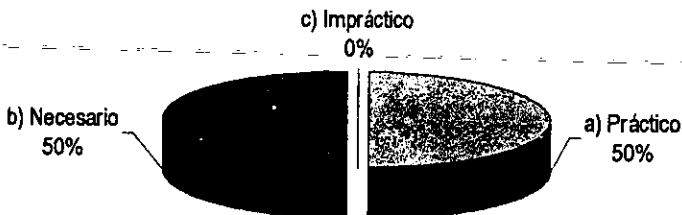
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridos		0 %
		Aceptables	45 %	Interesantes



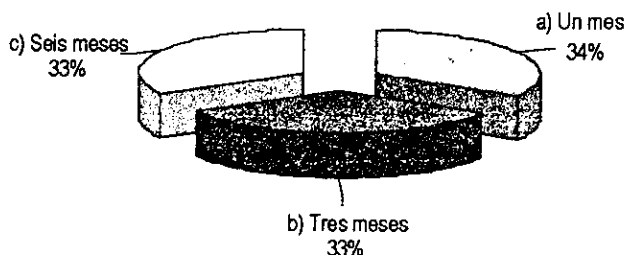
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Compra	66 %
		Biblioteca o libro club	17 %
		Préstamo de conocidos	17 %



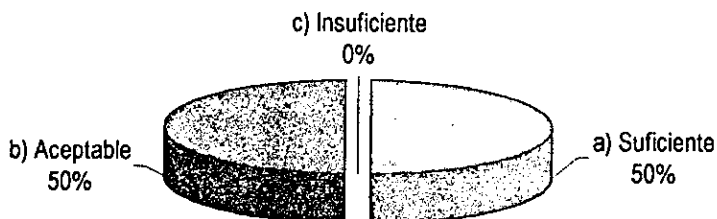
45	Opinión de los encuestados acerca del servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que asisten	Práctico		50 %
		Necesario	50 %	Impráctico



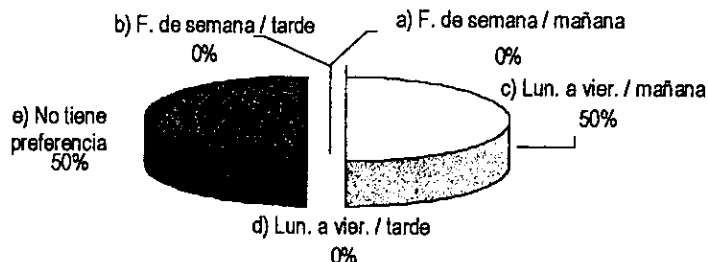
46	Conocimiento de la última vez que asistieron los encuestados a una biblioteca o libro club	Hace un mes	34 %
		Hace tres meses	33 %
		Hace seis meses	33 %



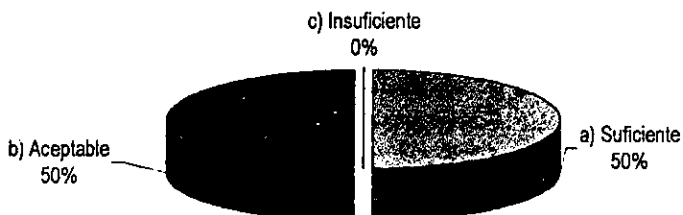
47	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que acuden	Suficiente	50 %	Insuficiente	0 %
		Acceptable		50 %	



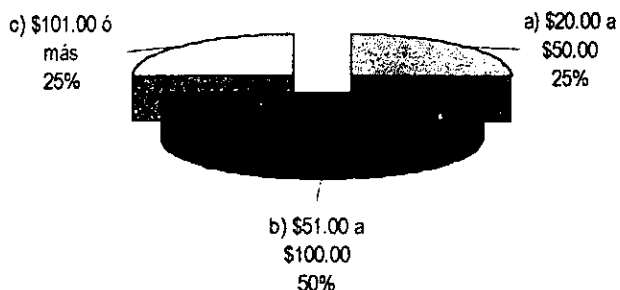
48	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a la biblioteca o el libro club.	Fines de semana / mañana	0 %	Fines de semana / tarde	0 %
		Lunes a viernes / mañana	50 %	Lunes a viernes / tarde	100 %
		No tiene preferencia		50 %	



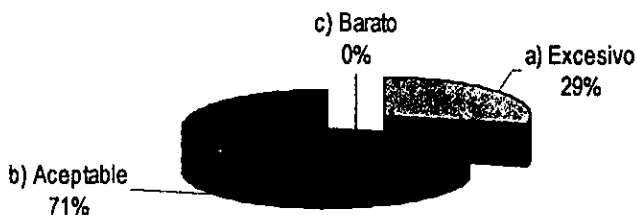
49	Opinión de los encuestados acerca del horario de atención de la biblioteca o el libro club al que asisten	Suficiente		50 %	
		Aceptable	50 %	Insuficiente	0 %



50	Conocimiento del costo de los libros que compran los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	25 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00	50 %
		\$ 101.00 ó más	25 %

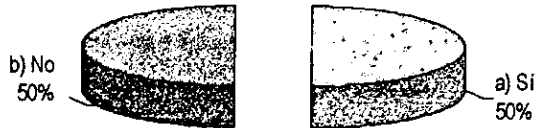


51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compran	Excesivo	29 %	Aceptable	71 %
		Barato		0 %	

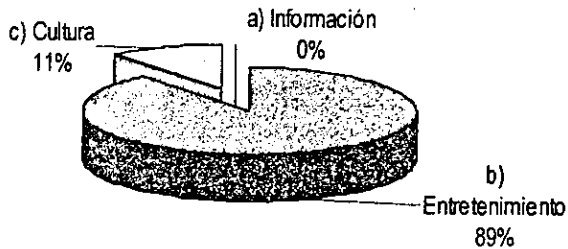


► Consumo cultural: Cine

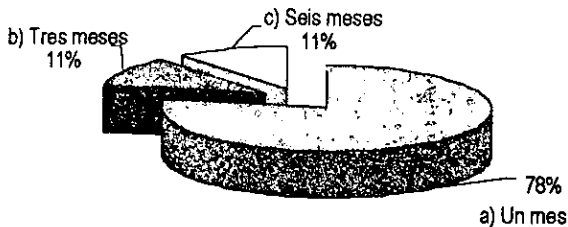
52	Conocimiento del consumo de Cine	Si	50 %	No	50 %
----	----------------------------------	----	------	----	------



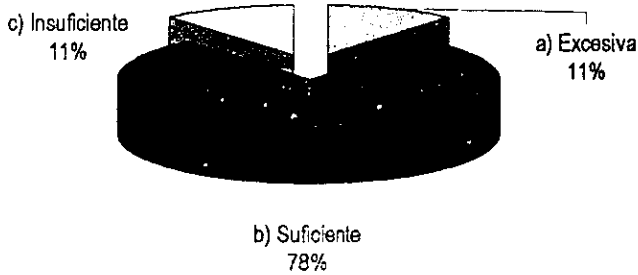
53	Opinión de los encuestados que si van al Cine sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	89 %
		Forma de adquirir cultura	11 %



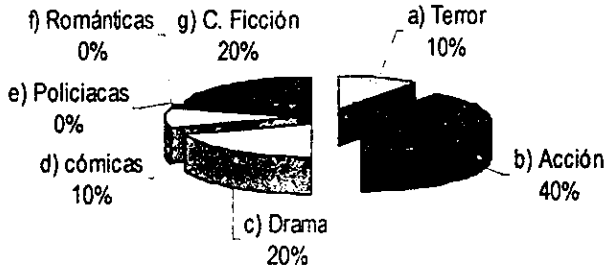
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes	78 %
		Hace tres meses	11 %
		Hace seis meses	11 %



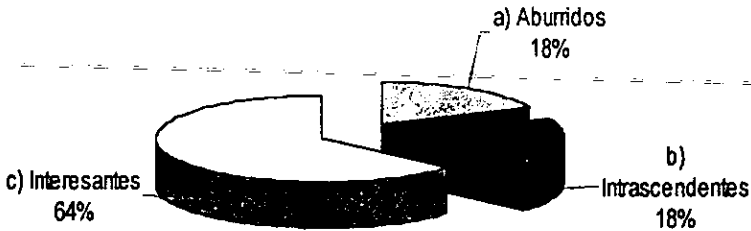
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los Cines a los que asisten	Excesiva	11 %
		Suficiente	78 %
		Insuficiente	11 %



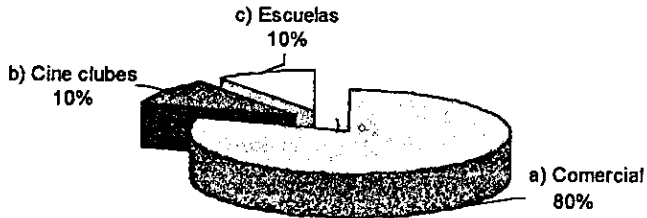
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	10 %	Acción	40 %
		Drama	20 %	Cómicas	10 %
		Policíacas	0 %	Romántica	0 %
		Ciencia Ficción	20 %		



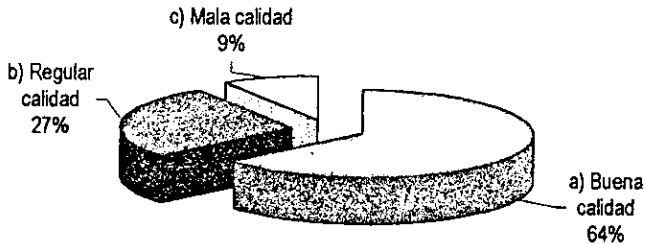
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los Cines a los que asisten	Aburridos	18 %	Interesantes	64 %
		Intrascendentes	18 %		



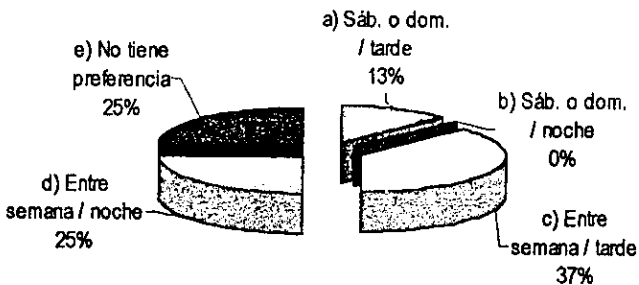
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		71 %	
		Cine club	19 %	Escuelas	10 %



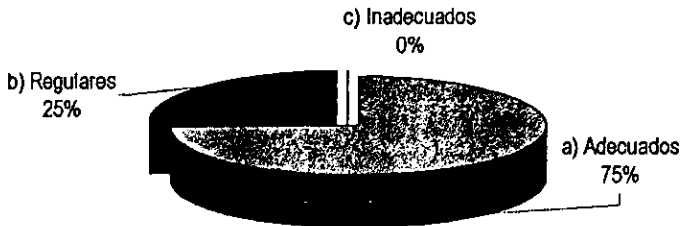
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a los que asisten	Buena calidad	64 %	Mala calidad	9 %
		Regular calidad		27 %	



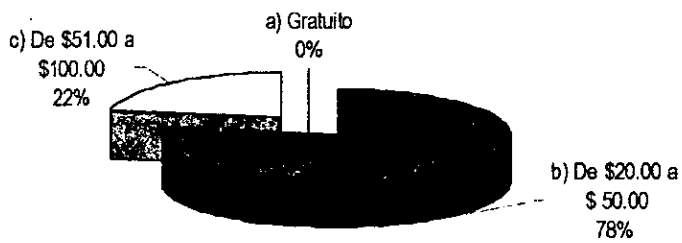
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	13 %	Sábado o domingo / noche	0 %
		Entre semana / tarde	37 %	Entre semana / noche	25 %
		No tiene preferencia	25 %		



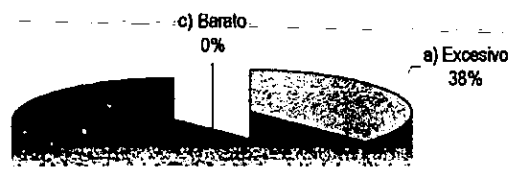
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	75 %	Regulares	25 %
		Inadecuados			0 %



62	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	0 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	78 %
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	22 %

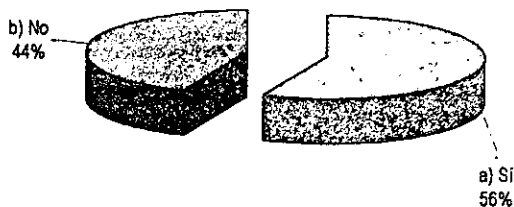


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	38 %
		Aceptable	62 %
		Barato	0 %

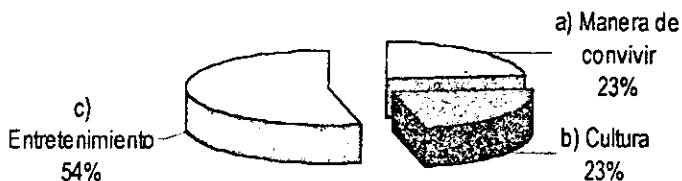


► Consumo cultural: Conciertos de música

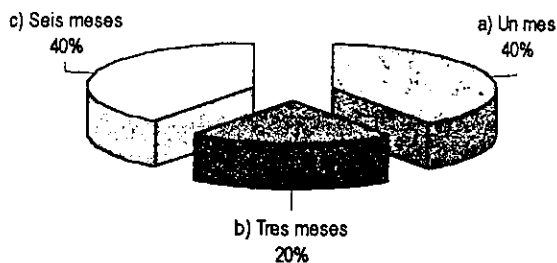
64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Si	56 %	No	44 %
----	--	----	------	----	------



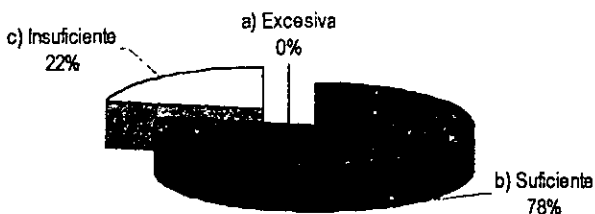
65	Opinión de los encuestados que sí van a Conciertos sobre la utilidad de asistir a los mismos	Manera de convivir	23 %
		Forma de adquirir cultura	23 %
		Opción de entretenimiento	54 %



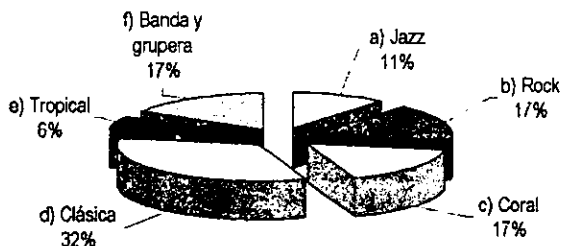
66	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a un Concierto	Hace un mes	40 %
		Hace tres meses	20 %
		Hace seis meses	40 %



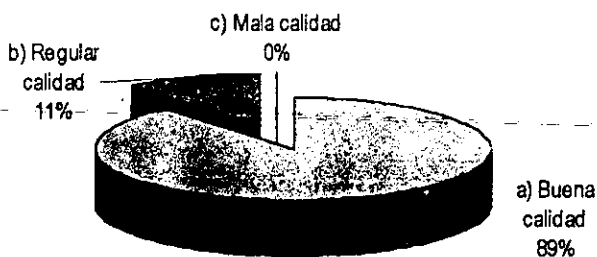
67	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asisten	Excesiva	0 %	
		Suficiente	78 %	Insuficiente



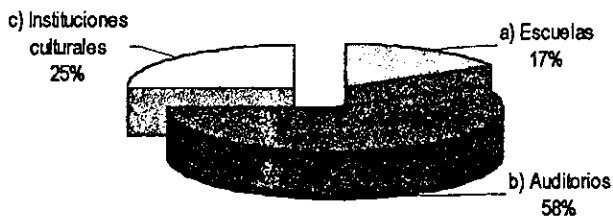
68	Conocimiento del tipo de música preferida por los encuestados en los Conciertos	Jazz	11 %	Rock	17 %	Coral	17 %	Clásica	32 %
		Tropical		6 %	Banda y grupera		17 %		



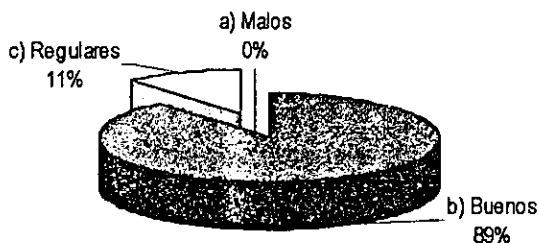
69	Opinión de los encuestados acerca de la música presentada en los Conciertos a los que asisten	Buena calidad	89 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		11 %	



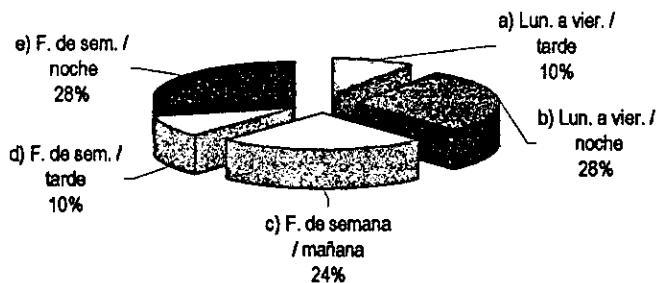
70	Conocimiento de los lugares a los que asisten los encuestados a Conciertos	Escuelas	17 %	Auditorios	58 %
		Instituciones culturales	25 %		



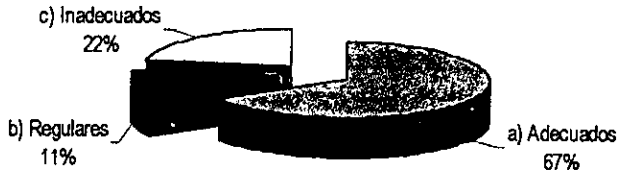
71	Opinión de los encuestados acerca de los lugares a los que asisten a conciertos	Malos	0 %	Buenos	89 %
		Regulares		11 %	



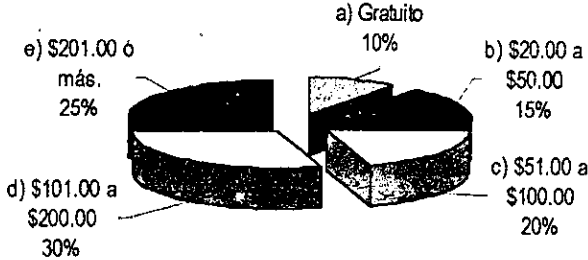
72	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a Conciertos	Lunes a viernes / tarde	10 %	Lunes a viernes / noche	28 %
		Fines de semana / mañana	24 %	Fines de semana / tarde	10 %
		Fines de semana / noche		28 %	



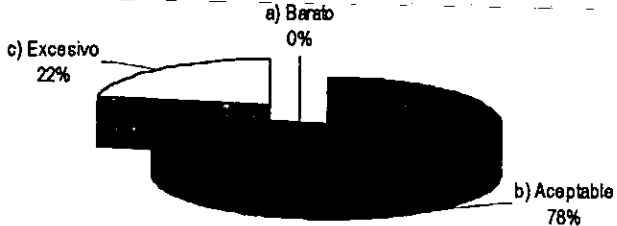
73	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de los Conciertos a los que asisten	Adecuados		67 %
		Regulares	11 %	Inadecuados



74	Conocimiento del costo de entrada de los Conciertos a los que asisten los encuestados	Gratuito		10 %	
		\$ 20.00 - \$ 50.00	15 %	\$ 51.00 - \$ 100.00	20 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00	30 %	\$ 201.00 ó más	25 %

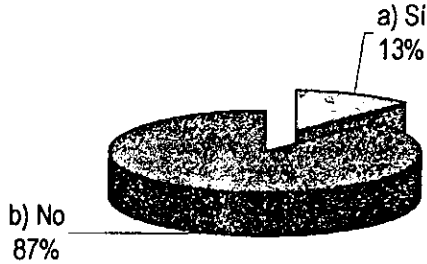


75	Opinión de los encuestados acerca del costo de los Conciertos a los que asisten	Barato		0 %
		Aceptable	78 %	Excesivo

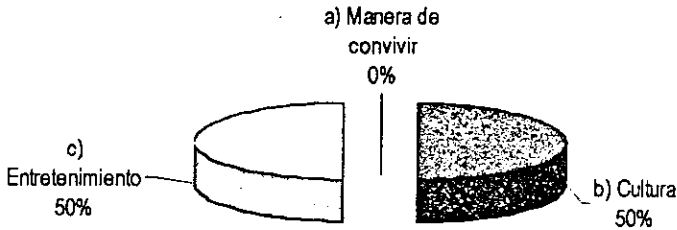


► Consumo cultural: Danza o baile

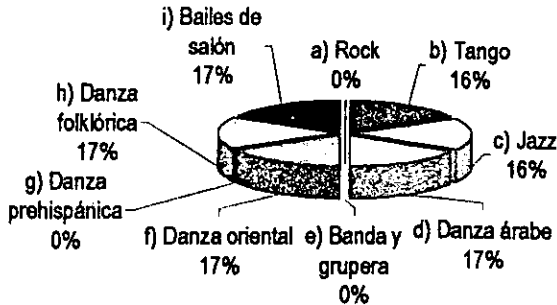
76	Conocimiento del consumo de Danza o Baile	Sí	13 %	No	87 %
----	---	----	------	----	------



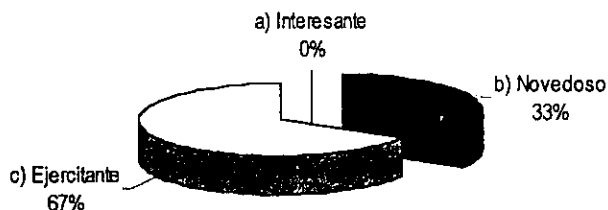
77	Opinión de los encuestados que sí practican una Danza o Baile sobre la utilidad de las mismas	Manera de convivir	0 %
		Forma de adquirir cultura	50 %
		Opción de entretenimiento	50 %



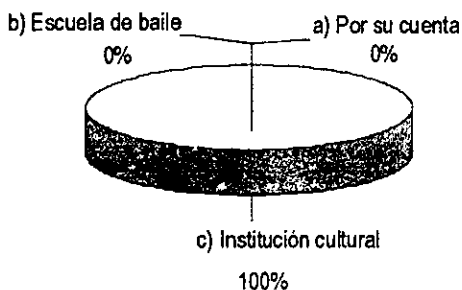
78	Conocimiento del tipo de Danza o Baile preferido por los encuestados	Rock	0 %	Danza árabe	17 %	Tango	16 %	Jazz	16 %
		Bailes de salón	17 %	Banda y grupera	0 %	Danza oriental	17 %		
		Danza Prehispánica	0 %	Danza Folklórica	17 %				



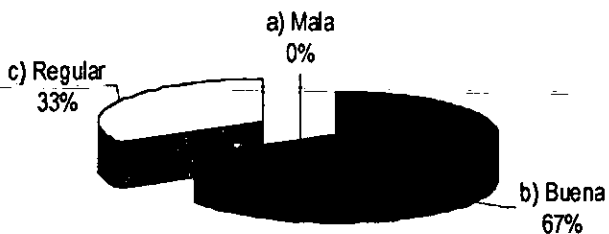
79	Opinión de los encuestados acerca de la Danza o Baile que practican	Interesante		0 %	
		Novedoso	33 %	Ejercitante	67 %



