



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLÁN

PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD: LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO CONSULTIVO CIUDADANO, PERTENECIENTES A ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES DE LA DELEGACION XOCHIMILCO

SEMINARIO DE TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN "LA OPINIÓN PÚBLICA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN PRESENTA FRANCISCO REYES ALTAMIRANO

ASESORA: LIC. LAURA GONZÁLEZ MORALES

MAYO 2004





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.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Francisco Rojas
A Hamirano

FECHA: 19-Mayo-2004

FIRMA: [Firma]

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos mis amigos y familiares que sin ningún interés me brindaron su ayuda durante todo este proceso de trabajo.

A mi esposa Jazmín y a mi hijo Diego Gamaliel que sin duda alguna son la inspiración para seguir adelante, en este que será mi punto de partida.

A mis padres y hermanos por creer en mí, por su apoyo moral y por su grandeza humana, por ser el pilar más importante en mi desarrollo social.

A todos los profesores del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, y en especial a mi asesora Licenciada Laura Gonzáles Morales por su comprensión, asesoría y paciencia.

Al hermano que sin esperar se ha ido, a quien supo transmitirme los grandes valores para salir adelante en las adversidades, a quien vio como forma de superación el trabajo, la perseverancia, el amor, la fe, el respeto y la esperanza, al hermano que siempre estará presente aquí y por que sé que su esencia jamás me abandonará.

A Dios y a la vida por permitirme ser un actor en este mundo y por darme la oportunidad de tomar papel y lápiz para expresar a través de este instrumento mi sentir con una humilde palabra que deseo llegue a ustedes y pueda representar lo que me he propuesto, gracias.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1 Marco Teórico	5
1.1. Teoría General de Sistemas	7
1.1.1. Componentes del Sistema	9
1.1.1.1. Selección de los componentes de un sistema	9
1.1.1.2. Distinción de los componentes de un sistema	10
1.1.1.3. Relación entre los componentes de un sistema	11
1.1.2. Análisis sistémicos	12
1.1.2.1. Sistemas finalizados	13
2.2.2.2. Modelo General de los Sistemas	14
1.2. Teoría de la Mediación Social	15
1.2.1. Planos de la Mediación	19
1.2.2. Modelos Culturales y Sociales de Mediación	21
1.3. Sistema de la Comunicación	25
1.3.1. Modelo Dialéctico de la Comunicación	25
1.3.1.1. Actores	26
1.3.1.2. Instrumentos	26
1.3.1.3. Expresiones	27
1.3.1.4. Representaciones	28
1.3.2. Relación del Sistema Comunicativo con otros Sistemas	29
1.4. Subsistema de la Opinión Pública	30
1.4.1. Componentes del Subsistema de Opinión Pública	31
1.4.2. Definición de Opinión Pública	31
1.4.3. Identificación de los Elementos de Opinión Pública en el Referente por Estudiar	32
1.5. Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública	34
1.6. Historia de la Opinión Pública	35
1.6.1. La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva	35
1.6.2. La Opinión Pública en la Comunidad Mesopotámica	38

1.6.3. La Opinión Pública en la Comunidad Egipcia	42
1.6.4. La Opinión Pública en el Periodo de Grecia y Roma	44
1.6.5. La Opinión Pública en la Edad Media	46
1.6.6. La Opinión Pública en el Renacimiento	47
1.6.6.1. La Doctrina Liberal.....	50
1.6.6.2. La Opinión Pública en la Época Liberal	56
1.6.7. Perspectivas Actuales de la Opinión Pública	57
1.6.8. Vertientes actuales de la Opinión Pública	60
1.6.9. Aportes de la Investigación Norteamericana a los Estudios de Opinión Pública	63
1.7. La ética en los estudios de Opinión Pública	67
1.7.1. Código de ética de la Asociación Mexicana de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)	68
Capítulo 2. Marco Contextual	76
2.1. Ubicación Histórica de la Delegación Xochimilco	77
2.1.1. Origen	78
2.1.2. Desarrollo	81
2.1.3. Situación actual	82
2.2. Organización de la Delegación Xochimilco	84
2.3. Funciones de la Delegación Xochimilco	86
2.3.1. Misión	87
2.3.2. Objetivo, misión e ideario del primer gobierno electo	88
2.4. Características Demográficas del Universo a Estudiar	88
2.5. Problemática del Universo a Estudiar	90
2.6. Descripción de la temática a tratar	91
Capítulo 3. Metodología para la elaboración del cuestionario	109
3.1. Relación de la Tabla de Especificaciones con el Marco Teórico	110
3.2. El Sistema Hipotético	113
3.3. Variables	117
3.4. Tabla de Especificaciones	120
3.5. Arboreación	132
3.5.1. Criterios de arboreación	132
3.5.2. Tabla de equivalencias	133
3.5.3. Diagrama de flujo de la arboreación	134
3.6. Cuestionario Piloto	136
3.6.1. Procedimiento de aplicación	141
3.6.2. Tablas de Resultados de Piloteo, anexo CD ROM	142