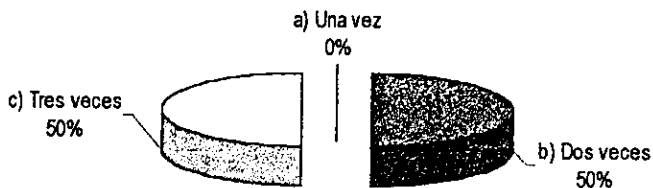
80	Conocimiento del lugar donde aprendieron los encuestados la Danza o Baile que practican	Por su cuenta		0 %	
		Escuela de baile	0 %	Institución cultural	100 %



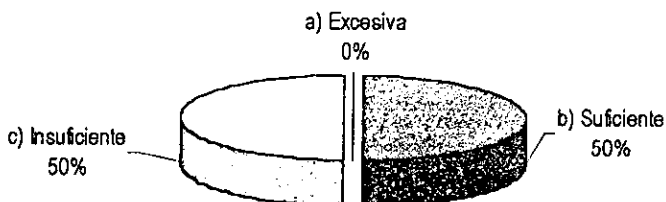
81	Opinión de los encuestados que sí practican alguna Danza o Baile sobre la institución a la que asisten	Mala		0 %	
		Buena	67 %	Regular	33 %



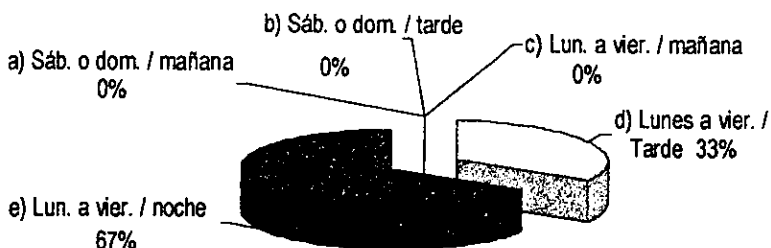
82	Conocimiento de las veces al año que toma clases de Danza o Baile los encuestados	Una vez	0 %	Dos veces	50 %
		Tres veces		50 %	



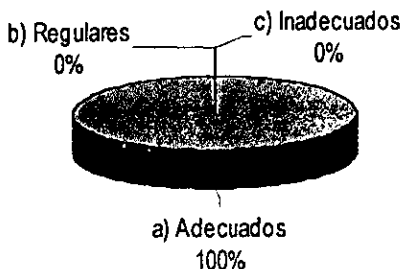
83	Opinión de los encuestados sobre la frecuencia con que ofrecen las clases de Danza o Baile en la institución a la que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	50 %
		Insuficiente		50 %	



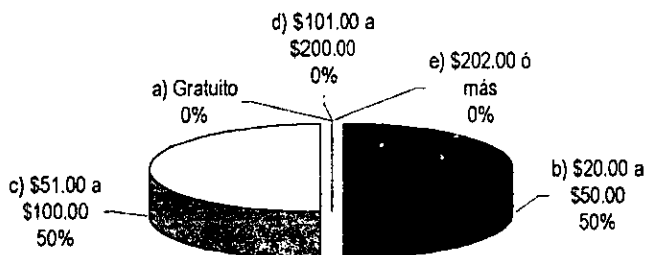
84	Conocimiento sobre el horario de las clases de Danza o Baile a la que asisten los encuestados	Sábado o dom. / mañana	0 %	Sábado o dom. / tarde	0 %
		Lunes a viernes / mañana	0 %	Lunes a viernes / tarde	33 %
		Lunes a viernes / noche		67 %	



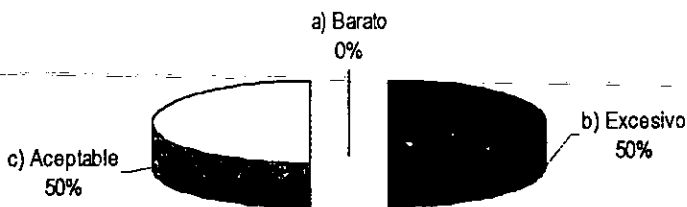
85	Opinión de los encuestados sobre el horario de las clases de Danza o Baile a las que asisten	Adecuados		100 %	
		Regulares	0 %	Inadecuados	0 %



86	Conocimiento del costo de las clases de Danza o Baile que practican los encuestados	Gratuito	0 %	\$ 20.00 - \$ 50.00	50 %
		\$ 51.00 - \$100.00	50 %	\$ 101.00 - \$ 200.00	0 %
		\$ 201.00 ó más		0 %	

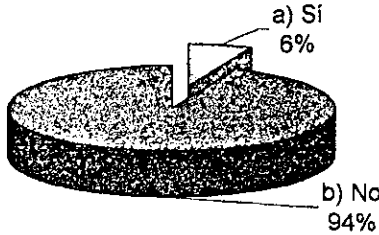


87	Opinión de los encuestados sobre el costo de las clases de Danza o Baile que practican	Barato		0%	
		Excesivo	50%	Aceptable	50%

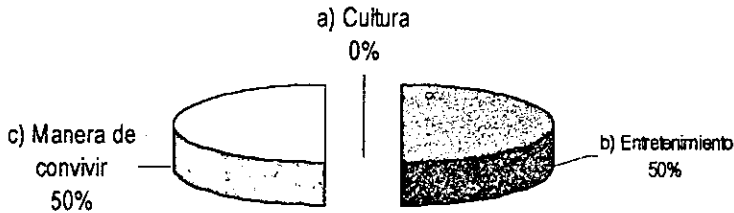


► Consumo cultural: Taller artístico cultural

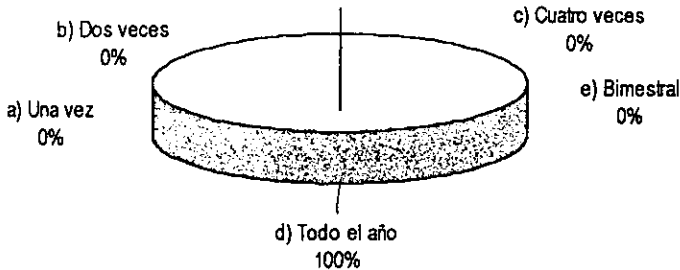
88	Conocimiento del consumo de algún Taller artístico cultural	Sí	6 %	No	94 %
----	---	----	-----	----	------



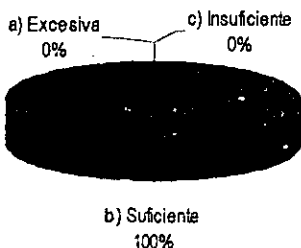
89	Opinión de los encuestados que sí asisten a algún Taller artístico cultural sobre la utilidad de los mismos	Manera de convivir	50 %
		Forma de adquirir cultura	0 %
		Opción de entretenimiento	50 %



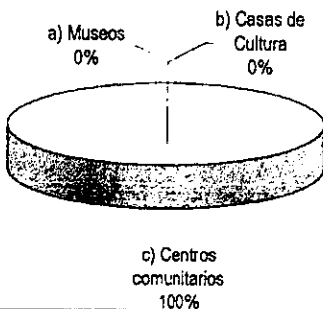
90	Conocimiento de las veces al año que toman clases de Taller artístico cultural los encuestados	Una vez	0 %	2 veces	0 %
		4 veces	0 %	Todo el año	100 %
		Bimestral	0 %		



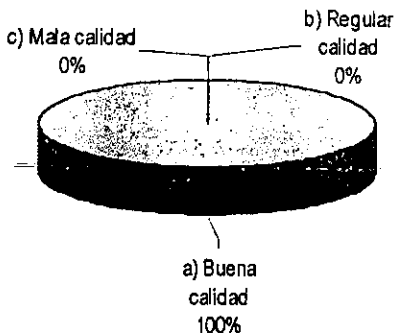
91	Opinión de los encuestados sobre la frecuencia con que ofrecen las clases de Taller artístico cultural en la institución a la que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	100 %
		Insuficiente			0 %



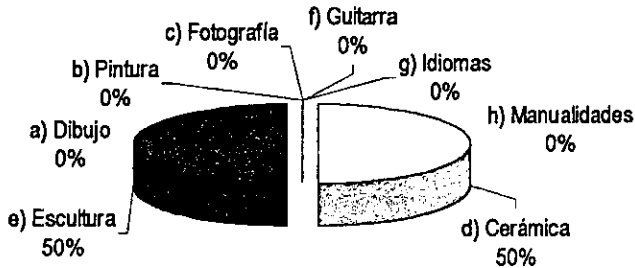
92	Conocimiento del lugar donde toman clases de taller artístico cultural los encuestados	Museos	0 %	Casa de cultura	0 %
		Centros comunitarios		100 %	



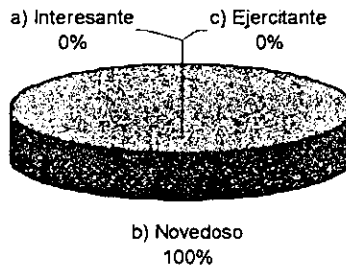
93	Opinión de los encuestados sobre la institución donde practican algún Taller artístico cultural	Buena calidad	100 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		0 %	



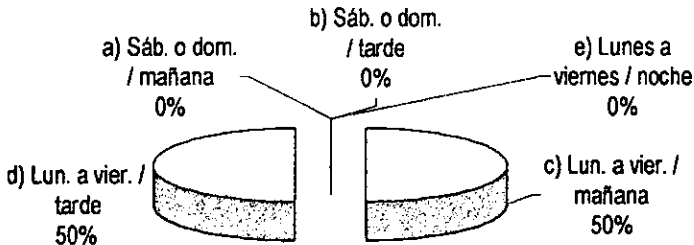
94	Conocimiento del Taller artístico cultural preferido por los encuestados	Dibujo	0 %	Pintura	0 %		
		Fotografía	0 %	Cerámica	50 %	Escultura	50 %
		Guitarra	0 %	Idiomas	0 %	Manualidades	0 %



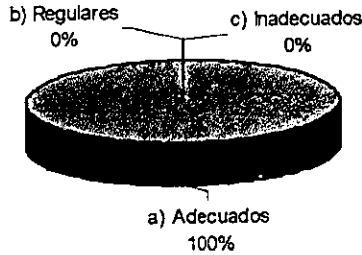
95	Opinión de los encuestados sobre el Taller artístico cultural que practican	Interesante	0 %	Novedoso	100 %
		Ejercitante	0 %		



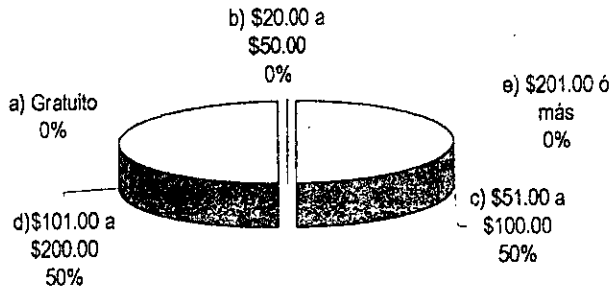
96	Conocimiento del horario de las clases de Taller artístico cultural practicado por los encuestados	Sábado o dom. / mañana	0 %	Sábado o dom. / tarde	0 %
		Lunes a viernes/mañana	50%	Lunes a viernes/tarde	50 %
		Lunes a viernes / noche	0 %		



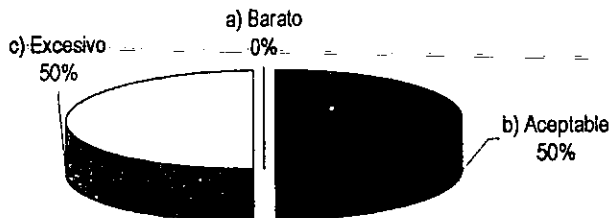
97	Opinión de los encuestados sobre el horario de las clases de Taller artístico cultural al que asisten	Adecuados		100 %	
		Regulares	0 %	Inadecuados	0 %



98	Conocimiento del costo de las clases del Taller artístico cultural practicado por los encuestados	Gratuito		0 %	\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %	
		\$ 51.00 - \$100.00		50 %	\$ 101.00 - \$ 200.00		50 %
		\$ 201.00 ó más		0%			

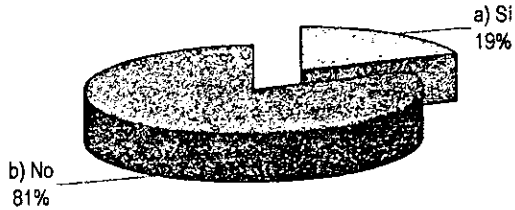


99	Opinión de los encuestados sobre el costo de las clases del Taller artístico cultural que practican	Barato	0 %	Excesivo	50 %
		Aceptable		50 %	

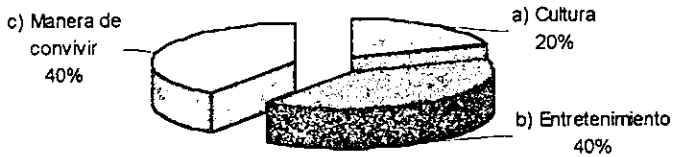


► **Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada y de las actividades que se imparten en la misma**

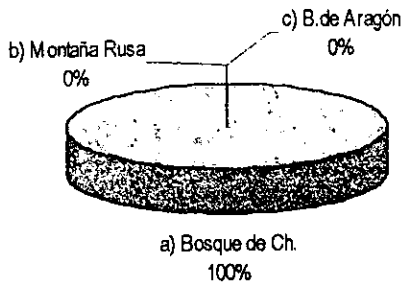
100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	Si	19 %	No	81 %
-----	---	----	------	----	------



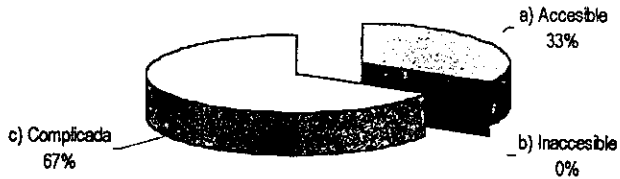
101	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre la utilidad de asistir a la misma	Forma de adquirir cultura	20 %
		Opción de entretenimiento	40 %
		Manera de convivir	40 %



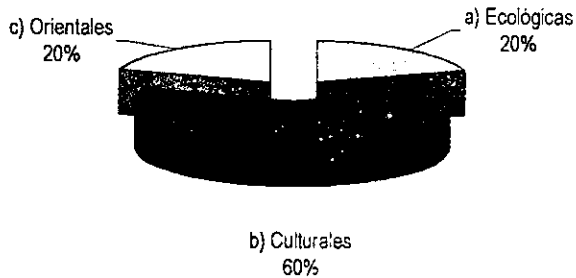
102	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC de la ubicación de la misma	1ª. Secc. Del Bosque de Ch.		100 %
		Junto a la Montaña Rusa	0 %	Bosque Aragón



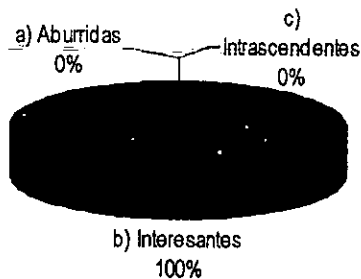
103	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de la ubicación de la misma	Accesible		33 %
		Inaccesible	0 %	Complicada



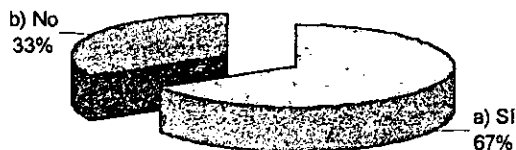
104	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre el tipo de actividades impartidas en la misma	Ecológicas		20 %
		Culturales	60 %	Orientales



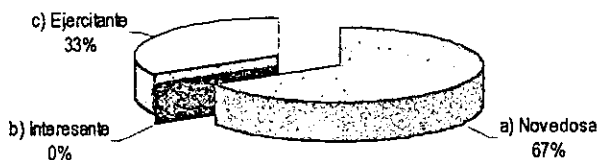
105	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de las actividades de la misma	Aburridas	0 %	Intrascendentes	0 %
		Interesantes		100 %	



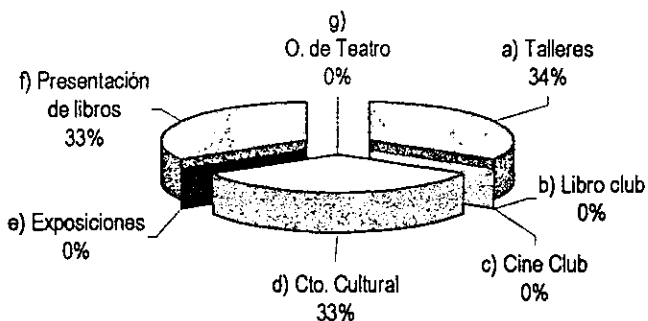
106	Conocimiento de la participación de los encuestados que sí conocen la CCQC en alguna de las actividades de la misma	Si	67 %	No	33 %
-----	---	----	------	----	------



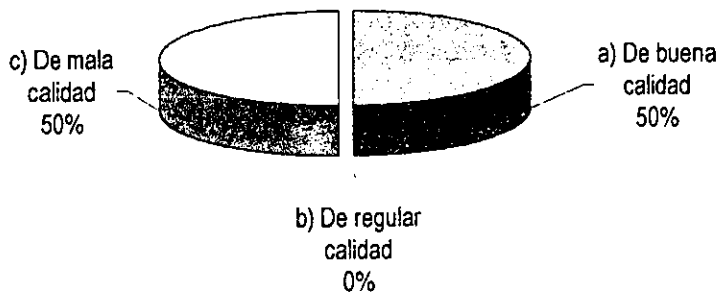
107	Opinión de los encuestados que sí han participado en alguna de las actividad de la CCQC acerca de la misma	Novedosa	67 %	Ejercitante	33 %
		Interesante		0 %	



108	Conocimiento de la actividad practicada por los encuestados en la CCQC	Talleres		17 %	Libro club	17 %	
		Cine club	33 %	Cto. Cultural	0 %	Presentación de libros	0 %
		Exposiciones	33 %	Obras de Teatro	0 %		



109	Opinión de los encuestados que sí conocen y han participado en alguna de las actividades de la CCQC acerca de la actividad cultural de la misma	Buena calidad		67 %	
		Regular calidad	33 %	Mala calidad	0 %

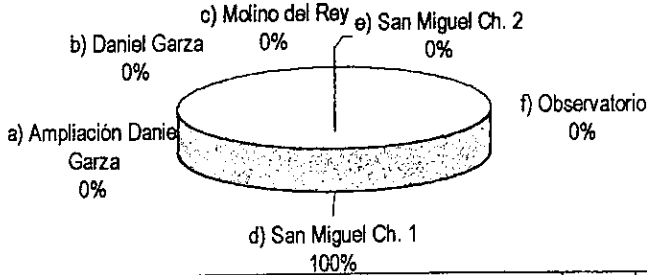


4.6.5 Estrato 5 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 1

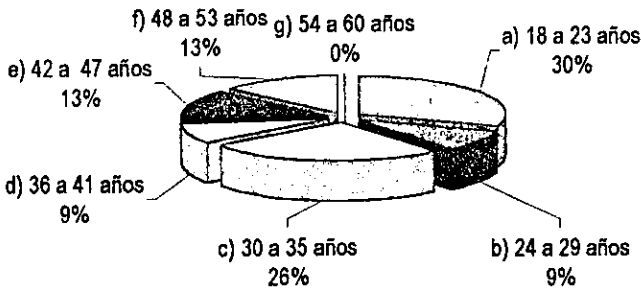
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

1	La colonia donde viven los encuestados	San Miguel Ch. 1	100 %
---	--	------------------	-------



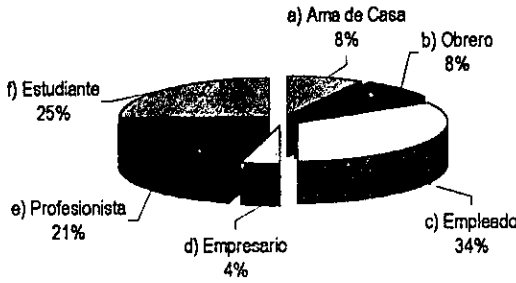
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años		30 %	24 a 29 años		9 %
		30 a 35 años		26 %	36 a 41 años		9 %
		42 a 47 años	13 %	48 a 53 años	13 %	54 a 60 años	0 %



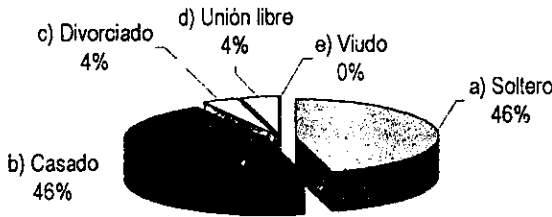
3	Sexo de los encuestados	Hombres	54 %	Mujeres	46 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



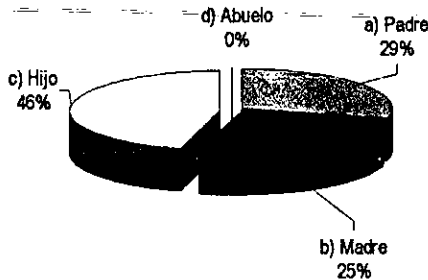
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	8 %	Obrero	8 %	Empleado	34 %
		Profesionista	21 %	Empresario	4 %	Estudiante	25 %



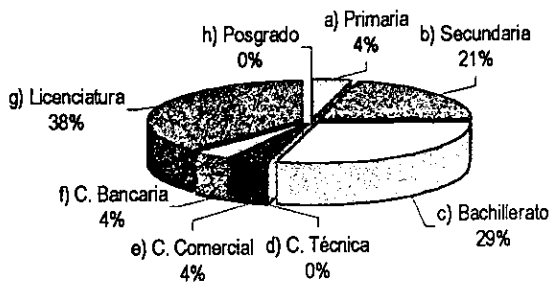
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	46 %	Casado	46 %
		Divorciado	4 %	Viudo	0 %



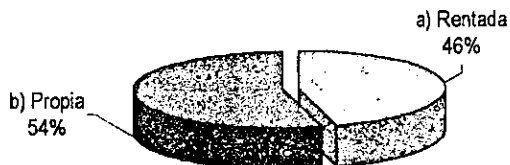
6	Posición familiar de los encuestados	Padre	29 %	Madre	25 %
		Hijo	46 %	Abuelo	0 %



7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	4 %	Secundaria	21 %	Bachillerato	29 %
		C. Comercial		4 %	C. Técnica		0 %
		Licenciatura	38 %	C. Bancaria	4 %	Posgrado	0 %



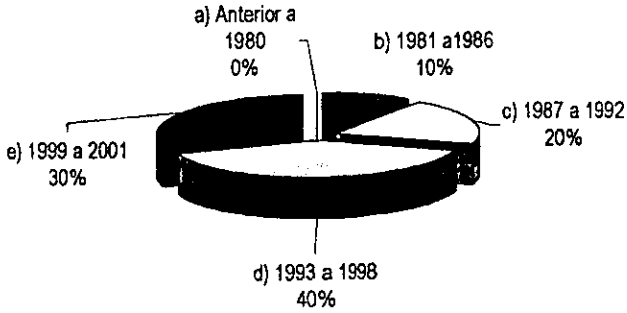
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	46 %	Propia	54 %
---	--	---------	------	--------	------



9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Sí	42 %	No	58 %
---	---	----	------	----	------



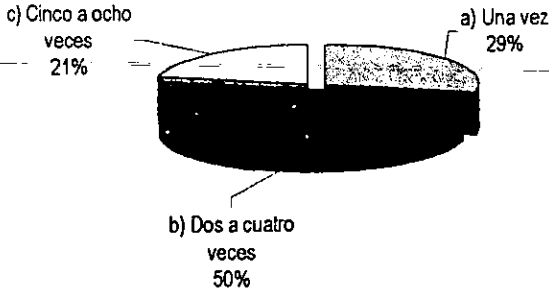
10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980	0 %	1981 - 1986	10 %
		1987-1992	20 %	1993-1998	40 %



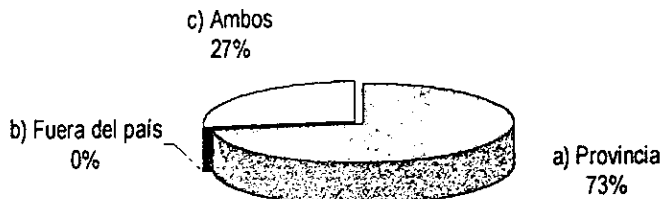
11	Viajes de los encuestados	Sí	62 %	No	38 %
----	---------------------------	----	------	----	------



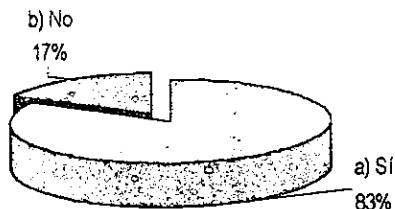
12	Cuántas veces al año viajan los encuestados	Una vez	29 %	2 a 4 veces	50 %
		5 a 8 veces		21 %	



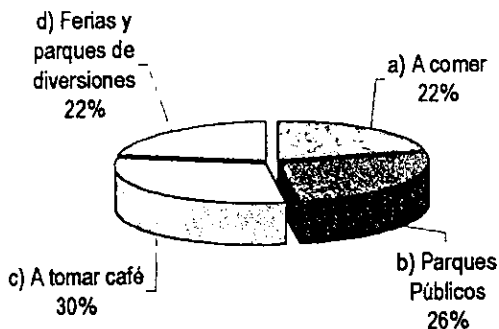
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	73 %	Fuera del país	0 %
		Ambos		27 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Si	83 %	No	17 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------



15	En donde pasean en el D.F. los encuestados	A comer	22 %	Parques públicos	26 %
		A tomar café	30 %	Ferias y parques de diversiones	22 %



► Consumo cultural: Exposiciones

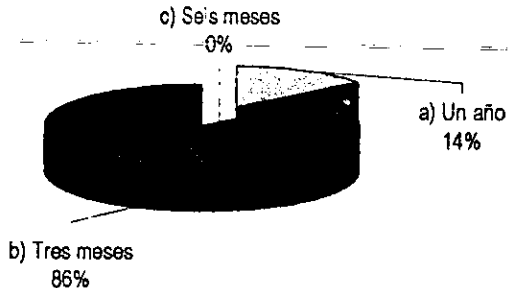
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Sí	29 %	No	71 %
----	--	----	------	----	------



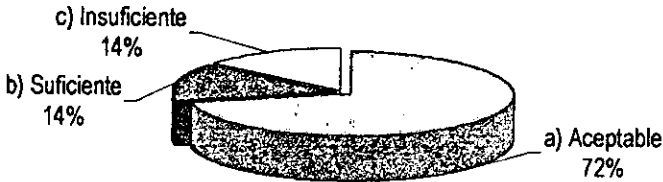
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	30 %
		Opción de entretenimiento	10 %
		Forma de adquirir cultura	60 %



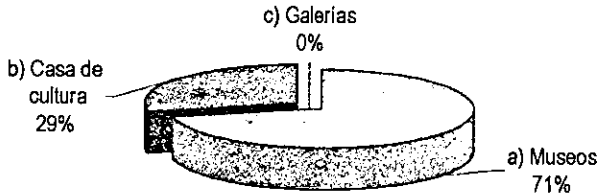
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	14 %
		Hace tres meses	86 %
		Hace seis meses	0 %



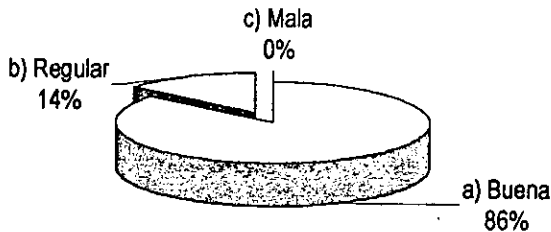
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Acceptable	72 %
		Suficiente	14 %
		Insuficiente	14 %



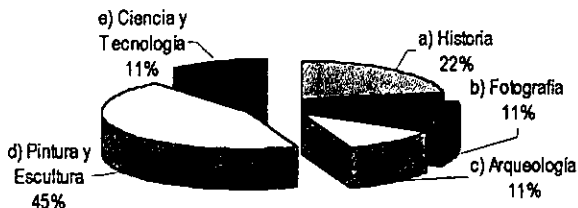
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos	71 %	
		Casas de Cultura	29 %	Galerías



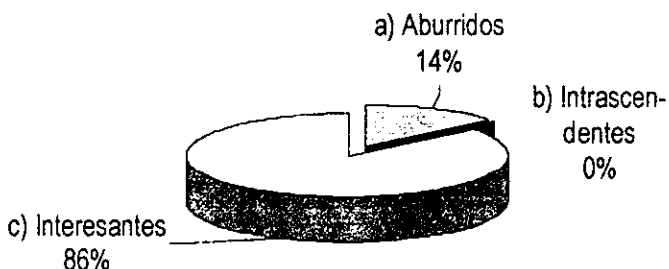
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde visitan Exposiciones	Buena	86 %	Regular	14 %	Mala	0 %
----	---	-------	------	---------	------	------	-----



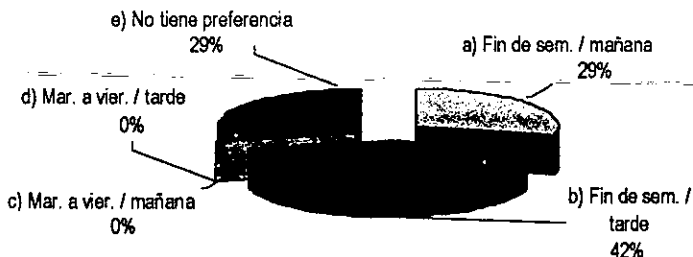
22	Conocimiento del tipo de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	22 %	Fotografía	11 %
		Arqueología	11 %	Pintura y Escultura	45 %
		Ciencia y Tecnología	11 %		



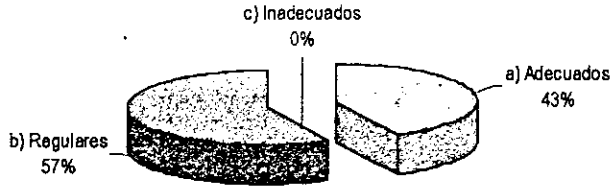
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	14 %	Interesantes	86 %
		Intrascendentes			0 %



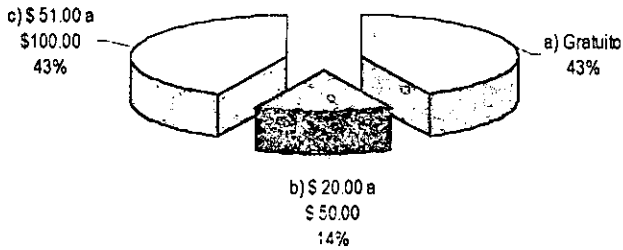
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados, para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana	29 %	Fin de semana / tarde	42 %	
		Martes – viernes / mañana			0 %	
		Martes a viernes/ Tarde	0 %		No tiene preferencia	29 %



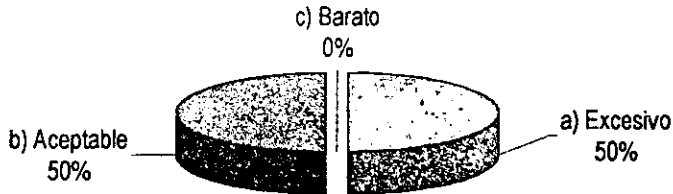
25	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		43 %
		Regulares	57 %	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada a las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito		43 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	14 %	\$ 51.00 - \$ 100.00



27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo		0 %
		Aceptable	100 %	Barato

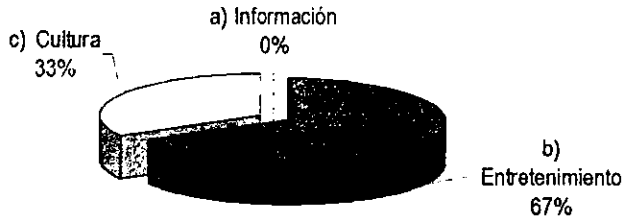


► Consumo cultural: Teatro

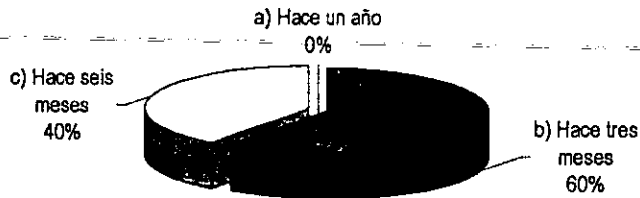
28	Conocimiento del consumo de Teatro	Si	21 %	No	79 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



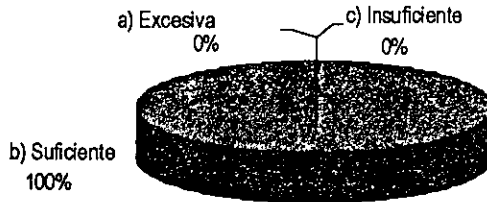
29	Opinión de los encuestados que sí asisten al Teatro sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	0 %
		Opción de entretenimiento	67 %
		Forma de adquirir cultura	33 %



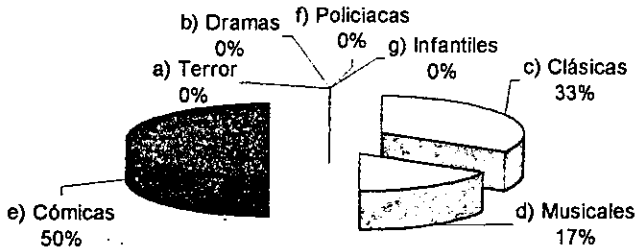
30	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una función de Teatro	Hace un año	0 %
		Hace tres meses	60 %
		Hace seis meses	40 %



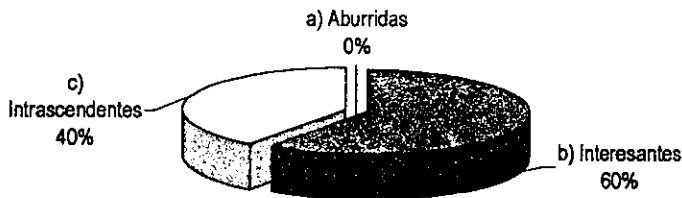
31	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las obras presentadas en los teatros a los que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	100 %
		Insuficiente		0 %	



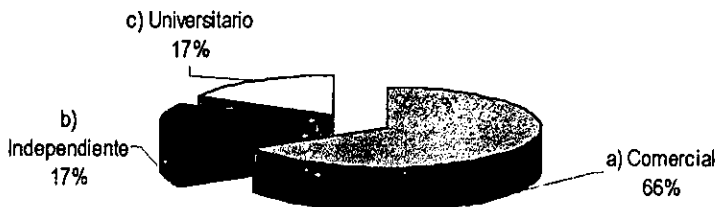
32	Conocimiento de los temas de obras de Teatro preferidos por los encuestados	Terror	0 %	Cómicas	50 %		
		Dramas	0 %	Policíacas	0 %	Clásicas	33 %
		Musicales	17 %	Infantiles	0 %		



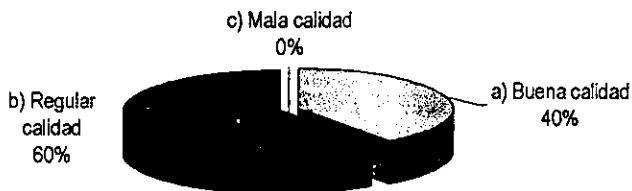
33	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las obras de Teatro a las que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	60 %
		Intrascendentes		40 %	



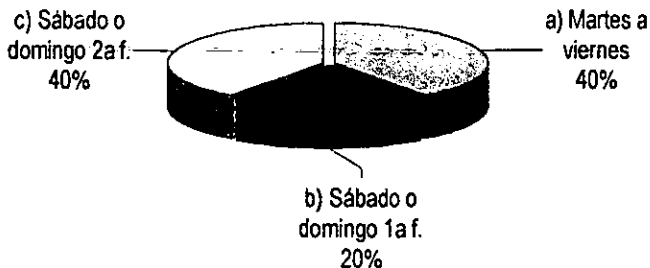
34	Conocimiento del tipo de Teatro al que asisten los encuestados	Comercial	66 %	Universitario	17 %
		Independiente		17 %	



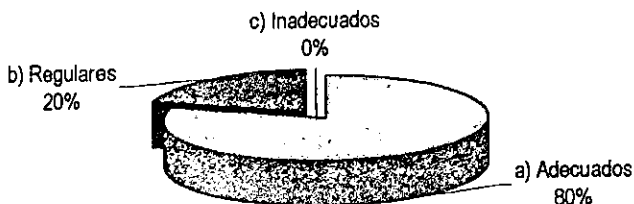
35	Opinión de los encuestados acerca del tipo de Teatro al que asisten	Buena calidad		40 %	
		Regular calidad	60 %	Mala calidad	0 %



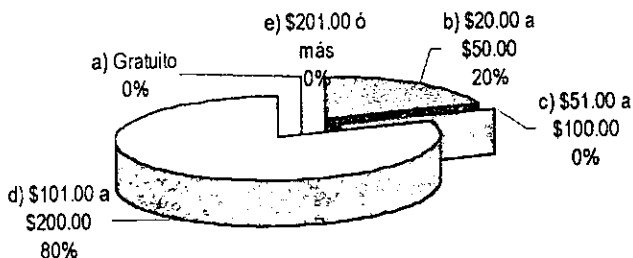
36	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Teatro	Martes a viernes	40 %
		Sábado o domingo 1ª F.	20 %
		Sábado o domingo 2ª. F.	40 %



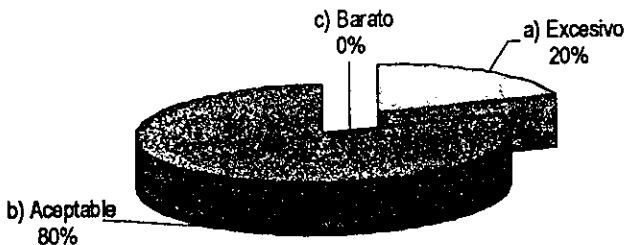
37	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las obras de Teatro a las que asisten	Adecuados	80 %	Regulares	20 %
		Inadecuados			0 %



38	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00		20 %	
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	0 %	\$ 101.00 - a \$ 200.00	80 %
		\$ 201.00 ó más		0 %	Gratuito

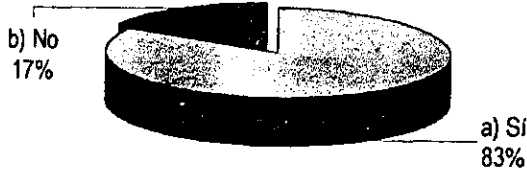


39	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten	Excesivo	20 %	Barato	0 %
		Aceptable			80 %

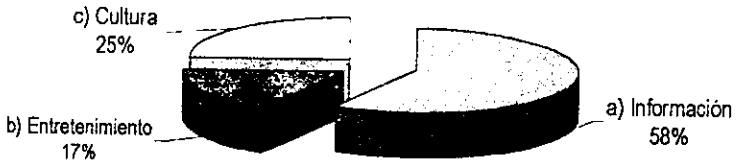


► Consumo cultural: Lectura de libros

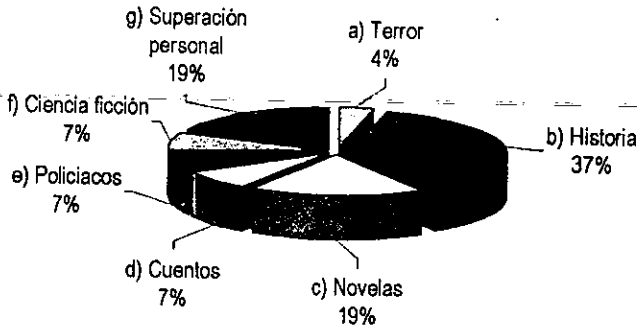
40	Conocimiento del consumo de Libros	Sí	83 %	No	17 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



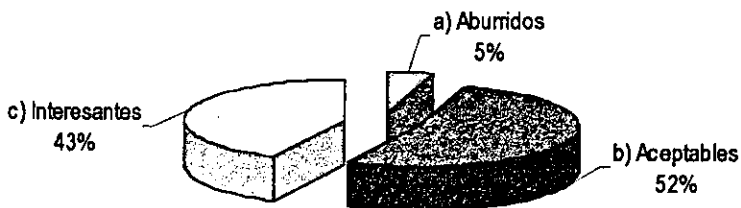
41	Opinión de los encuestados que sí leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	58 %
		Opción de entretenimiento	17 %
		Forma de adquirir cultura	25 %



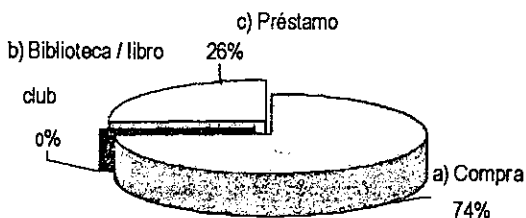
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	4 %	Cuentos	7 %	Novelas	19 %
		Historia	37 %	Policiaos	7 %	Ciencia ficción	7 %
		Superación personal				19 %	



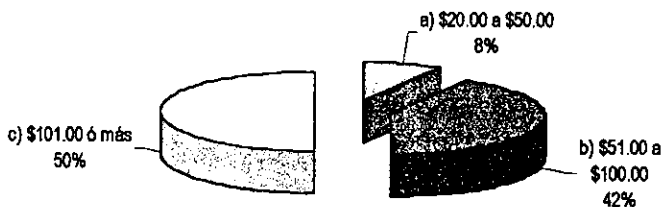
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridas		5 %
		Aceptables	52 %	Interesantes



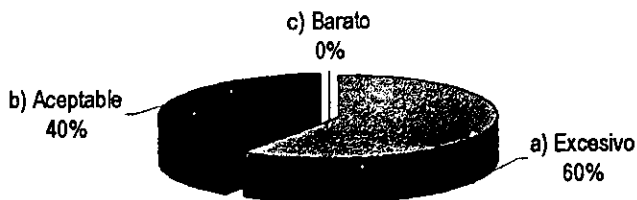
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Préstamo de conocidos		26 %
		Compra	74 %	Biblioteca o libro club



50	Conocimiento del costo de los libros comprados por los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	8 %
		\$ 51.00 a \$ 100.00	42 %
		\$ 101.00 ó más	50 %



51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compran	Excesivo	60 %	Aceptable	40 %
		Barato		0%	

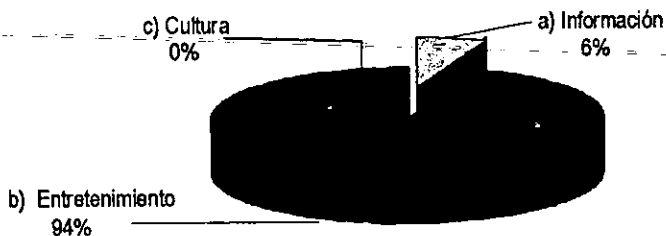


► Consumo cultural: Cine

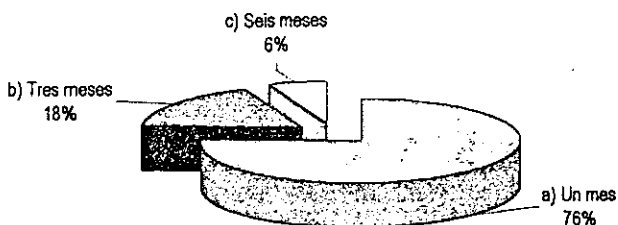
52	Conocimiento del consumo de Cine	Si	71 %	No	29 %
----	----------------------------------	----	------	----	------



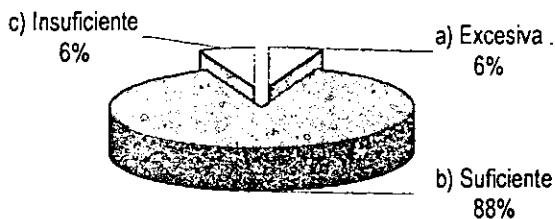
53	Opinión de los encuestados que sí van al cine sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información		6 %	
		Opción de entretenimiento	94 %	Forma de adquirir cultura	0 %



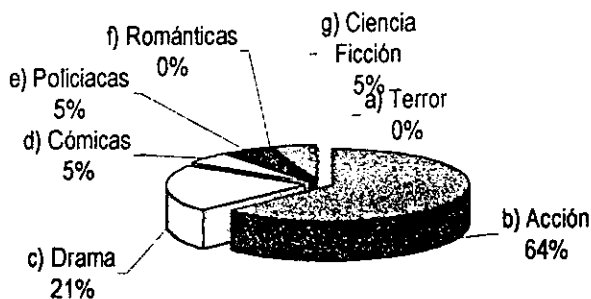
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes		76 %	
		Hace tres meses	18 %	Hace seis meses	6 %



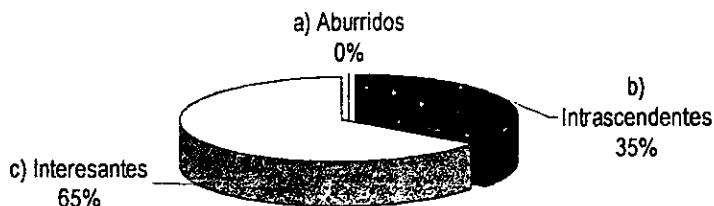
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los cines a los que asisten	Excesiva		6 %	
		Suficiente	88 %	Insuficiente	6 %



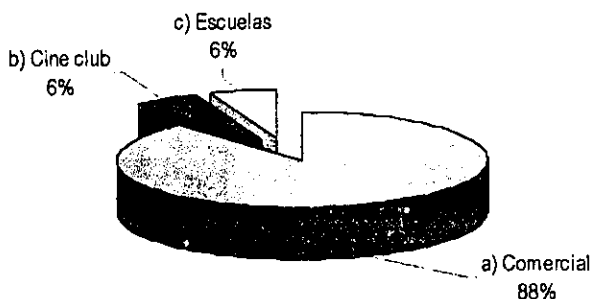
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	0 %	Acción	54 %	Policíacas	5 %	Drama	21 %
		Ciencia Ficción	5 %	Cómicas	5 %	Romántica	0 %		