3.6.3. Corrección al cuestionario piloto	142
3.7. Cuestionario final	142
Capítulo 4. Levantamiento de datos	148
4.1. Población	149
4.2. Tipo de levantamiento de datos	151
4.3. Criterios para el levantamiento	152
4.4. Reporte del levantamiento	153
4.6. Reporte de gastos	154
4.7. Lectura de datos	155
4.7.1. Resultados generales por indicador	156
4.7.2. Resultados generales por categoría	159
4.7.3. Resultados específicos por indicador-variables sociodemográficas	159
4.7.4. Resultados específicos por categoría- variables sociodemográficas	208
Conclusiones	223
Fuentes de consulta	232
Anexo CD	

INTRODUCCIÓN

En 1987 la Delegación Xochimilco es declarada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Patrimonio Cultural de la Humanidad, nombramiento dado principalmente por su Centro Histórico y su zona chinampera. Al mismo tiempo, sus monumentos fueron reconocidos como valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, sin embargo, el paso del tiempo y el deterioro de la zona ha puesto en peligro dicho nombramiento.

Para conservar la declaratoria, la Delegación Xochimilco puso en marcha un Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral de su Centro Histórico, entre las principales acciones se encuentran: el reordenamiento del comercio en vía pública, el rescate del paisaje y el desarrollo económico.

Estas acciones no se limitan al interés de la institución gubernamental y a la del Coordinador del Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, sino que también son parte de la ciudadanía; es por eso que las autoridades delegacionales invitaron a los distintos grupos sociales para que se organizaran y guiaran las acciones de gobierno.

Un primer encuentro para llevar a cabo los trabajos, se dio en el primer Foro Seminario para el Rescate de Xochimilco en el que participó la misma Delegación, la UNESCO, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Xochimilco y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Entre los puntos resolutivos se acordó crear un Consejo Consultivo Ciudadano para el Rescate de Xochimilco, el cual tendría como objetivo, coordinar e incluir a toda la sociedad en las acciones de gobierno y principalmente en la cooperación para realizar programas dirigidos al rescate.

Este consejo asumió el compromiso de trabajar a favor de la sociedad, por lo que el proyecto impulsado por la delegación tuvo que ser evaluado y aprobado por ellos; la responsabilidad que adquirieron fue motivo para que el investigador y la administración delegacional se interesara en conocer la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco. Dicho estudio proporcionó datos importantes, los cuales pueden ser utilizados por la institución para cambiar, mejorar o permanecer con el mismo proyecto.

Además, con el presente estudio se busca contribuir en el área de Comunicación Social de la Delegación Xochimilco, ya que se abre la posibilidad de explorar los estudios de Opinión Pública encaminados para conocer la opinión de la sociedad.

Este trabajo se fundamenta con las teorías y criterios tomados en el Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública, desarrollado en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, anteriormente Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Acatlán, dentro de la licenciatura en Comunicación.

Como resultado de lo antes expuesto, surge el presente trabajo de investigación el cual se divide en cuatro capítulos:

En el capítulo 1, Marco Teórico, se aborda la Teoría General de Sistemas y la Teoría de la Mediación Social, dichas teorías son propuestas por Manuel Martín Serrano. En primer plano tenemos el desarrollo de la Teoría General de Sistemas, la cual permite encontrar la relación que existe entre la Comunicación y la Opinión Pública, al ubicar a esta última como un subsistema del sistema comunicativo con el que comparte sus elementos estructurales que son: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones.

De igual forma, se desarrolla la Teoría de la Mediación Social, la cual vislumbra un paradigma capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social, tal teoría permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han estado dando, de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales. Además, dicha teoría presenta los planos de la mediación que son: el de la situación, de los principios y de la mediación.

Dentro de este mismo apartado, se encuentra la perspectiva de la Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública, la cual define a la Opinión Pública como "el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público,

entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de "el público" que es el grupo social en si mismo"

También se presenta un resumen histórico del desarrollo de la Opinión Pública en sus distintas etapas, es decir, desde que se concibe como fenómeno en la Comunidad Primitiva hasta la actualidad en la que se ve como objeto de estudio.