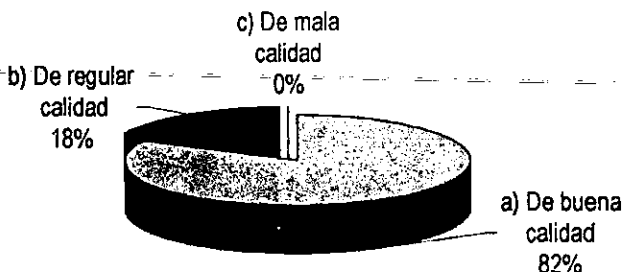
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los cines a los que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	65 %
		Intrascendentes		35 %	



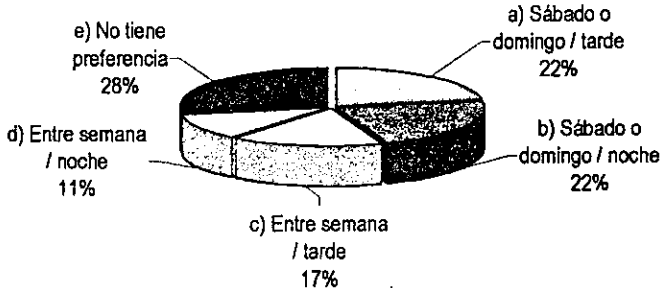
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		88 %	
		Cine club	6 %	Escuelas	6 %



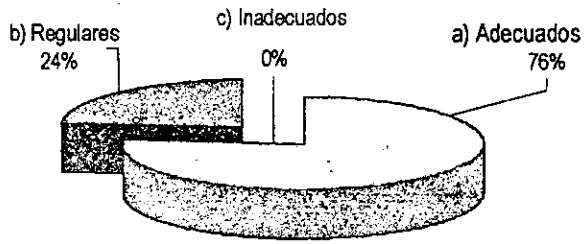
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a los que asisten	Buena calidad	82 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		18 %	



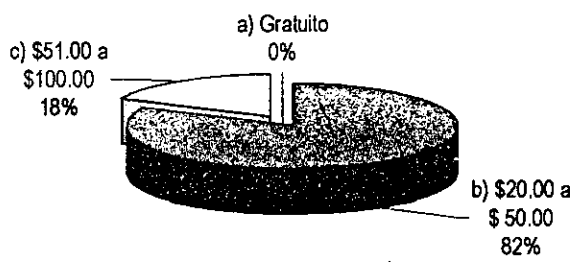
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	22 %	Entre semana / tarde	17 %
		Sábado o domingo / noche	22 %	Entre semana / noche	11 %
		No tiene preferencia		28 %	



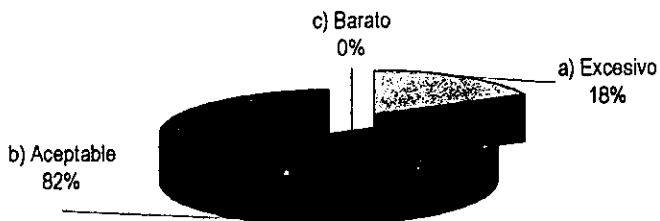
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	76 %	Regulares	24 %
		Inadecuados		0 %	



62	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	0 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	82 %
		\$ 51.00 - a \$ 100.00	18 %

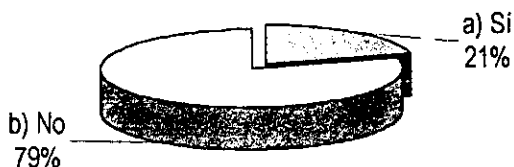


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	18 %
		Aceptable	82 %
		Barato	0 %

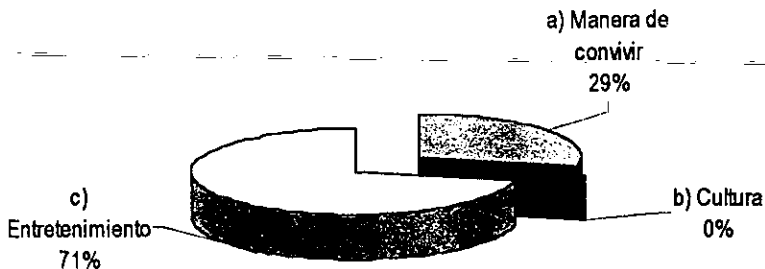


► Consumo cultural: Conciertos de música

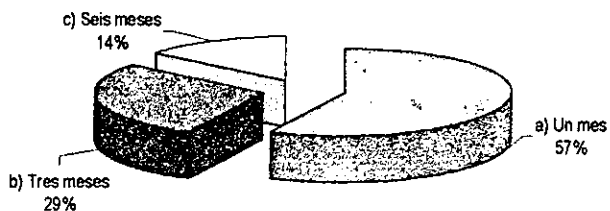
64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Si	21 %	No	79 %
----	--	----	------	----	------



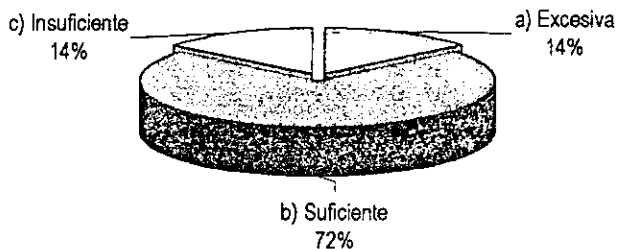
65	Opinión de los encuestados que si van a Conciertos sobre la utilidad de asistir a los mismos	Manera de convivir	29 %
		Forma de adquirir cultura	0 %
		Opción de entretenimiento	71 %



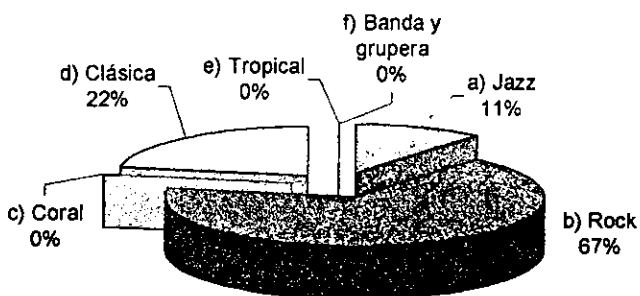
66	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a un Concierto	Hace un mes	0 %		
		Hace tres meses	33 %	Hace seis meses	67 %



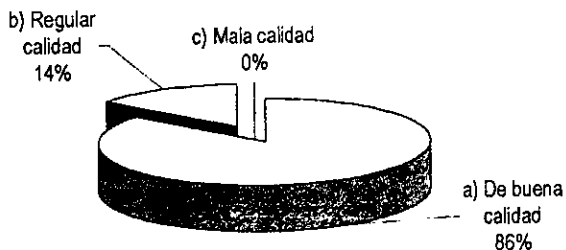
67	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asisten	Excesiva	14 %		
		Suficiente	72 %	Insuficiente	14 %



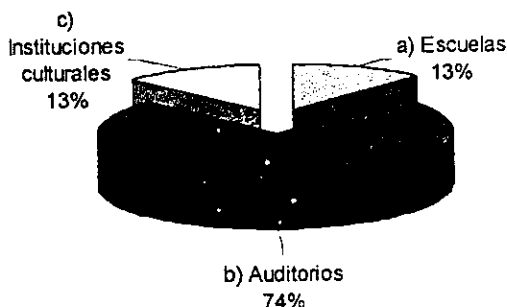
68	Conocimiento del tipo de música preferida por los encuestados en los Conciertos	Jazz	11 %	Rock	67 %	Tropical	0 %
		Coral	0 %	Clásica	22 %	Banda y grupera	0 %



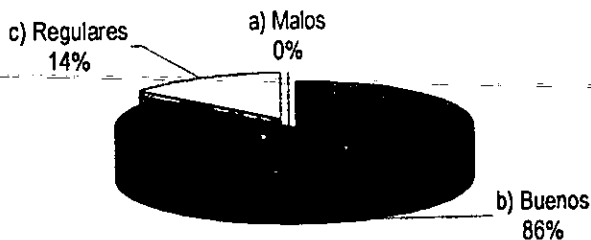
69	Opinión de los encuestados acerca de la música presentada en los Conciertos a los que asisten	Buena calidad	86 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		14 %	



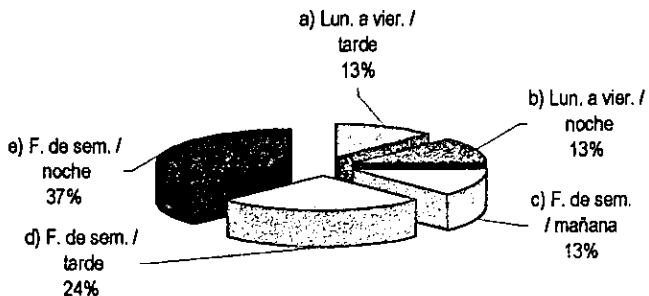
70	Conocimiento de los lugares a los que asisten los encuestados a Conciertos	Escuelas	13 %	Auditorios	74 %
		Instituciones culturales		13 %	



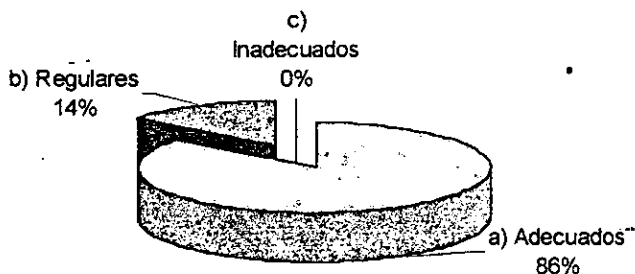
71	Opinión de los encuestados acerca de los lugares a los que asisten a conciertos	Malos	0 %	Buenos	86 %
		Regulares		14 %	



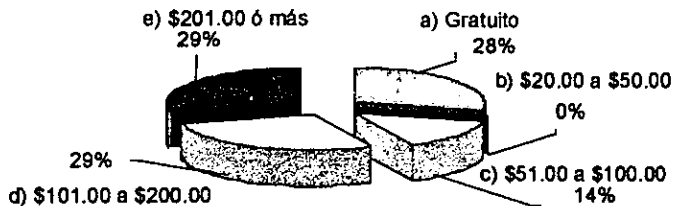
72	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a Conciertos	Lunes a viernes / tarde	13 %	Lunes a viernes / noche	13 %
		Fines de semana / mañana	13 %	Fines de semana / tarde	24 %
		Fines de semana / noche	37 %		



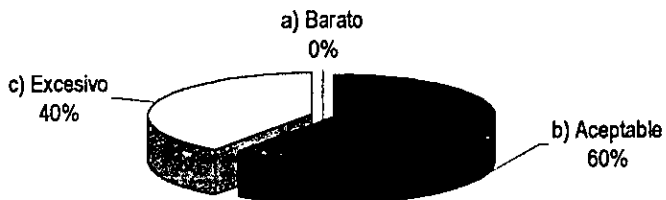
73	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de los Conciertos a los que asisten	Adecuados		86 %
		Regulares	14 %	Inadecuados



74	Conocimiento del costo de entrada de los Conciertos a los que asisten los encuestados	Gratuito		37 %	
		\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %	\$ 51.00 - \$ 100.00	18 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00	18 %	\$ 201.00 ó más	27 %

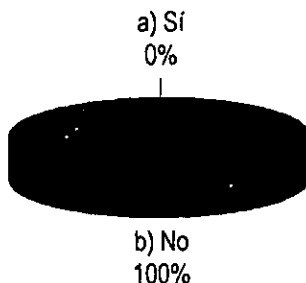


75	Opinión de los encuestados acerca del costo de los Conciertos a los que asisten	Barato		0 %
		Aceptable	60 %	Excesivo



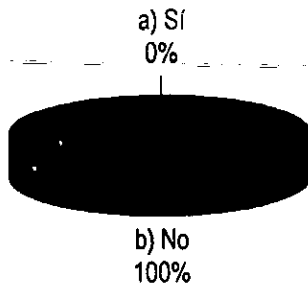
► Consumo cultural: Danza o baile

76	Conocimiento del consumo de Danza o Baile	Sí	0 %	No	100 %
----	---	----	-----	----	-------



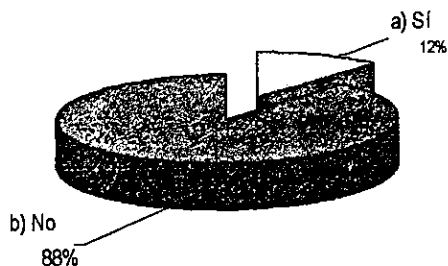
► Consumo cultural: Taller artístico cultural

88	Conocimiento del consumo de algún Taller artístico cultural	Sí	0 %	No	100 %
----	---	----	-----	----	-------

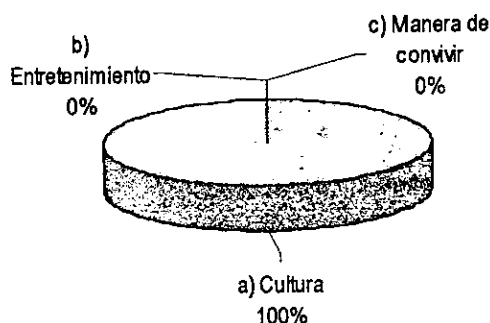


► Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada y de las actividades que se Imparten en la misma

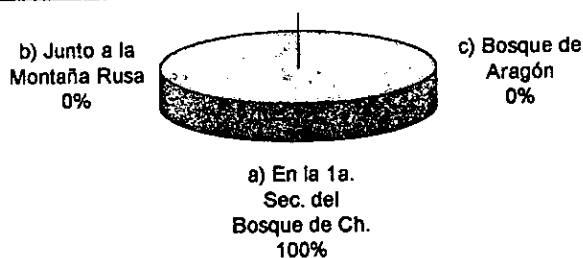
100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	Si	12 %	No	88 %
-----	---	----	------	----	------



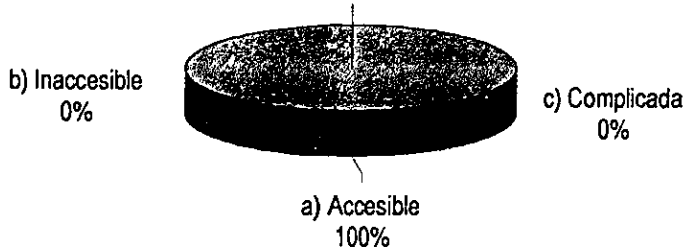
101	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre la utilidad de asistir a la misma	Forma de adquirir cultura	100 %
		Opción de entretenimiento	0 %
		Manera de convivir	0 %



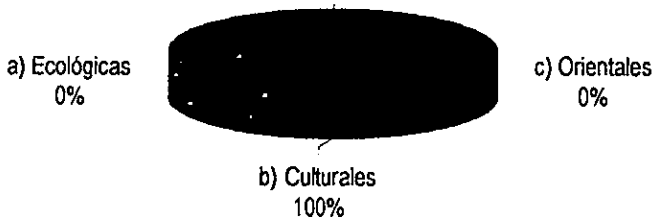
102	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC de la ubicación de la misma	1ª. Secc. Del Bosque de Ch.		100 %
		Junto a la Montaña Rusa	0 %	Bosque Aragón



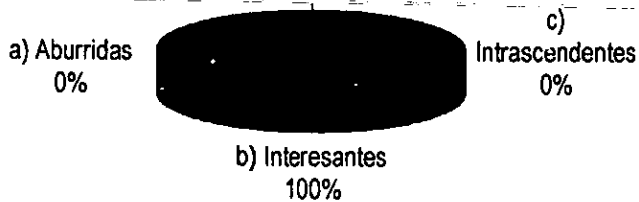
103	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de la ubicación de la misma	Accesible		100 %	
		Inaccesible	0 %	Complicada	0 %



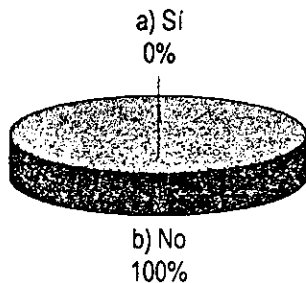
104	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre el tipo de actividades impartidas en la misma	Ecológicas		0 %	
		Culturales	100 %	Orientales	0 %



105	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC acerca de las actividades de la misma	Aburridas	0 %	Intrascendentes	0 %
		Interesantes		100 %	



106	Conocimiento de la participación de los encuestados que sí conocen la CCQC en alguna de las actividades de la misma	Sí	0 %	No	100 %
-----	---	----	-----	----	-------

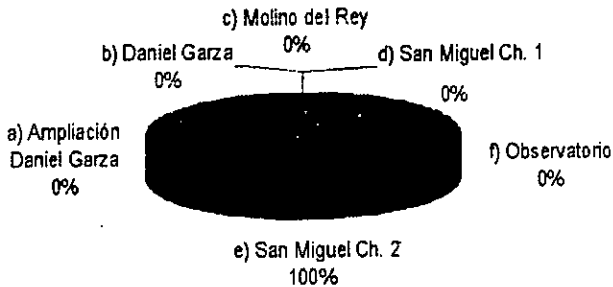


4.6.6 Estrato 6 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 2

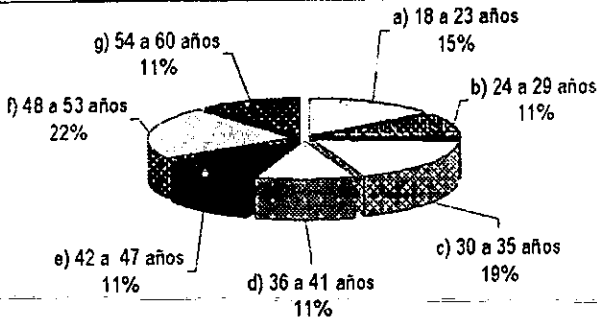
Gráfica No.	LECTURA	OPCIONES	Porcentaje
-------------	---------	----------	------------

► Datos sociodemográficos

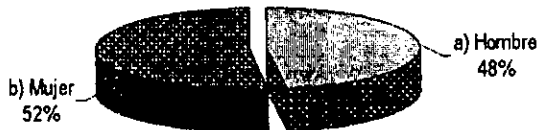
1	La colonia donde viven los encuestados	San Miguel Ch. 2	100 %
---	--	------------------	-------



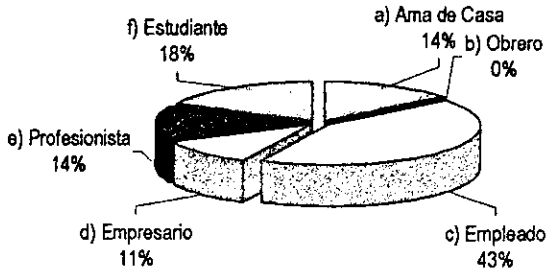
2	Edad de los encuestados	18 A 23 años	15 %	24 a 29 años	11 %
		30 a 35 años	19 %	36 a 41 años	11 %
		42 a 47 años	11 %	48 a 53 años	22 %
		54 a 60 años	11 %		



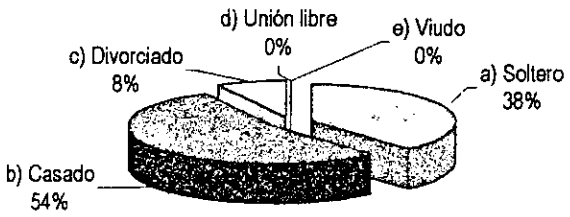
3	Sexo de los encuestados	Hombres	48 %	Mujeres	52 %
---	-------------------------	---------	------	---------	------



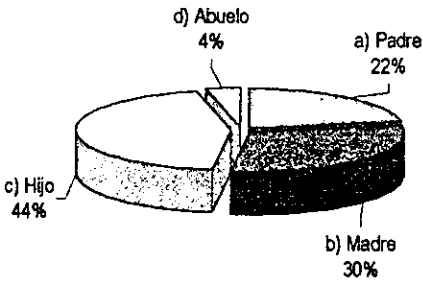
4	Ocupación de los encuestados	Ama de casa	14 %	Obrero	0 %	Empleado	43 %
		Profesionista	14 %	Empresario	11 %	Estudiante	18 %



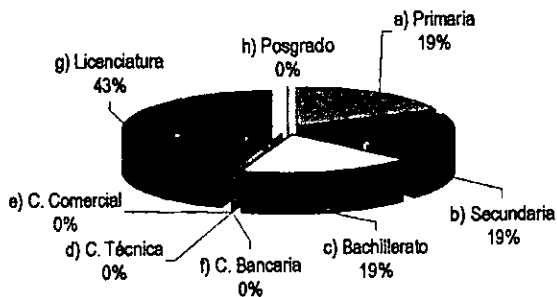
5	Estado civil de los encuestados	Soltero	38 %	Casado	54 %
		Divorciado	8 %	Viudo	0 %



6	Posición familiar de los encuestados	Padre	22 %	Madre	30 %
		Hijo	44 %	Abuelo	4 %



7	Nivel escolar de los encuestados	Primaria	19 %	Secundaria	19 %	Bachillerato	19 %
		C. Comercial		0 %	C. Técnica		0 %
		Licenciatura	43 %	C. Bancaria	0 %	Posgrado	0 %



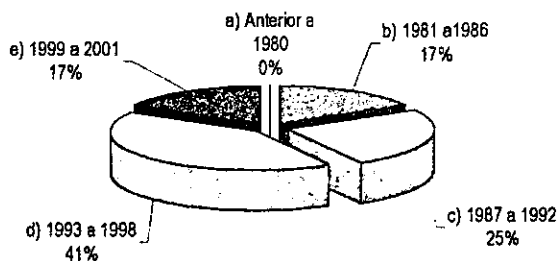
8	Tipo de casa que habitan los encuestados	Rentada	26 %	Propia	74 %
---	--	---------	------	--------	------



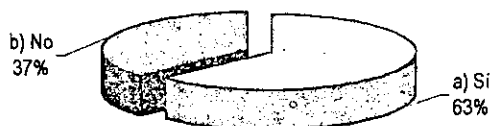
9	Propiedad de automóvil de los encuestados	Sí	44 %	No	56 %
---	---	----	------	----	------



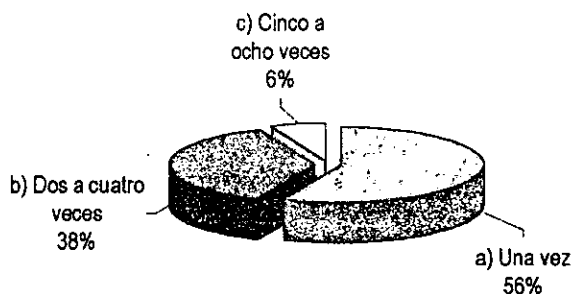
10	Modelo del automóvil de los encuestados	Anterior a 1980	0 %	1981 - 1986	17 %
		1987-1992	25 %	1993-1998	41 %



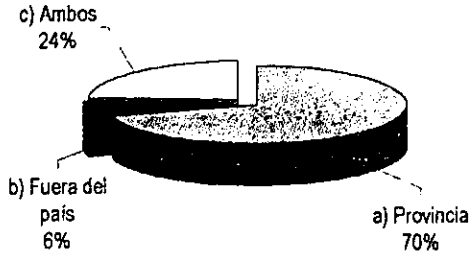
11	Viajes de los encuestados	Si	63 %	No	37 %
----	---------------------------	----	------	----	------



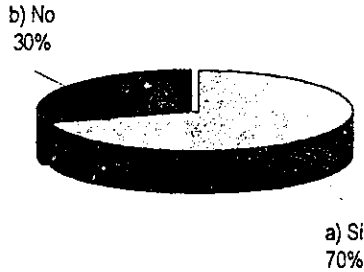
12	Cuántas veces al año viajan los encuestados	Una vez	56 %	2 a 4 veces	38 %
		5 a 8 veces		6 %	



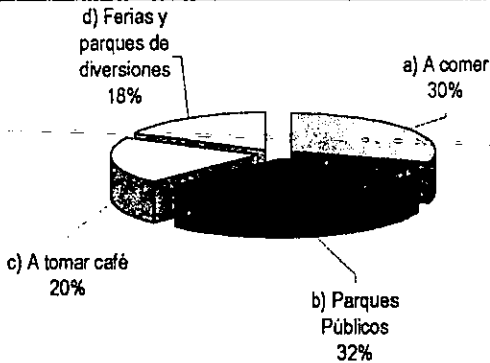
13	A donde viajan los encuestados	Provincia	70 %	Fuera del país	6 %
		Ambos		24 %	



14	Paseos de los encuestados en el D.F.	Sí	70 %	No	30 %
----	--------------------------------------	----	------	----	------



15	En donde pasean en el D.F. los encuestados	A comer	30 %	Parques públicos	32 %
		A tomar café	20 %	Ferias y parques de diversiones	18 %

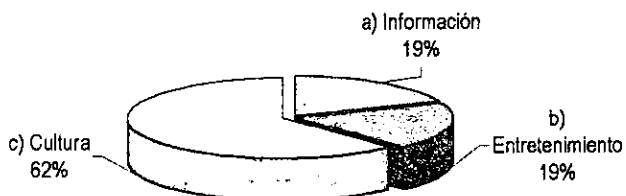


► Consumo cultural: Exposiciones

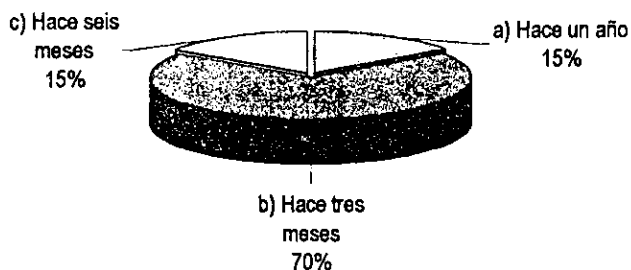
16	Conocimiento del consumo de Exposiciones	Sí	48 %	No	52 %
----	--	----	------	----	------



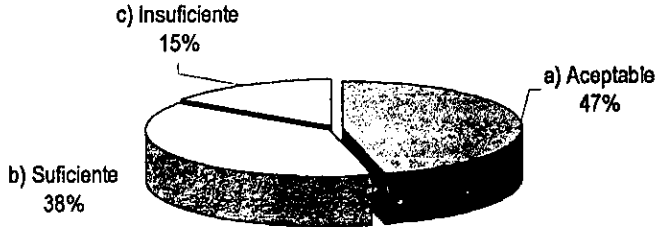
17	Opinión de los encuestados que sí asisten a Exposiciones sobre la utilidad de las mismas.	Fuente de información	19 %
		Opción de entretenimiento	19 %
		Forma de adquirir cultura	62 %



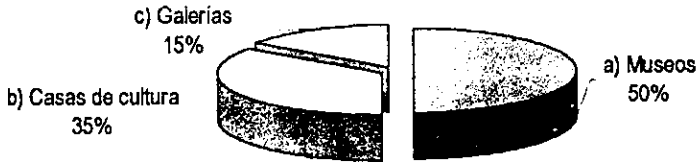
18	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una Exposición	Hace un año	15 %
		Hace tres meses	70 %
		Hace seis meses	15 %



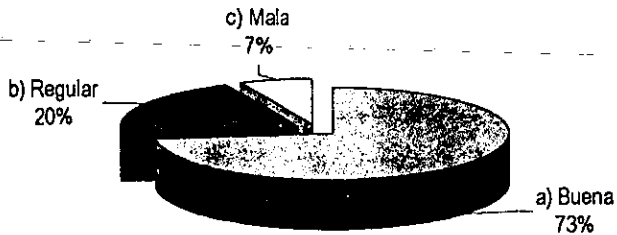
19	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las Exposiciones presentadas en las instituciones a las que asisten	Aceptable	47 %
		Suficiente	38 %
		Insuficiente	15 %



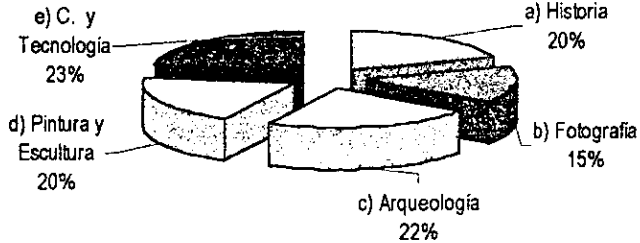
20	Conocimiento de las instituciones donde los encuestados visitan Exposiciones	Museos	50 %	
		Casas de Cultura	35 %	Galerías



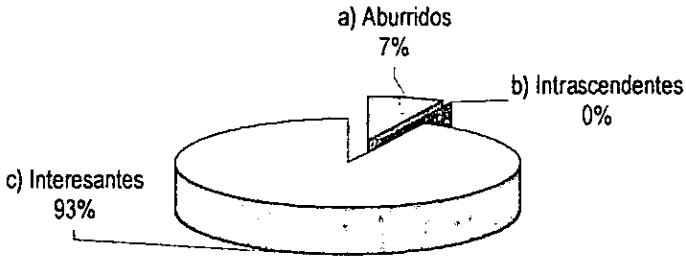
21	Opinión de los encuestados acerca de las instituciones donde visitan Exposiciones	Buena	73 %	Regular	20 %	Mala	7 %
----	---	-------	------	---------	------	------	-----



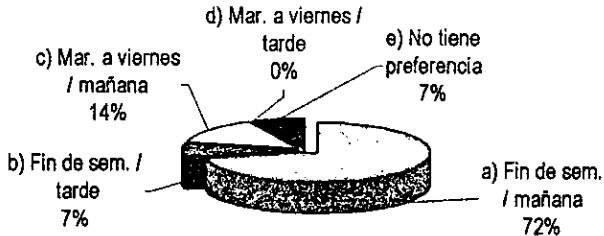
22	Conocimiento del tema de Exposiciones preferidas por los encuestados	Historia	20 %	Fotografía	15 %
		Arqueología	22 %	Pintura y Escultura	20 %
		Ciencia y Tecnología		23 %	



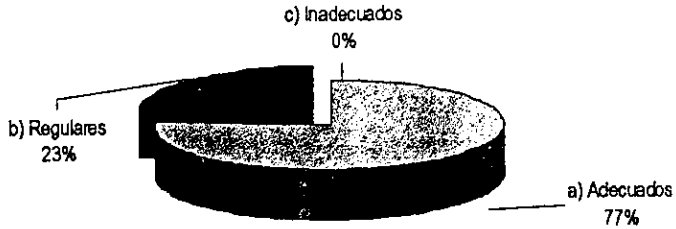
23	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las Exposiciones que visitan	Aburridos	7 %	Interesantes	93 %
		Intrascendentes		0 %	



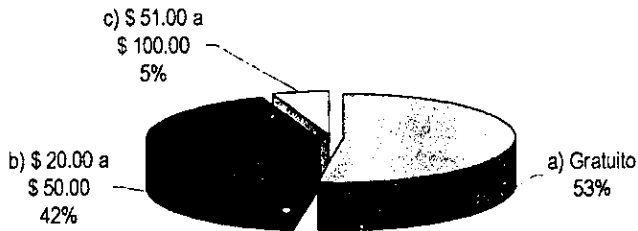
24	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para visitar Exposiciones	Fin de semana / mañana	72 %	Fin de semana / tarde	7 %
		Martes – viernes / mañana	14 %	Martes a viernes / Tarde	0 %
		No tiene preferencia		7 %	



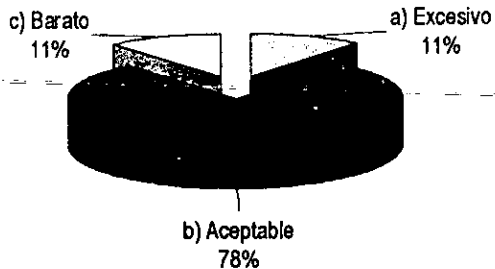
25	Opinión los encuestados sobre los horarios de las Exposiciones que visitan	Adecuados		77 %
		Regulares	23%	Inadecuados



26	Conocimiento del costo de entrada a las Exposiciones que visitan los encuestados	Gratuito		53 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	42 %	\$ 51.00 - \$ 100.00

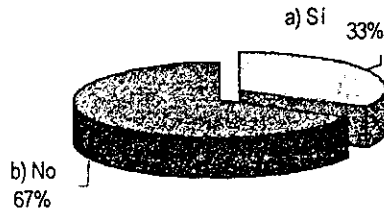


27	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada a las Exposiciones que visitan	Excesivo		11 %
		Aceptable	78 %	Barato

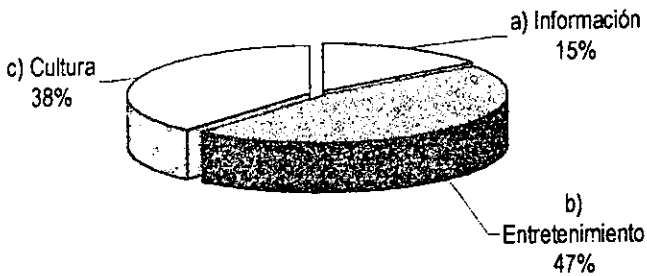


► Consumo cultural: Teatro

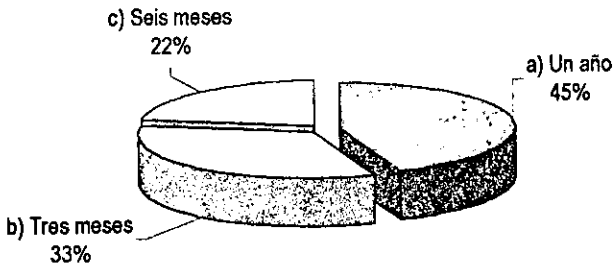
28	Conocimiento del consumo de Teatro	Sí	33 %	No	67 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



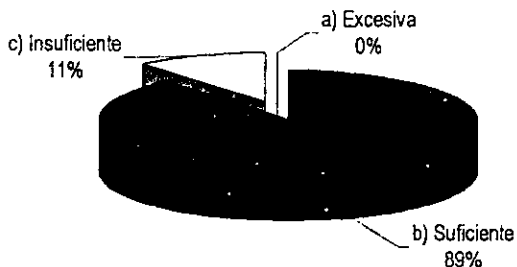
29	Opinión de los encuestados que sí asisten al Teatro sobre la utilidad de asistir al mismo	Fuente de información	15 %
		Opción de entretenimiento	47 %
		Forma de adquirir cultura	38 %



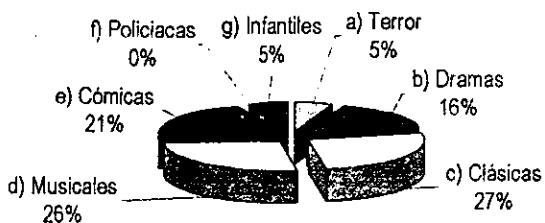
30	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a una función de Teatro	Hace un año	45 %
		Hace tres meses	33 %
		Hace seis meses	22 %



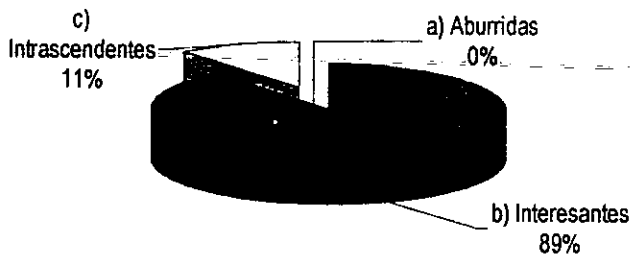
31	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de las obras presentadas en los teatros a los que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	89 %
		Insuficiente		11 %	



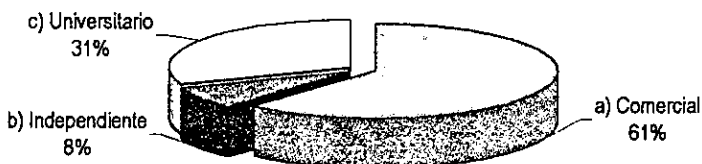
32	Conocimiento de los temas de obras de Teatro preferidos por los encuestados	Terror	5 %	Cómicas	21 %		
		Dramas	16 %	Policíacas	0 %	Clásicas	27 %
		Musicales	26 %	Infantiles	5 %		



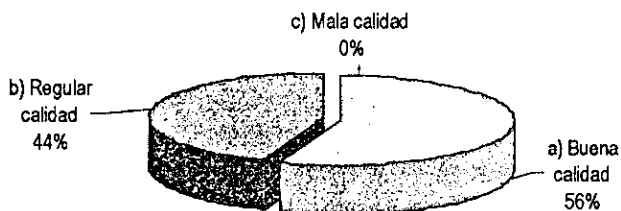
33	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las obras de Teatro a las que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	89 %
		Intrascendentes		11 %	



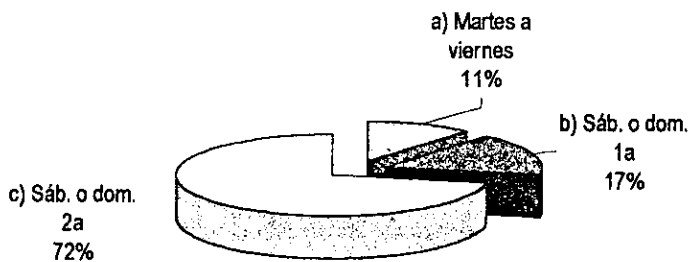
34	Conocimiento del tipo de Teatro al que asisten los encuestados	Comercial	61 %	Universitario	31 %
		Independiente			8 %



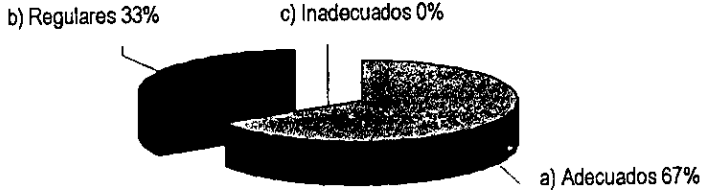
35	Opinión de los encuestados acerca del tipo de Teatro al que asisten	Buena calidad		56 %	
		Regular calidad	44 %	Mala calidad	0 %



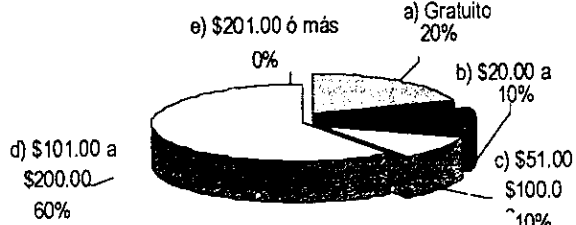
36	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Teatro	Martes a viernes	11 %	Sábado o domingo 1ª Función	17 %
		Sábado o domingo 2ª Función			72 %



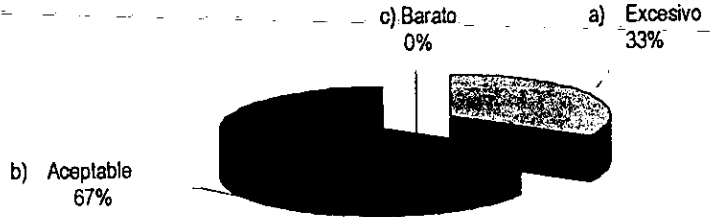
37	Opinión de los encuestados sobre los horarios de las obras de Teatro a las que asisten	Adecuados	67 %	Regulares	33 %
		Inadecuados			0 %



38	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	10 %	\$ 51.00 - a \$ 100.00	10 %
		\$ 101.00 - a \$ 200.00	60 %		
		\$ 201.00 ó más	0 %	Gratuito	20 %

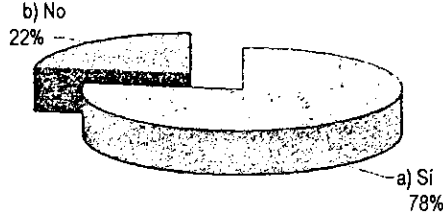


39	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Teatro a las que asisten	Excesivo	33 %	Barato	0 %
		Aceptable		67 %	

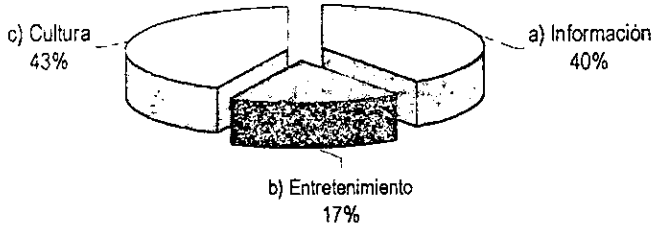


► Consumo cultural: Lectura de libros

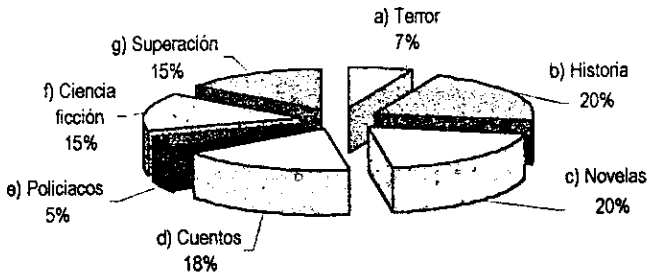
40	Conocimiento del consumo de Libros	Sí	78 %	No	22 %
----	------------------------------------	----	------	----	------



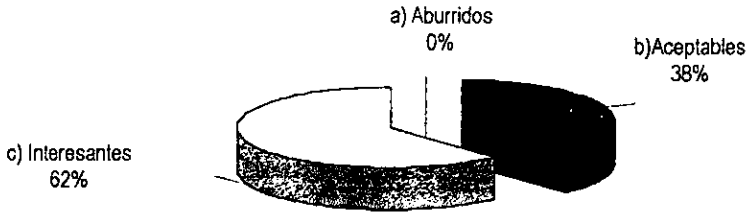
41	Opinión de los encuestados que sí leen libros sobre la utilidad de la lectura de los mismos	Fuente de información	40 %
		Opción de entretenimiento	17 %
		Forma de adquirir cultura	43 %



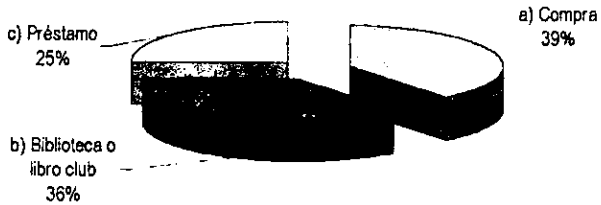
42	Conocimiento de los temas preferidos por los encuestados cuando leen libros	Terror	7 %	Cuentos	18 %		
		Historia	20 %	Policíacos	5 %	Novelas	20 %
		Superación personal	15 %	Ciencia ficción	15 %		



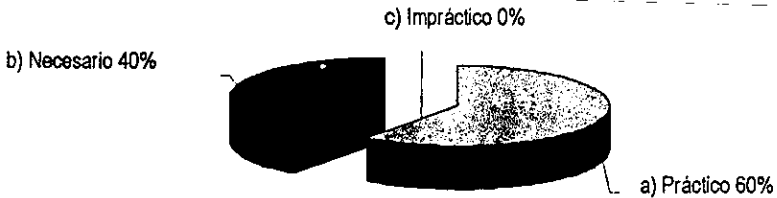
43	Opinión de los encuestados acerca de los temas de los libros que leen	Aburridos		0 %
		Aceptables	38 %	interesantes



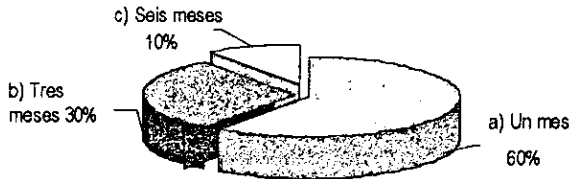
44	Conocimiento de la manera en que adquieren los encuestados los libros que leen	Compra	39 %
		Biblioteca o libro club	36 %
		Préstamo de conocidos	25 %



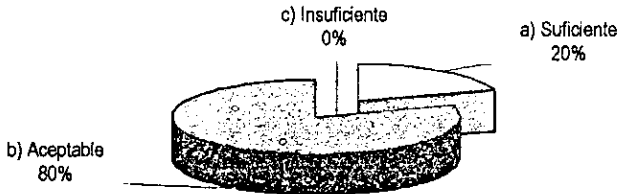
45	Opinión de los encuestados acerca del servicio de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que asisten	Práctico		60 %
		Necesario	40 %	Impráctico



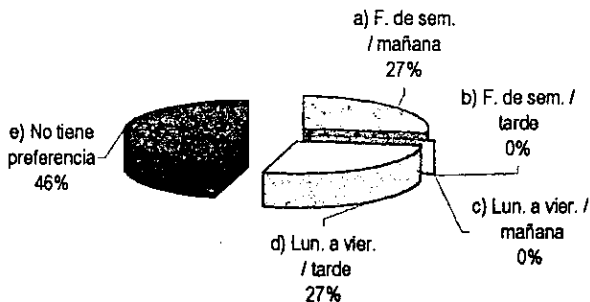
46	Conocimiento de la última vez que asistieron los encuestados a una biblioteca o libro club	Hace un mes			60 %
		Hace tres meses	30 %	Hace seis meses	10 %



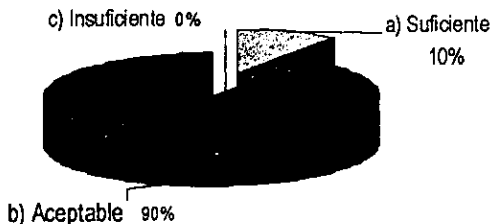
47	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia de préstamo de libros de la biblioteca o el libro club al que acuden	Suficiente	20 %	Insuficiente	0 %
		Acceptable			80 %



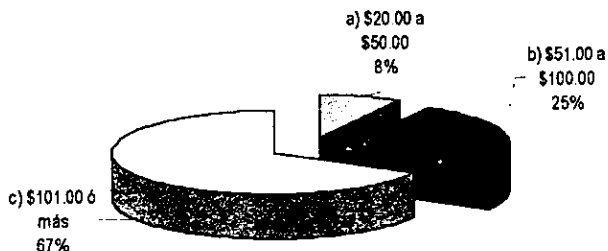
48	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a la biblioteca o el libro club.	Fines de semana / mañana	27 %	Fines de semana / tarde	0 %
		Lunes a viernes / mañana	0 %	Lunes a viernes / tarde	27 %
		No tiene preferencia			46 %



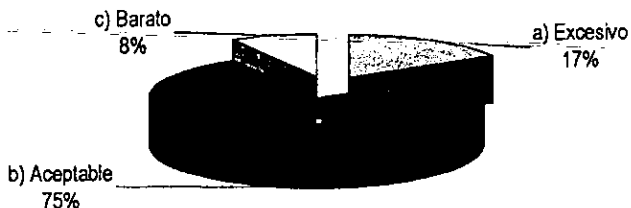
49	Opinión de los encuestados acerca del horario de atención de la biblioteca o el libro club al que asisten.	Suficiente		10 %
		Aceptable	90 %	Insuficiente



50	Conocimiento del costo de los libros comprados por los encuestados	\$ 20.00 - \$ 50.00	8 %
		\$ 51.00 a \$ 100.00	25 %
		\$ 101.00 ó más	67 %



51	Opinión de los encuestados acerca del costo de los libros que compra	Excesivo	17 %	Aceptable	75 %
		Barato		8 %	

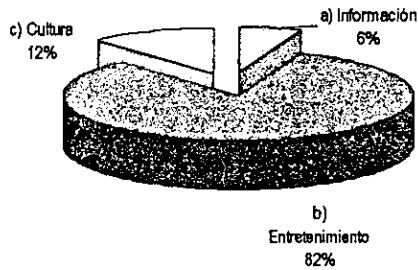


► Consumo cultural: Cine

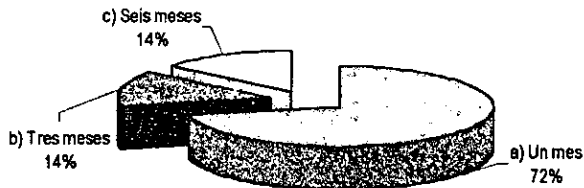
52	Conocimiento del consumo de Cine	Si	52 %	No	48 %
----	----------------------------------	----	------	----	------



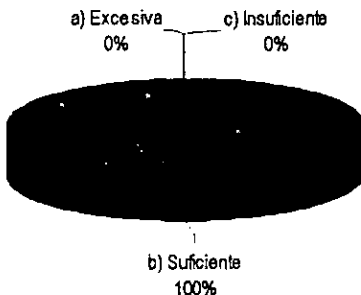
53	Opinión de los encuestados que sí van al cine sobre la utilidad de asistir al Cine	Fuente de información	6 %
		Opción de entretenimiento	82 %
		Forma de adquirir cultura	12 %



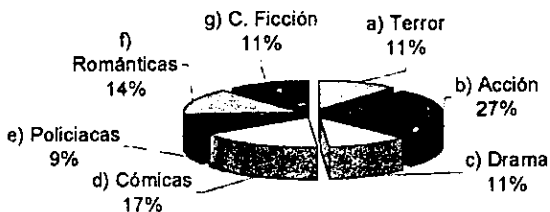
54	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron al Cine	Hace un mes	72 %
		Hace tres meses	14 %
		Hace seis meses	14 %



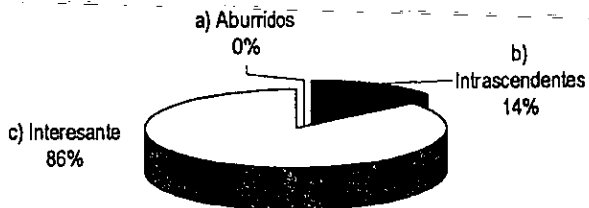
55	Opinión de los encuestados acerca de la cantidad de funciones programadas en los cines a los que asisten	Excesiva	0 %
		Suficiente	100 %
		Insuficiente	0 %



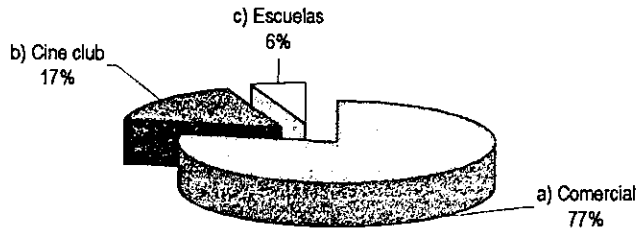
56	Conocimiento de los temas de películas preferidos por los encuestados	Terror	11 %	Acción	27 %
		Drama	11 %	Cómicas	17 %
		Policías	9 %	Románticas	14 %
		Ciencia Ficción	11 %		



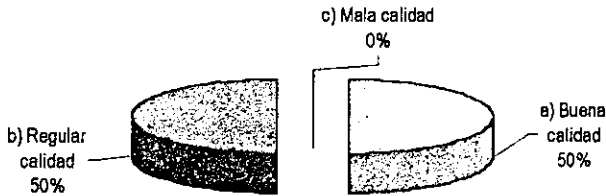
57	Opinión de los encuestados acerca de los temas de las películas presentadas en los cines a los que asisten	Aburridas	0 %	Interesantes	86 %
		Intrascendentes		14 %	



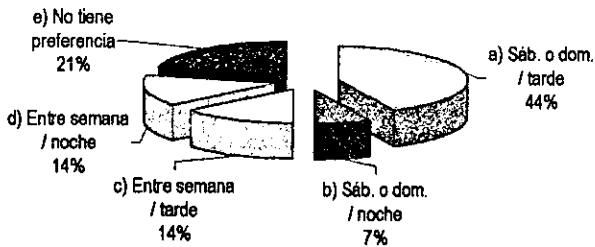
58	Conocimiento del tipo de salas de Cine preferidas por los encuestados	Comercial		77 %	
		Cine club	17 %	Escuelas	6 %



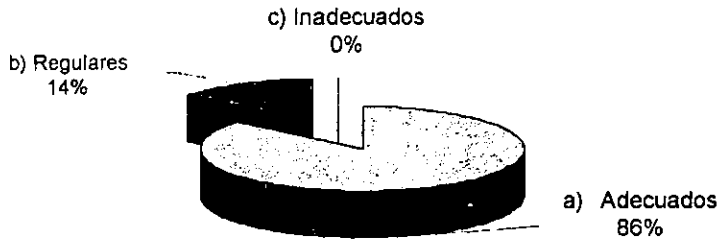
59	Opinión de los encuestados acerca del tipo de salas de Cine a los que asisten	Buena calidad	50 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		50 %	



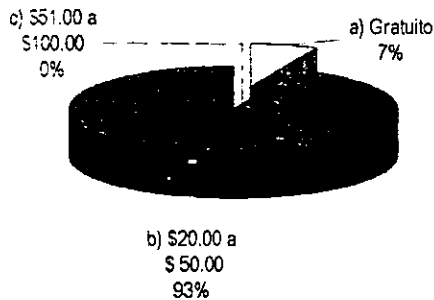
60	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir al Cine	Sábado o domingo / tarde	44 %	Sábado o domingo / noche	7 %
		Entre semana / tarde	14 %	Entre semana / noche	14 %
		No tiene preferencia		21 %	



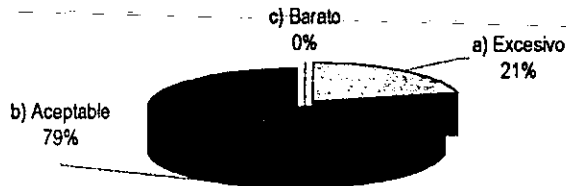
61	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de las funciones de Cine a las que asisten	Adecuados	86 %	Regulares	14 %
		Inadecuado		0 %	



62	Conocimiento del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten los encuestados	Gratuito	7 %
		\$ 20.00 - \$ 50.00	93 %
		\$ 51.00 - \$ 100.00	0 %

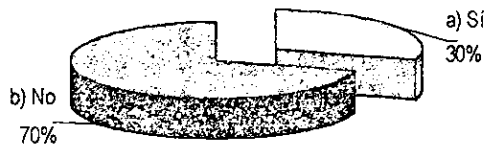


63	Opinión de los encuestados acerca del costo de entrada de las funciones de Cine a las que asisten	Excesivo	21 %
		Aceptable	79 %
		Barato	0 %

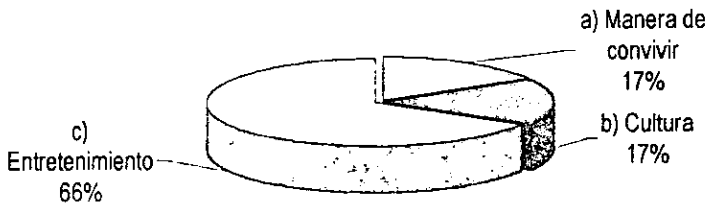


► Consumo cultural: Conciertos de música

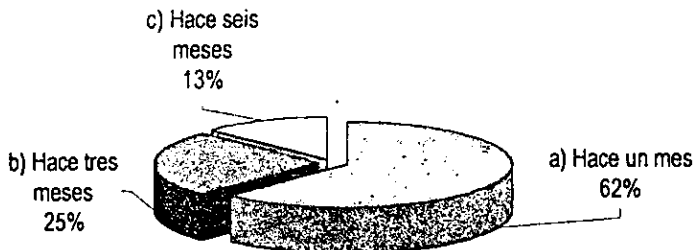
64	Conocimiento del consumo de Conciertos	Sí	30 %	No	70 %
----	--	----	------	----	------



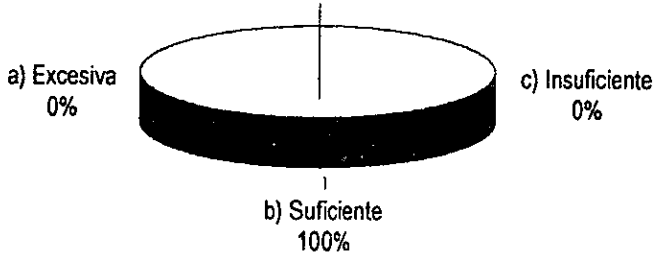
65	Opinión de los encuestados que si van a Conciertos sobre la utilidad de asistir a los mismos	Manera de convivir	17 %
		Forma de adquirir cultura	17 %
		Opción de entretenimiento	66 %



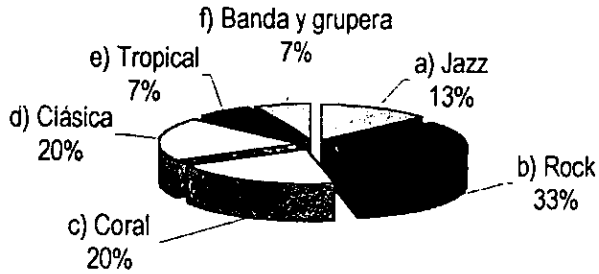
66	Conocimiento de la última vez que los encuestados asistieron a un Concierto	Hace un mes	62 %
		Hace tres meses	25 %
		Hace seis meses	13 %



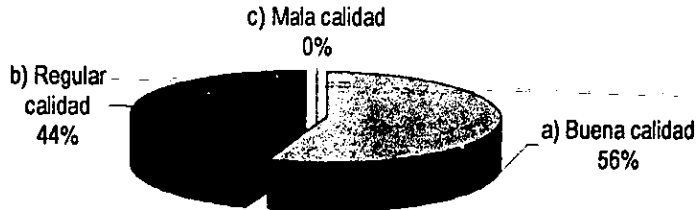
67	Opinión de los encuestados acerca de la frecuencia con que presentan Conciertos en el lugar al que asisten	Excesiva	0 %
		Suficiente	100 %
		Insuficiente	0 %



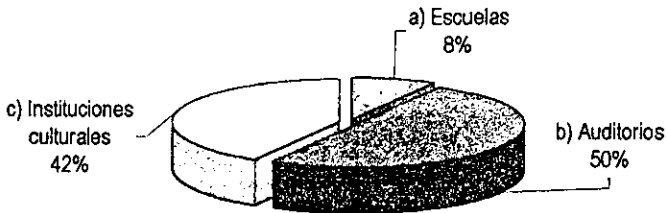
68	Conocimiento del tipo de música preferida por los encuestados en los Conciertos	Jazz	13 %	Rock	33 %	Coral	20 %
		Tropical	7 %	Clásica	20 %	Banda y grupera	7 %



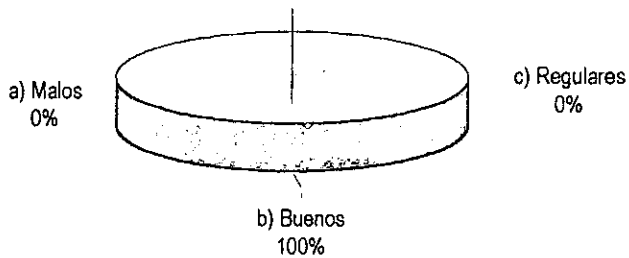
69	Opinión de los encuestados acerca de la música presentada en los Conciertos a los que asisten	Buena calidad	56 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad		44 %	



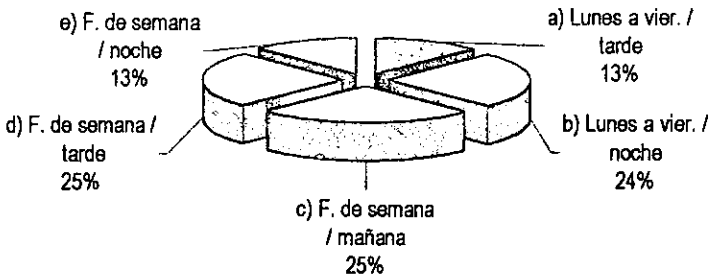
70	Conocimiento de los lugares a los que asisten los encuestados a Conciertos	Escuelas	8 %	Auditorios	50 %
		Instituciones culturales		42 %	



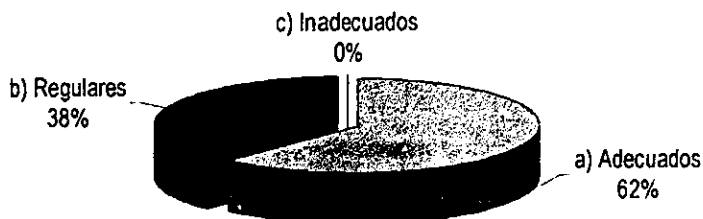
71	Opinión de los encuestados acerca de los lugares a los que asisten a Conciertos	Malos	0 %	Buenos	100 %
		Regulares		11 %	



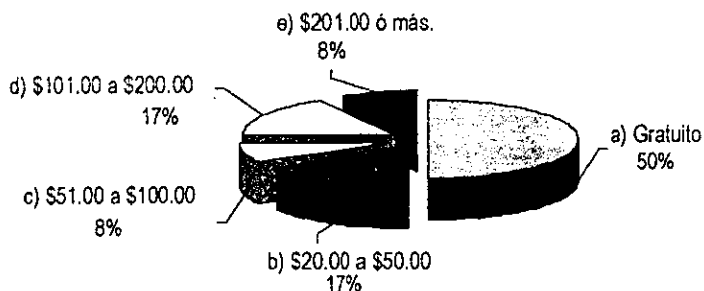
72	Conocimiento del horario preferido por los encuestados para asistir a Conciertos	Lunes a viernes / tarde	13 %	Lunes a viernes / noche	24 %
		Fines de semana / mañana	29 %	Fines de semana / tarde	25 %
		Fines de semana / noche		13 %	



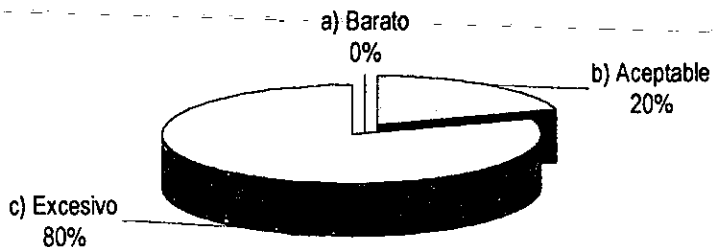
73	Opinión de los encuestados acerca de los horarios de los Conciertos a los que asisten	Adecuados		62 %
		Regulares	38 %	Inadecuados



74	Conocimiento del costo de entrada de los Conciertos a los que asisten los encuestados	Gratuito		50 %	
		\$ 20.00 - \$ 50.00	17 %	\$ 51.00 - \$ 100.00	8 %
		\$ 101.00 - \$ 200.00	17 %	\$ 201.00 ó más	8 %

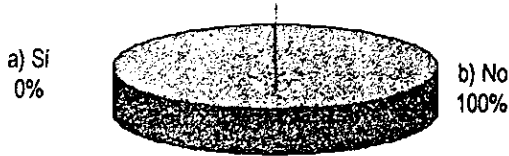


75	Opinión de los encuestados acerca del costo de los Conciertos a los que asisten	Barato		0 %
		Aceptable	20 %	Excesivo



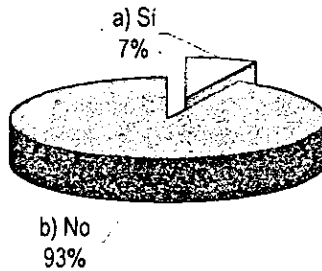
► Consumo cultural: Danza o baile

76	Conocimiento de la practica de los encuestados de alguna Danza o Baile	Sí	0%	No	100%
----	--	----	----	----	------

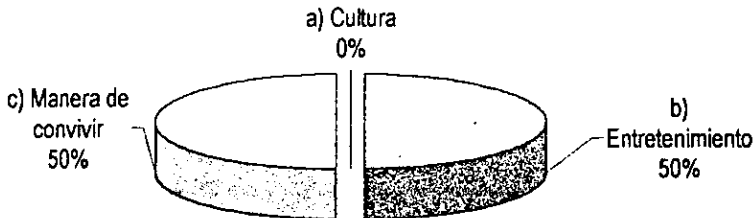


► Consumo cultural: Taller artístico cultural

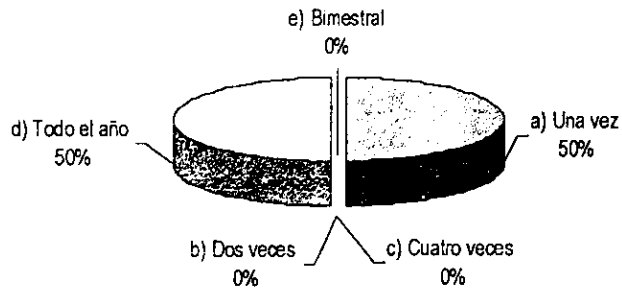
88	Conocimiento de la asistencia de los encuestados a algún Taller artístico cultural	Sí	7%	No	93%
----	--	----	----	----	-----



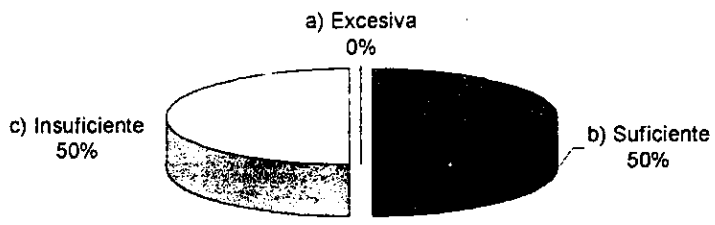
89	Opinión de los encuestados que sí asisten a algún Taller artístico cultural sobre la utilidad de los mismos	Manera de convivir	50%
		Forma de adquirir cultura	0%
		Opción de entretenimiento	50%



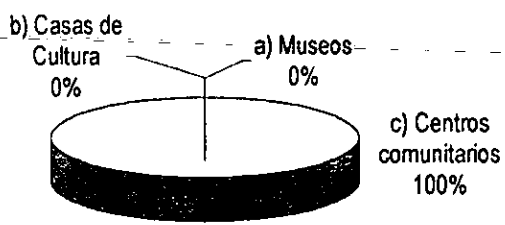
90	Conocimiento de las veces al año que toman clases de Taller artístico cultural los encuestados	Una vez	50 %	2 veces	0 %
		4 veces	0 %	Todo el año	50 %
		Bimestral			0 %



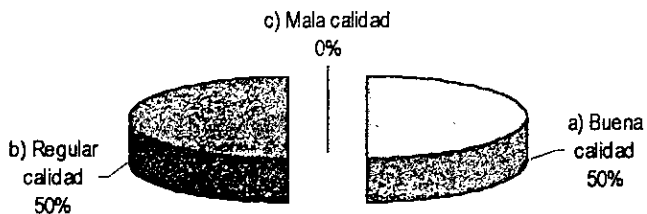
91	Opinión de los encuestados sobre la frecuencia con que ofrecen las clases de Taller artístico cultural en la institución a la que asisten	Excesiva	0 %	Suficiente	50 %
		Insuficiente			50 %



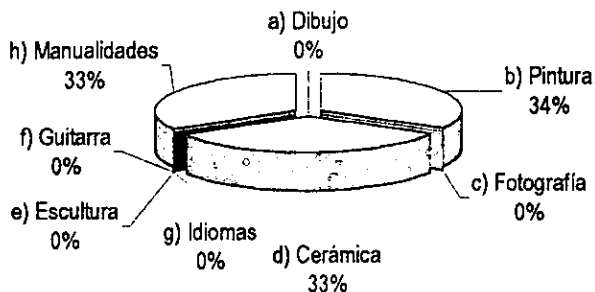
92	Conocimiento del lugar donde toman clases de Taller artístico cultural los encuestados	Museos	0 %	Casa de cultura	0 %
		Centros comunitarios			100 %



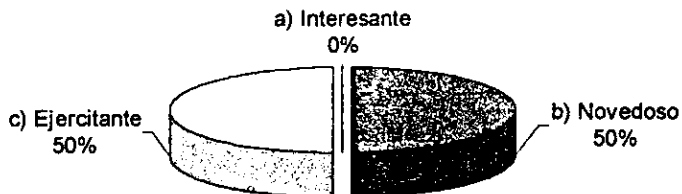
93	Opinión de los encuestados sobre la institución donde practican algún Taller artístico cultural	Buena calidad	50 %	Mala calidad	0 %
		Regular calidad	50 %		



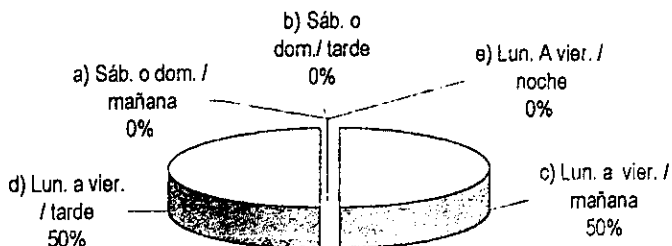
94	Conocimiento del Taller artístico cultural preferido por los encuestados	Dibujo		0 %		Pintura		34 %	
		Fotografía	0 %	Cerámica	33 %	Escultura	0 %		
		Guitarra	0 %	Idiomas	0 %	Manualidades	33 %		



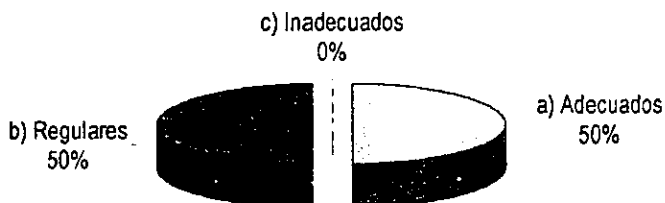
95	Opinión de los encuestados sobre el Taller artístico cultural que practican	Interesante	0 %	Novedoso	50 %
		Ejercitante	50 %		



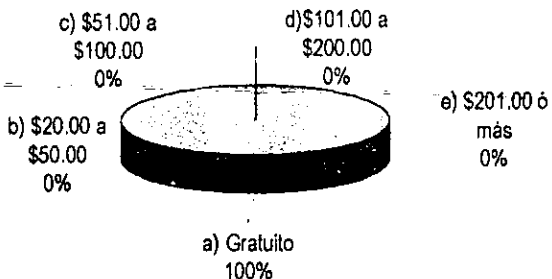
96	Conocimiento del horario de las clases de Taller artístico cultural practicado por los encuestados	Sábado o dom. / mañana	0 %	Sábado o dom. / tarde	0 %
		Lunes a viernes / mañana	50 %	Lunes a viernes / tarde	50 %
		Lunes a viernes / noche	0 %		



97	Opinión de los encuestados sobre el horario de las clases de Taller artístico cultural al que asisten	Adecuados	50 %
		Regulares	50 %
		Inadecuados	0 %

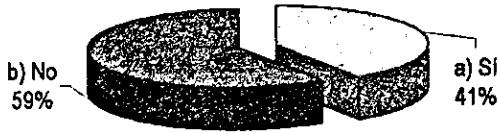


98	Conocimiento del costo de las clases del Taller artístico cultural practicado por los encuestados	Gratuito	100 %	\$ 20.00 - \$ 50.00	0 %
		\$ 51.00 - \$100.00	0 %	\$ 101.00 - \$ 200.00	0 %
		\$ 201.00 ó más	0 %		

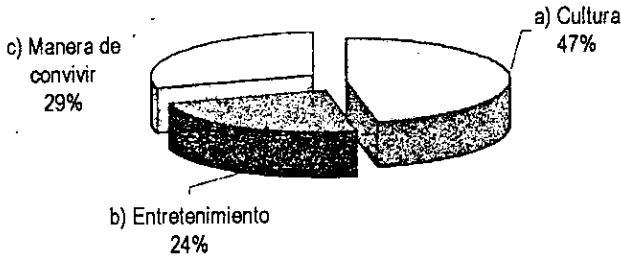


► **Conocimiento de la Casa de Cultura Quinta Colorada y de las actividades que se imparten en la misma**

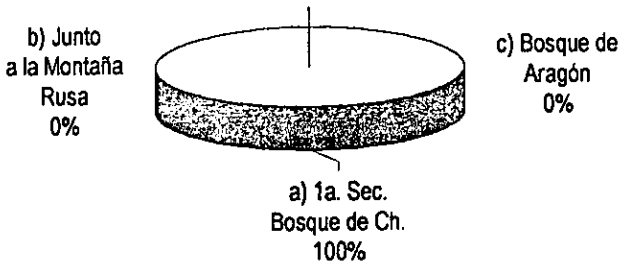
100	Conocimiento de los encuestados de la existencia de la CCQC	SI	41 %	No	59 %
-----	---	----	------	----	------



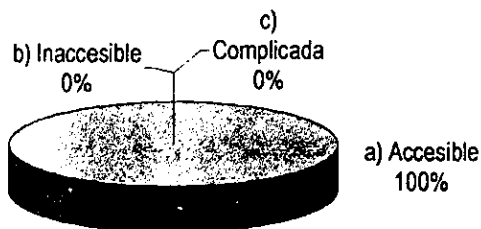
101	Opinión de los encuestados que sí conocen la CCQC sobre la utilidad de asistir a la misma	Forma de adquirir cultura	47 %
		Opción de entretenimiento	24 %
		Manera de convivir	29 %



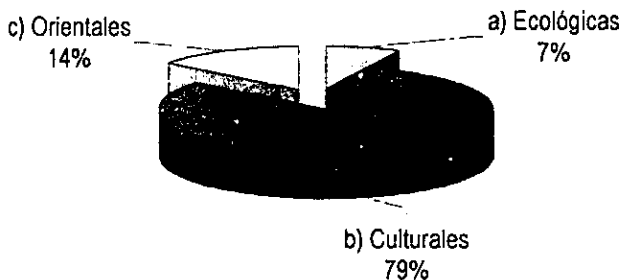
102	Conocimiento de los encuestados que sí conocen la CCQC de la ubicación de la misma	1°. Sec. Del Bosque de Ch.		100 %
		Junto a la Montaña Rusa	0 %	Bosque Aragón



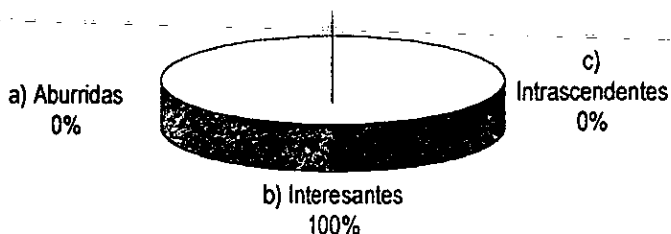
103	Opinión de los encuestados que si conocen la CCQC acerca de la ubicación de la misma	Accesible		100 %	
		Inaccesible	0 %	Complicada	0 %



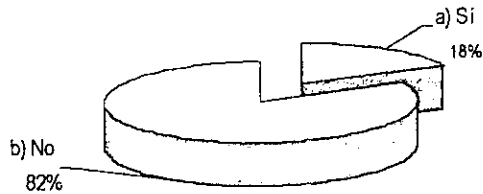
104	Conocimiento de los encuestados que si conocen la CCQC sobre el tipo de actividades impartidas en la misma	Ecológicas		7 %	
		Culturales	79 %	Orientales	14 %



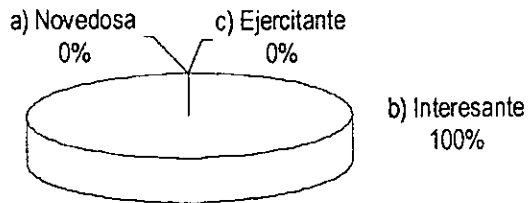
105	Opinión de los encuestados que si conocen la CCQC acerca de las actividades de la misma	Aburridas	0 %	Intrascendentes	0 %
		Interesantes		100 %	



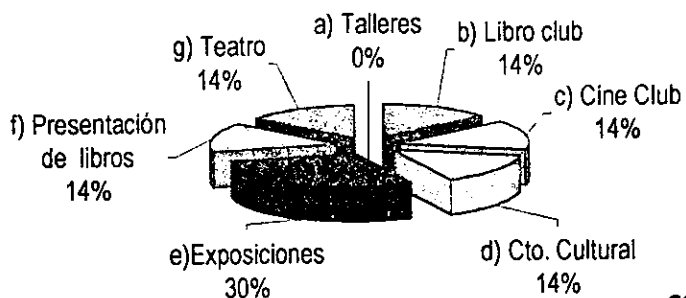
106	Conocimiento de la participación de los encuestados que sí conocen la CCQC en alguna de las actividades de la misma	Sí	18 %	No	82 %
-----	---	----	------	----	------



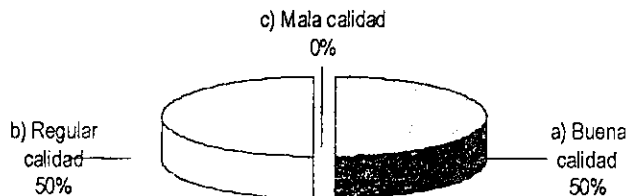
107	Opinión de los encuestados que sí han participado en alguna de las actividad de la CCQC acerca de la misma	Novedosa	0 %	Ejercitante	0 %
		Interesante		100 %	



108	Conocimiento de la actividad practicada por los encuestados en la CCQC	Talleres	0 %	Libro club	14 %		
		Cine club	14 %	Circuito Cultural	14 %	Exposiciones	30 %
		Presentación de libros		14 %	Obras de Teatro	14 %	



109	Opinión de los encuestados que sí conocen y han participado en alguna de las actividades de la CCQC acerca de la actividad cultural de la misma	Buena calidad		50 %	
		Regular calidad	50 %	Mala calidad	0 %



4.7 Cruzamiento de Datos

El siguiente paso dentro del procesamiento de datos es realizar el cruzamiento de los mismos: Los reactivos de opinión se cruzaron con las variables sociodemográficas para conocer las causas que inciden en la opinión de los encuestados.

El cuestionario de esta investigación incluye 15 reactivos sociodemográficos, 47 de conocimiento y 47 de opinión.

Cabe Aclarar que para este procedimiento se tomaron en cuenta los seis estratos:

Estrato 1. Colonia Ampliación Daniel Garza*

Estrato 2. Colonia Daniel Garza

Estrato 3. Colonia Molino del Rey

Estrato 4. Colonia Observatorio*

Estrato 5. Colonia San Miguel Chapultepec sección 1

Estrato 6. Colonia San Miguel Chapultepec sección 2*

En las colonias marcadas con * se realizó el cruce de todos los reactivos de opinión⁷⁸ con las variables sociodemográficas: Colonia, Edad, Sexo, Ocupación, Posición Familiar, Estado Civil y Nivel económico.

En los tres estratos restantes sólo se identificaron las preguntas de opinión de ofertas de Consumo Cultural. Estos reactivos fueron:

- 17.- ¿Visitar Exposiciones le parece?
- 29.- ¿Asistir a funciones de Teatro le parece?
- 41.- ¿Leer libros le parece?
- 53.- ¿Asistir al Cine le parece?
- 65.- ¿Asistir a Conciertos le parece?
- 77.- ¿Practicar alguna Danza o Baile le parece?
- 89.- ¿Asistir a un Taller le parece?

⁷⁸ Debido a que estas colonias son las que determinó la Casa de Cultura, ya que satisfacen a sus intereses. El criterio seguido para la elección de los reactivos a cruzar tiene fundamento en la Teoría de la Mediación Social (ver capítulo 1 de esta investigación, p. 32), la cual permite dar un ORDEN a las cosas, hechos, objetos y conceptos que se han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales. Por Mediación se entiende *la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden (Modelo Mediacional)*. De acuerdo a ello, la CCQC posee un Modelo Mediacional y en función a él establece los reactivos de mayor interés para ella.

⊙ Estrato 4 / Colonia Observatorio

• **Características Generales.**

Total de encuestados: 16

Total de encuestados que conocen la CCQC: dos de cada diez encuestados.

Son mujeres de 48 a 60 años de edad. Están empleadas o son profesionistas. Casadas, divorciadas o viven en unión libre. Son madres de familia y abuelas. Su nivel escolar es de carrera comercial o licenciatura. Tienen casa propia y pasean en el D.F.

• **Consumos culturales.**

▶ **Exposiciones**

Tres de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

La última vez que asistieron fue hace tres meses. La frecuencia de presentación de Exposiciones presentadas en los museos a los que asisten les parece aceptable. Los museos de su preferencia los califican de buenos. Frecuentan Exposiciones de historia, las cuales en su opinión son interesantes. Acuden los fines de semana por la mañana. De los horarios opinan que son adecuados. El costo de entrada es gratuito.

▶ **Teatro**

Dos de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

La última vez que fueron a una obra de Teatro: hace tres meses.

- Las encuestadas con nivel escolar carrera comercial (una de cada diez) opinan que: la presentación de obras en los Teatros a los que acuden es suficiente; prefieren obras de terror o cómicas, y las consideran interesantes. Asisten el sábado o domingo a la primera función. Los horarios les parecen regulares. Pagan de \$20.00 a \$50.00 por la entrada, costo que les parece aceptable.

- Las encuestadas con nivel escolar de licenciatura (una de cada diez) opinan que la frecuencia de presentación de obras en los Teatros a los que acuden es insuficiente; prefieren obras de terror o cómicas, y las consideran interesantes. Asisten el sábado o domingo a la segunda función. Los horarios les parecen inadecuados. Pagan de \$20.00 a \$50.00 por la entradas, costo que les parece aceptable.

▶ **Lectura de libros.**

Tres de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

Prefieren leer libros de historia: los califican como interesantes. Acostumbran comprarlos, por el precio de \$ 51.00 a \$100.00, lo cual es para ellas un costo aceptable.

» **Cine**

Una de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

La última vez que asistieron fue hace un mes. La frecuencia de presentación de películas en los Cines que frecuentan les parece suficiente. Prefieren las películas de acción y las consideran interesantes. Asiste a cines de tipo comercial, que en su opinión son de buena calidad. Asisten entre semana por la tarde. En su opinión los Horarios de los cines son adecuados. El costo de entrada es de \$ 20.00 a \$50.00, el cual es aceptable para ellas.

» **Conciertos**

Tres de cada diez encuestadas que conocen la CCQ.

La última vez que asistieron a un Concierto fue hace un mes y/o hace seis meses. Prefieren la música clásica, y la califican como de buena calidad. Asisten a auditorios a los que consideran de buena calidad. Regularmente acuden a Conciertos de lunes a viernes por la noche o fines de semana también por la noche. Los horarios les parecen adecuados. Pagan de \$101.00 a \$200.00 y les parece aceptable.

» **Danza o Baile**

Dos de cada diez encuestadas que conocen la CCQC. Consideran que practicar Danza o Baile es ejercitante. Aprendieron en una Institución Cultural, considerada por ellas como de buena calidad. Asisten dos a tres veces por semana. Consideran que dicha frecuencia es insuficiente. Las clases son de lunes a viernes por la noche, horario calificado por las encuestadas como adecuado. El costo de las clases es de \$20.00 a \$100.00, para ellas es aceptable.

» **Taller**

No hay consumo.

» **Opinión sobre la CCQC y sus actividades.**

- Dos de cada diez encuestadas que conocen la CCQC opinan que asistir a ella es una Forma de Convivir.

- Cuatros de cada tres encuestadas que conocen la CCQC consideran que asistir a ella es una Opción de Entretenimiento.

Sobre su ubicación piensan que es complicada. Califican sus actividades como interesantes. Dos de cada tres encuestadas que conocen han practicado alguna actividad en la CCQC; la cual califican como novedosa.

De la actividad cultural que realiza la CCQC piensan que:

- Es de Buena Calidad dos de cada tres encuestadas

- Es de Mala Calidad dos de cada tres encuestadas.

⊙ Estrato 6 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 2

• **Características Generales.**

Total de encuestados: 24

Total de encuestados que conocen la CCQC: cuatro de cada diez.

El 52% son mujeres y el 48% son hombres. Edad: de 18 a 60 años de edad. Están dedicadas al hogar o tienen empleo, son empresarios, profesionistas o estudiantes. Son casados y solteros: padre, madre e hijos de familia Su nivel escolar es de primaria, secundaria, bachillerato o licenciatura. Tienen casa propia y pasean en el D.F.

• **Consumos culturales.**

» **Exposiciones**

Nueve de cada diez encuestados que conocen la CCQC.

La última vez que asistieron fue hace tres meses; consideran la frecuencia de presentación de Exposiciones de la institución a la que asisten como aceptable. Prefieren los museos, a los cuales califican de buena calidad. Los temas de las Exposiciones que visitan son de arqueología así como de ciencia y tecnología, los cuales son interesantes para ellos. Asisten los fines de semana por la mañana; los Horarios de los Museos son adecuados para los encuestados y asisten a Exposiciones gratuitas.

» **Teatro**

Cuatro de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

Asistieron por última vez hace un año. La frecuencia de las obras de Teatro presentadas en los teatros que asisten es suficiente para ellos. Prefieren el Teatro clásico u obras musicales: las consideran interesantes. Asisten a Teatros comerciales, a los que califican de buena calidad. Comúnmente asisten el sábado o domingo a la segunda función; los horarios les parecen adecuados. El costo de las obras a las que asisten es de \$101.00 a \$200.00 y les parece aceptable.

» **Lectura de libros**

Nueve de cada diez encuestados que conocen la CCQC.

Los libros que prefieren leer son los de Historia. Les parecen interesantes. Adquieren sus libros por medio de compra. Pagan \$101.00 ó más, lo que les parece aceptable.

» **Cine**

Nueve de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

Fueron por última vez hace un mes. Prefieren las películas de acción y les parecen interesantes. Los tipos de cine a los que acuden son comerciales y los califican como de buena ca-

lidad. Asisten el sábado o domingo por la tarde. Los horarios de las funciones les parecen adecuados. Pagan de \$20.00 a \$50.00 por función y les parece aceptable el costo.

» **Conciertos**

Seis de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

La última vez que asistieron fue hace un mes. Consideran la frecuencia de presentación de conciertos del lugar al que asisten como Suficiente. Prefieren los conciertos de Rock considerado por ellos como de buena calidad. Asisten a auditorios. Opinan que son de buena calidad. Asisten de lunes a viernes por la noche o los fines de semana por la tarde. Los horarios les parecen adecuados y son Conciertos gratuitos.

» **Danza o Baile**

No hay consumo.

» **Taller**

No hay consumo.

» **Opinión sobre la CCQC y sus actividades**

Cuatro de cada diez encuestadas que conocen la CCQC.

Opinan que asistir a ella es una forma de adquirir cultura. Sobre su ubicación piensan que es accesible. Califican sus actividades como interesantes. Dos de cada once encuestados que la conocen han practicado alguna actividad en ella a la que califican como interesante. Y ellos califican la actividad cultural que realiza la CCQC como de regular calidad.

4.7.2 Estratos con menor y nulo conocimiento de la CCQC

⊗ **Estrato 2 / Daniel Garza**

Total de encuestados: 17

» **Exposiciones**

Diez de cada diez encuestados opina que visitar Exposiciones:

Es una forma de Adquirir Cultura.

Su edad es de 18 a 35 años y de 48 a 60 años de edad; son mujeres. Su nivel escolar es secundaria, carrera técnica, bachillerato y/o licenciatura.

▶ **Teatro**

Seis de cada diez encuestados opina que asistir al Teatro:

Es una Opción de Entretenimiento.

Las características de estos encuestados son: Tienen de 24 a 29 años y de 48 a 60 años de edad; son hombres. Su nivel escolar es de secundaria y carrera Técnica.

▶ **Libros**

Siete de cada diez encuestados opina que leer Libros:

Es una Forma de Adquirir cultura.

Estos encuestados tienen de 18 a 60 años de edad; son mujeres. Estudiaron la secundaria, el bachillerato, alguna licenciatura o carrera técnica.

▶ **Cine**

Diez de cada diez encuestados opina que asistir al Cine:

Es una Opción de Entretenimiento.

Son mujeres de 18 a 53 años de edad. Estudiaron secundaria, bachillerato, carrera técnica y/o licenciatura.

▶ **Conciertos**

NO HAY CONSUMO.

▶ **Danza o Baile**

NO HAY CONSUMO.

▶ **Taller**

NO HAY CONSUMO.

⊙ **Estrato 3 / Molino del Rey**

Total de encuestados: 6

▶ **Exposiciones**

En este caso:

Cinco de cada diez encuestados opina que visitar Exposiciones:

Es una Fuente de Información.

Las características de estos encuestados son: tienen de 30 a 35 años de edad; son hombres casados; nivel escolar: secundaria.

Cinco de cada diez encuestados opina que visitar Exposiciones:

Es una Opción de Entretenimiento.

Tienen de 24 a 29 años de edad; son hombres. Su nivel escolar es bachillerato.

▶ **Teatro**

NO HAY CONSUMO.

▶ **Libros**

En este caso:

Cinco de cada diez encuestados opina que leer libros:

Es una Fuente de Información.

Los encuestados que opinan estos son:

- 2.5 de de cada diez encuestados, son hombres. Edad entre 24 y 35 años, con nivel escolar de bachillerato.

- 2.5 de de cada diez encuestados son mujeres, las cuales tienen de 24 a 35 años de edad; Su nivel escolar es primaria.

Y los otros cinco de cada diez encuestados opina que leer libros:

Es una forma de Adquirir Cultura.

Son hombres con nivel escolar de secundaria o bachillerato.

▶ **Cine**

Diez de cada diez encuestados opina que asistir al Cine:

Es una Opción de Entretenimiento.

Son hombres de de 18 a 35 años de edad. Tienen empleo. Estudiaron secundaria o bachillerato.

▶ **Conciertos**

Tres de cada diez encuestados opina que asistir a Conciertos:

Es una Forma de Convivir.

Hombres de 30 a 35 años. Con nivel escolar de secundaria.

▶ **Danza o Baile**

NO HAY CONSUMO.

▶ **Taller**

NO HAY CONSUMO.

⊙ Estrato 5 / San Miguel Chapultepec sección 1

Total de encuestados: 24

▶ **Exposiciones**

Seis de cada diez encuestados opina que visitar Exposiciones:

Es una Forma de Adquirir Cultura.

Las características de estos encuestados son: tienen de 18 a 35 años de edad; son mujeres. Su nivel escolar es bachillerato y licenciatura.

▶ **Teatro**

Siete de cada diez encuestados opina que asistir al Teatro:

Es una Opción de Entretenimiento.

Tienen de 18 a 29 años y de 42 a 53 años de edad.

▶ **Libros**

Seis de cada diez encuestados opina que leer Libros:

Es una Fuente de Información.

Estos encuestados tienen de 18 a 23 años, de 30 a 53 años de edad. Nivel escolar: primaria, bachillerato y licenciatura.

▶ **Cine**

Diez de cada diez encuestados opina que asistir al Cine:

Es una Opción de Entretenimiento.

Son hombres de 18 a 53 años de edad. Nivel escolar: secundaria, bachillerato o licenciatura.

▶ **Conciertos**

Siete de cada diez encuestados opina que asistir a Conciertos :

Es una Opción de Entretenimiento

Son mujeres; su edad varía de los 18 a 35 años y de los 48 a los 53 años. Nivel escolar: secundaria, carrera comercial o licenciatura.

▶ **Danza o Baile**

NO HAY CONSUMO.

▶ **Taller**

NO HAY CONSUMO.

Conclusiones

CONCLUSIONES

Del trabajo que se desarrolló durante los cuatro capítulos que componen la presente investigación se desprenden las conclusiones Teóricas, Metodológicas, Técnicas y Temáticas, que a continuación se presentan.

► CONCLUSIONES TEÓRICAS

Se retomaron conceptos concretos de cada una de las teorías que se destacaron en el capítulo 1, de tal manera que:

1. - La Teoría General de Sistemas, de Manuel Martín Serrano, es uno de los principales soportes teóricos de esta investigación de Opinión Pública, porque proporciona elementos metodológicos para el análisis del objeto de estudio.

Ofrece un método de análisis para abordar el estudio de los Sistemas, entendiendo a éste como aquello que existe y tiene una entidad real; está compuesto por más de un elemento; cuyos componentes deben estar organizados.

La Opinión Pública es un sistema ya que presenta organización, distinción y relación en sus componentes. Forma parte del Sistema Comunicativo, dado que tiene como instrumento a la expresión para llevar a cabo el consenso y disenso de los asuntos de interés público.

Por lo tanto, los estudios de OP se pueden realizar desde la perspectiva de la Comunicación. Lo cual quedó comprobado en el desarrollo de esta investigación.

2. - Otra de la teorías abordadas fue la Teoría de la Mediación Social (TMS) - también de Manuel Martín Serrano -. La relación que presentan con el tema de esta investigación es proporcionar apoyo metodológico: un modelo para comprender la transformación e influencia histórica de la Opinión Pública.

► CONCLUSIONES METODOLÓGICAS

En la metodología que se siguió para la elaboración del Cuestionario se retomaron las teorías arriba mencionadas.

La metodología que sirvió para la elaboración del Cuestionario fue la de la Tabla de Especificaciones (TE), la cual permitió operacionalizar los conceptos, que se manejaron jerárquicamente en el Marco Teórico.

En ella se contemplaron los Conceptos de Conocimiento, Opinión y Datos sociodemográficos:

- **Conocimiento** de los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre sus Consumos Culturales. Ubicado en: Mundo subjetivo / Interioridad / Mundo de los estados mentales.

- **Conocimiento** de los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre la CCQC y las actividades que se imparten en la misma. Ubicado en: Mundo subjetivo / Interioridad / Mundo de los estados mentales.

- **Opinión** de los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre sus Consumos Culturales. Ubicado en: / Mundo objetivo / Exterioridad / Mundo de los contenidos objetivos de pensamiento.

- **Opinión** de los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC sobre la CCQC y las actividades que se imparten en la misma. Ubicado en: / Mundo objetivo / Exterioridad / Mundo de los contenidos objetivos de pensamiento.

- **Datos Sociodemográficos** de los habitantes de 18 a 60 años de las seis colonias aledañas a la CCQC. Ubicado en: Mundo social / Exterioridad / Mundo de los objetos físicos.

A partir de los Conceptos se desarrollaron Categorías, Indicadores e Índices y/o Reactivos, que definieron el contenido de las preguntas del cuestionario de la encuesta aplicada, lo cual dio como resultado el Cuestionario Final.

Todo ello permitió:

- 1.- La obtención de un Cuestionario con soporte teórico (Capítulo 1)
- 2.- La obtención de un Cuestionario con soporte metodológico.
- 3.- Lograr un Cuestionario basado en la Hipótesis de esta investigación.

» CONCLUSIONES TÉCNICAS

Las Conclusiones Técnicas se refieren al procedimiento que se siguió para la conformación de la Muestra y el Procesamiento de Datos.

La Muestra obtenida para este estudio es una Muestra Probabilística Estratificada por Racimos (ver Convalidación de la Muestra, Capítulo 4, pág. 212).

Para la obtención de la misma se realizó lo siguiente:

- Se contó con un Marco Área de las manzanas por colonia al cual se aplicó el método de Tómbola para asegurarse de proporcionar a cada manzana la oportunidad de ser seleccionada.
- Aplicación de la fórmula, especificada en el Capítulo 4, para la obtención de la Muestra Probabilística Simple, como primer paso. En segundo término, el procedimiento se efectuó por Estratos (colonias), para garantizar la presencia en la Muestra de los subgrupos de la Población (colonias).

Los Estratos obtenidos son seis. Los Racimos fueron seleccionados bajo los criterios de Tamaño de la Población, Tiempo, Costo, Especificidad y Actualidad.

La aplicación de la técnica anterior permitió:

- 1.- La obtención de una Muestra basada en una técnica.
- 2.- La obtención de una Muestra representativa de la Población.

Para el procesamiento de Datos se utilizó el método cuantitativo.

Para la presentación de los resultados en gráficas se realizó la captura por computadora de los resultados (en el programa Excel). Con dicha base de datos se generó las gráficas y el cruce de resultados.

► CONCLUSIONES TEMÁTICAS

Las conclusiones Temáticas se presentan de dos maneras:

- ✓ Por estratos, de acuerdo a la estructura de la presente investigación, siguiendo el orden con el que se realizó el cruce de datos, es decir, por grado de conocimiento de la CCQC.
- ✓ Conclusiones temáticas generales, que se desprenden de las primeras.

► Conclusiones temáticas por estratos

□ Estrato 1 / Colonia Ampliación Daniel Garza

El total de personas encuestadas: 28.

- 1.- El consumo cultural es alto, ya que de siete Consumos Culturales (CC) investigados, sólo Taller artístico cultural no es consumido.
- 2.- Los CC preferidos son: Cine (64%) y Lectura de libros (63%).
- 3.- El conocimiento de la CCQC es bajo: dos de cada diez encuestados la conocen.
- 4.- Es el estrato que ocupa el tercer lugar en conocimiento de la CCQC (21%).
(Su nivel escolar es bachillerato)

□ Estrato 4 / Colonia Observatorio

El total de personas encuestadas: 16.

- 1.- Su consumo cultural es alto. De siete CC investigados, los seis son consumidos.
- 2.- Los CC preferidos son: Lectura de libros (69%) y Exposiciones (62%).
- 3.- El conocimiento de la CCQC es bajo: dos de cada diez encuestados la conocen.
- 4.- Es el estrato que ocupa el segundo lugar en conocimiento de la CCQC (19%).
(Su nivel escolar es bachillerato)

□ Estrato 6 / Colonia San Miguel Chapultepec sección 2

El total de personas encuestadas: 24.

1. - El consumo cultural es alto, ya que de siete Consumos Culturales (CC) investigados, sólo Danza o Baile no es consumido.
2. - Los CC preferidos son: Lectura de libros (78%) y Cine (52%).
3. - El conocimiento de la CCQC es medio: cuatro de cada diez encuestados la conocen.
4. - Es el estrato que ocupa el primer lugar en conocimiento de la CCQC (41%).
(Su nivel escolar es licenciatura)

□ Estrato 2 / Daniel Garza

Total de encuestados: 17

1. - Su consumo cultural es medio. De siete CC investigados, sólo tres son consumidos.
2. - Los CC preferidos son: Lectura de libros (65%) y Exposiciones (35%).
3. - El conocimiento de la CCQC es bajo: dos de cada diez encuestados la conocen.
4. - Es el estrato que ocupa el cuarto lugar en conocimiento de la CCQC (18%).
(Su nivel escolar es secundaria)

□ Estrato 3 / Molino del Rey

Total de encuestados: 6

1. - Su consumo cultural es medio. De siete CC investigados, sólo tres son consumidos.
2. - Los CC preferidos son: Cine (71%) y Exposiciones (29%).
3. - El conocimiento de la CCQC es bajo: dos de cada diez encuestados la conocen.
4. - No hay conocimiento de la CCQC (0%).
(Su nivel escolar es bachillerato y primaria)

□ Estrato 5 / San Miguel Chapultepec sección 1

Total de encuestados: 24

1. - Su consumo cultural es medio. De siete CC investigados, sólo cuatro son consumidos.
2. - Los CC preferidos son: Lectura de libros (67%) y Cine (67%).
3. - El conocimiento de la CCQC es bajo: dos de cada diez encuestados la conocen.

4.- No hay conocimiento de la CCQC (0%).
(Su nivel escolar es licenciatura)

► **Conclusiones temáticas generales**

1.- En los seis Estratos encuestados hay bajo consumo cultural.

2.- El CC de mayor demanda en las colonias encuestadas son:

1o. Lectura de libros, 2o. Exposiciones, 3o. Cine.

3.- Los Consumos Culturales de menor consumo son:

1o. Conciertos, 2o. Danza o Baile y 3o. Talleres artísticos culturales.

4.- Los estratos de mayor a menor consumo cultural son: 1, 4, 6, 2, 3 y 5.

5.- Los estratos 1, 4 y 6 con mayor conocimiento de la CCQC son también los que tienen mayor consumo cultural.

6.- Los estratos 1, 4 y 6 con mayor conocimiento de la CCQC tienen nivel escolar alto: bachillerato y licenciatura. A mayor nivel escolar, mayor consumo cultural.

7.- Los encuestados con mayor conocimiento de la CCQC son mujeres.

8.- En el Estrato 2 el conocimiento de la CCQC es de 18%, su consumo cultural es medio y el nivel escolar es secundaria. Es decir, a menor nivel escolar menor consumo cultural.

9.- El nivel de conocimiento sobre la Casa de Cultura es bajo:

• La conocen en cuatro colonias, pero en bajo porcentaje: Estrato 1 (21%), Estrato 4 (19%), Estrato 6 (41%) y Estrato 2 (18%).

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- ANDER-Egg**, ezequiel. Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires. Humanitas. 1982, 500 pp.
- BENEYTO**, Juan. La Opinión Pública. Teoría y Técnica. Madrid. Tecnoc, 1969.
- CASASOLA**, Gustavo. Colección: Seis siglos de Historia Gráfica de México 1325-1976 5a. edición, México, 1976.
- CEA D'Àncona**, Ma. Angeles. Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. España: Síntesis, 1998.
- CHAZEL**, Francois y Paul Lazarsfeld. Metodología de las Ciencias Sociales III. Análisis de los Procesos Sociales. Vol. III. España. Laia. 1970.
- DE la Cueva**, Hermilio. Chapultepec: Biografía de un Bosque. Ed. Libro Mexico Editores, S. de R. L., México, 1957.
- EARL**, Babbie. Métodos de Investigación por Encuesta. México. FCE. 1982.
- ENGEL**, Federico. El Papel del Trabajo en la Transformación del Mono en Hombre. México. Quinto Sol. 1988.
- ENCICLOPEDIA MICROSOFT (R)**, Encarta (R) 1998, Microsoft Corporation.
- ENCICLOPEDIA MULTIMEDIA**, Salvat. 1997.
- FERNÁNDEZ** del Castillo, Antonio. Los mártires de Tacubaya y otros temas. Colección Popular Ciudad de México, Secretaría de Obras y Servicios, 1974.
- FESTINGER**, León y David Katz. Los Métodos en las Ciencias Sociales. México. Paidós. 1989. 590 pp.
- GARCÍA** Canclini, coord. El Consumo Cultural en México, México. C.N.C.A. 1995, 110 pp.

-
- GARCÍA**, Dora. El trabajo de la investigación. Guía Práctica. Ed. Trillas, México, 1998
- TECLA**, Alfredo. Metodología de las Ciencias Sociales. Ediciones Taller Abierto, México, 1998.
- GARCÍA Ferrando**, Manuel. Introducción a la estadística en sociología. España: Alianza Universidad Textos, 1989
- GLAUSS** Gene V, y Stanley, Julian C. Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. México: Prentice Hall Hispanoamérica, 1994
- GRAWITZ**, Madeleine. Métodos y Técnicas de las Ciencias Sociales. Tomo I. Barcelona. Hispanoerupea. 1975. 491 pp.
- HABERMAS**, Jünger. Historia y Crítica de la Opinión Pública. Barcelona. Gustavo Gilli. 2a. edición. 1981. 351 pp.
Teoría de la Acción Comunicativa. Racionalidad de la Acción y Racionalización Social. Buenos Aires, Argentina. Alfaguara. 1989. 280 pp.
- HAEFS, GISBERT**. Alejandro el unificador de Grecia. La Hélade. México. Hermes. 1996. 465 pp.
- KIMBALL**, Young, et. al. La Opinión Pública y la Propaganda. México. Paidós. 1993. 263 pp.
- LASSWELL**, Harold, Communication and Public Opinion. Princeton University Press (New Jersey). 1946.
- LÓPEZ** Ocampo, Patricia. La opinión pública: un enfoque mediacional. México: UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Tesis de licenciatura, 1996.
- LÓPEZ** Romo, Heriberto Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación México: CONACULTA - Addison Wesley Longman, 1998.
- MARTIN** Serrano, Manuel. La Mediación Social. Madrid. Akal Editor. 1976. 217 pp.
Teoría de la Comunicación I. Epistemología y Análisis de la Referencia. México. UNAM, ENEP - Acatlán. 1991. 227 pp.
La Producción Social de la Comunicación. Alhambra, Madrid, 1992

MIRANDA Díaz, José. Diseño de Estructuras Administrativas. Edit. Instituto Mexicano de administración bancaria, México, D.F. 1985.

PARDINAS, Felipe. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. México. Siglo XXI. 1969. 211 pp.

PLATON. La República. México. Editores Mexicano Unidos. 1992. pp. 5-7.

PIAGET, Jean. Qué es el estructuralismo. Paidós, Buenos Aires, 1987.

ROJAS Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México: Plaza y Valdés, 1992

ROSSEAU, Jean Jacquez. El Contrato Social. México. Espasa Calpe. 1992. 163-178 pp.

SPEI, Hans. El Desarrollo Histórico de la Opinión Pública. Los Medios de Comunicación Social. México. Taller Abierto. 1993.

TEJADA Zabre, Alfonso. Chapultepec. Publicaciones de la Sría. de Hacienda y Crédito Público, México, 1938

VARIOS. Antología de Estructuralismo. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1990.

VARIOS. Chapultepec: Historia y presencia. Edición privada de Smorfit Cartón y Papel de México, S.A. de C.V., 1988.

WALTARI, Mika. Sinuhé, el egipcio. México. Zarco. 522 pp.1993.

Informe de labores 1984-85
del delegado Manuel Díaz Infante

Proyecto del Bosque de Chapultepec.
Documento oficial de la delegación Miguel Hidalgo
1985.

Periódico El Universal, noviembre de 1991.

Periódico Excelsior, septiembre de 1990.

Periódico Uno más uno, septiembre, 1985

Revista México desconocido, 1988

Archivos del Departamento de Difusión de la Casa de Cultura Quinta Colorada

Fuentes orales:

Señor Pedro Grimaldo. Entrevista. 18 de enero de 2001.

Señor Enrique Osorio. Entrevista. 18 de enero de 2001.

Anexo

ANEXO

En el Anexo de la presente investigación podrá encontrar reunidos los resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

El contenido del Anexo es el siguiente:

- **Conocimiento de la CCQC**

Se presentan los porcentajes de conocimiento de la CCQC de cada una de los estratos / colonias.

- **Colonias con mayor conocimiento de la CCQC.**

Se presentan los tres estratos con mayor conocimiento de la CCQC: porcentajes de conocimiento de la CCQC y de cada uno de sus Consumos Culturales.

- **Consumos Culturales de cada estrato.**

Se presenta cada estrato con sus Consumos Culturales, incluido el conocimiento de la CCQC.

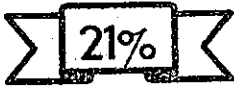
- **Consumos culturales.**

Se presenta por separado cada uno de los Consumos Culturales y el porcentaje en que son consumidos en cada uno de los estratos.

CONOCIMIENTO DE:

CASA DE CULTURA QUINTA COLUMBANA

**Ampliación
Daniel Garza**



**Daniel
Garza**



**Molino del
Rey**



Observatorio



**San Miguel
Ch. 1**



**San Miguel
Ch. 2**



COLONIAS CON MAYOR CONOCIMIENTO DE LA CCQC

AMPLIACION
DANIEL GARZA



OBSERVATORIO



San Miguel
Ch. 2



CONSUMOS CULTURALES

41%	EXPOSICIONES	62%	EXPOSICIONES	48%
39%	TEATRO	23%	TEATRO	33%
63%	LECTURA	69%	LECTURA	78%
64%	CINE	50%	CINE	52%
38%	CONCIERTOS	56%	CONCIERTOS	30%
14%	DANZA	23%	DANZA	0%
0%	TALLERES	6%	TALLERES	7%

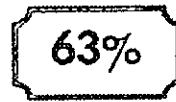
CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

AMPLIACIÓN DANIEL GARZA

EXPOSICIONES



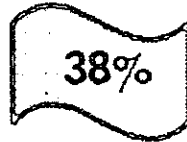
LECTURA



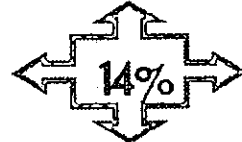
CINE



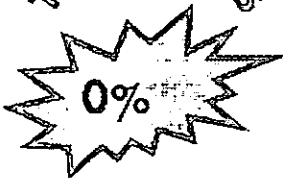
CONCIERTOS



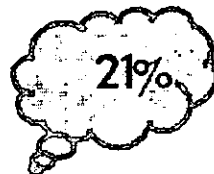
DANZA



TALLERES



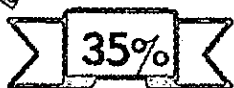
CONOCIMIENTO
DE LA CCQC



CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

DANIEL GARZA

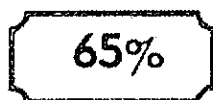
EXPOSICIONES



TEATRO



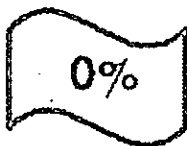
LECTURA



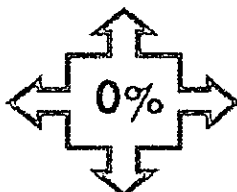
CINE



CONCIERTOS



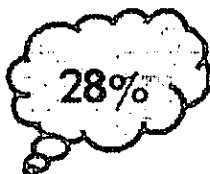
DANZA



TALLER



CONOCIMIENTO
DE LA CCQC

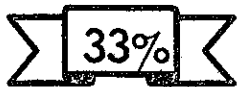


CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

MOLINO del REY

TEATRO LECTURA

EXPOSICIONES



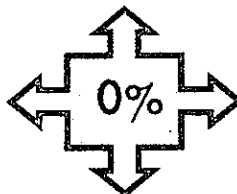
GINN



CONCIERTOS



DANZA



TALLER



CONOCIMIENTO DE LA CCQC



CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

OBSERVATORIO

EXPOSICIONES



TEATRO



LECTURA



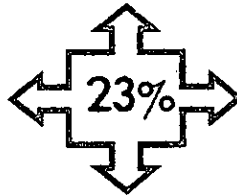
CINE



CONCIERTOS



DANZA



TALLER



CONOCIMIENTO
DE LA CCQC



CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

San Miguel Chapultepec
de Miguel Chapultepec

1

EXPOSICIONES



TEATRO



LECTURA



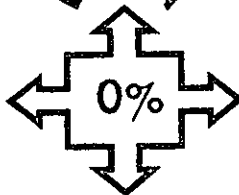
CINE



CONCIERTOS



DANZA



TALLER



CONOCIMIENTO
DE LA CCQC



CONSUMOS CULTURALES DE LA COLONIA

en Miguel Chapultepec

de Miguel Chapultepec
2

EXPOSICIONES



TEATRO



LECTURA



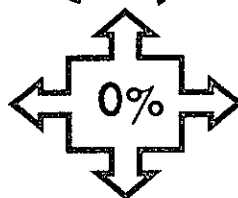
CINEMA



CONCIERTOS



DANZA



TALLER



CONOCIMIENTO
DE LA CCQC



CONSUMO DE: EXPOSICIONES

Ampliación
Daniel Garza



Forma de
adquirir cultura

Daniel
Garza

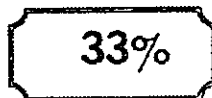


No asisten



Forma de
adquirir cultura

Molino del
Rey



Fuente
de

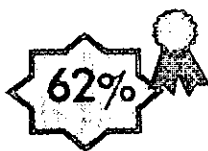
Opción
de



Información

Entretenimiento

Observatorio



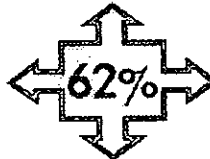
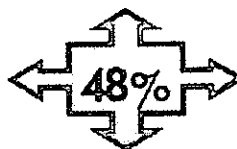
Fuente de
Información

San Miguel
Ch. 1



Forma de
Adquirir Cultura

San Miguel
Ch. 2

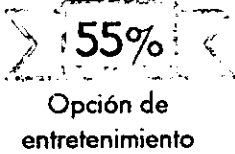
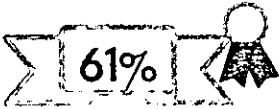


Forma de
Adquirir Cultura

CONSUMO DE:

TEATRO

Ampliación
Daniel Garza



Opción de
entretenimiento

Ampliación
Daniel Garza



Fuente de



Información

Opción de



Entretenimiento

Daniel
Garza



Opción de
entretenimiento

San Miguel
Chapultepec 2

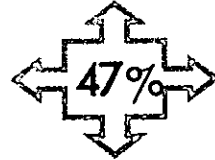
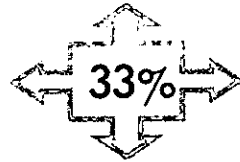


Opción de
Entretenimiento

Molino del
Rey



San Miguel
Chapultepec 2



Opción de
Entretenimiento

CONSUMO DE:

63%

Forma de
adquirir cultura

65%

Forma de
adquirir cultura

67%

Forma de
Adquirir cultura

Fuente de
Información

69%

Fuente de
Información

83%

Fuente de
información

78%

Forma de
adquirir cultura

CONSUMO DE:



**Ampliación
Daniel Garza**



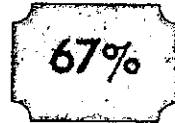
Opción de
entretenimiento

**daniel
Garza**



Opción de
entretenimiento

**Molino del
Rey**



Opción de
entretenimiento

Observatorio



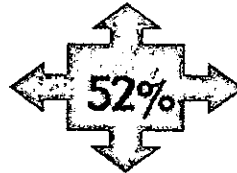
Opción de
entretenimiento

**San Miguel
Chapultepec 1**

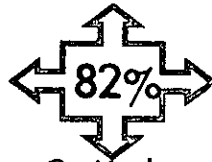


Opción de
entretenimiento

**San Miguel
Chapultepec 2**

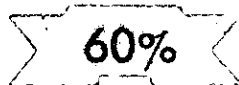


Opción de
entretenimiento



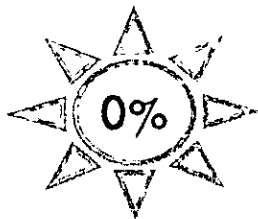
CONSUMO DE CONCIERTOS

Ampliación
Daniel Garza

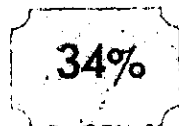
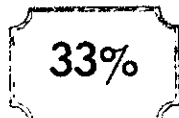


Opción de
entretenimiento

Daniel
Garza

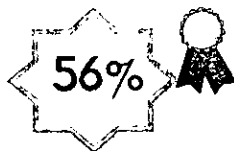


Molino del
Rey



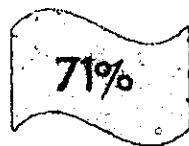
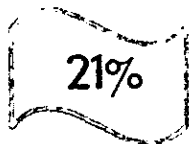
Manera de convivir

Observatorio



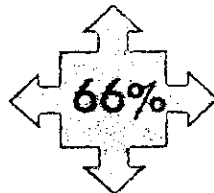
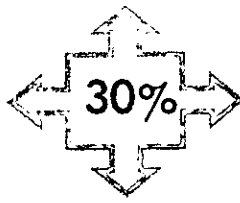
Opción de
entretenimiento

San Miguel
Chapultepec I



Opción de
entretenimiento

San Miguel
Chapultepec II



Opción de
entretenimiento

CONSUMO DE:

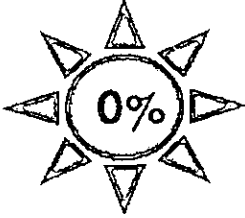
Danza o baile

Ampliación
Daniel Garza



Manera de convivir

Daniel
Garza



Molino del
Roy



Observatorio

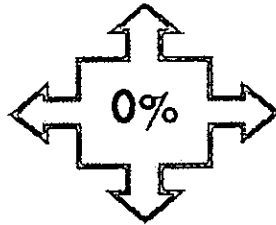


No practica

San Miguel
Chapultepec 2



San Miguel
Chapultepec 2



Opción de



Forma de



Entretenimiento

Adquirir cultura

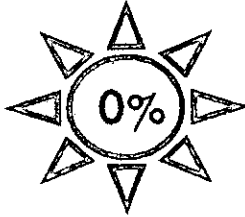
CONSUMO DE:

Taller artístico-cultural

Ampliación
Daniel Garza



Daniel
Garza



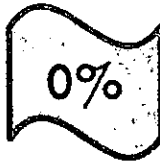
Molino del
Rey



Observatorio



San Miguel/
Chapultepec 1



San Miguel/
Chapultepec 2