En el capítulo 2, Marco Contextual, se ubica históricamente a la Delegación Xochimilco: su origen, desarrollo, situación actual, objetivos, misión, ideario y estructura organizativa, además se describe el referente por estudiar que es el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, y por último se dan las características demográficas y la problemática del público por investigar.

En el capítulo 3, Metodología para la elaboración del cuestionario, se construyó la tabla de especificaciones, el diagrama de arboreación y la tabla de equivalencia, pasos metodológicos que permitieron la elaboración del cuestionario piloto el cual se corrigió para obtener el cuestionario final, es decir, la encuesta que sirvió de herramienta en el estudio de opinión.

Ya en el capítulo 4, Levantamiento de datos, se da la definición del censo que es el tipo de levantamiento que se realizó, lo cual implicó conocer la opinión de todos los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, de igual forma se dan los criterios del levantamiento y se realizó el cruce de datos para obtener la opinión de acuerdo a las variables sociodemográficas que son: edad, sexo, posición familiar, lugar de residencia, lugar de nacimiento, tipo de organización, posición económica, política, escolar y ocupación.

Para lograr esta investigación se realizó un procedimiento metodológico. Desde la elección de la temática se especifica y se centra la investigación en un solo proyecto que es el Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, principalmente en las acciones de reordenamiento del comercio en vía pública, el rescate del paisaje y el desarrollo económico; de igual forma, se ubica a un público bien definido que son los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de esta demarcación.

La presente investigación se realizó con el fin de evaluar y mejorar los trabajos que efectúa la Delegación para el beneficio de la ciudadanía, por lo que el estudio ofrece

algunas recomendaciones en cuanto a la lectura de resultados; además dicha investigación puede incidir en el interés del titular de la dependencia para efectuar estudios de Opinión Pública en otros rubros o programas.

* Definición extraída del Taller Extracurricular "La Opinión Pública", UNAM, ENEP Acatlán 2003.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO



Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrollan las teorías que son utilizadas como base para realizar el estudio de Opinión Pública, que busca conocer la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

Entre las teorías que se desarrollan, se encuentra: la Teoría General de Sistemas y la Teoría de la Mediación Social que propone Manuel Martín Serrano.

La Teoría General de Sistemas, proporciona la definición de sistema, su organización y funcionamiento, que permite identificar al Sistema de la Comunicación con sus componentes estructurales que son: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones, los cuales están representados en el Modelo Dialéctico de la Comunicación de Manuel Martín Serrano.

En la Teoría de la Mediación Social, se desarrollan los Modelos Mediacionales (nombrados así por Manuel Martín Serrano) que son comparables a un código y dentro de este se explica su estructura y coerción. Como la Mediación proporciona un orden entre los mundos disociados, es preciso conocer las características de los lenguajes a través de los usos de la comunicación.

Además, se presentan los Planos de la Mediación, que son: Los de la Situación, de los "Principia" y los de la Mediación. Asimismo, se explican los distintos modelos culturales y sociales.

Una vez desarrollada la Teoría de Sistemas en la que se ubica al Sistema de la Comunicación, se presenta a la Opinión Pública como un subsistema del sistema comunicativo, ya que comparte con él sus componentes estructurales.

Es preciso aclarar que este estudio de Opinión Pública se hace con un enfoque comunicativo y a partir de esta perspectiva, se justifica su existencia como fenómeno desde la Comunidad Primitiva. En el apartado Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública, se desarrolla la existencia de la Opinión Pública desde que el hombre ha vivido en sociedad, su explicación se desarrolla a partir de la historia de la Opinión Pública en los distintos periodos : Comunidad Primitiva, Comunidad Mesopotámica, Comunidad Egipcia, Periodo de Grecia y Roma, Edad Media, Renacimiento, la Opinión Pública en la Época Liberal, las Perspectivas Actuales de la Opinión Publica y la Investigación Norteamericana.

Por último, se transcribe el código de ética de la Asociación Mexicana de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), en el cual se agrega un esquema que sintetiza su contenido.

1.1 Teoría General de Sistemas

A partir de la Teoría General de Sistemas, Manuel Martín Serrano, define al Sistema como Entidad Real y al Sistema como Método de Análisis, es por eso que este apartado da el concepto de Sistema.

Para abordar el concepto de sistema es necesario definirlo desde dos aspectos fundamentales: el sistema como entidad real y el sistema como método de análisis.

“El término sistema cuando se utiliza para designar entidades reales, se opone al término “agregado”. Un sistema y un agregado son igualmente conjuntos, es decir, entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento; la diferencia entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra una organización de la que carecen los elementos del agregado”.¹

El autor denomina a los elementos que se organizan en un sistema, como: componentes del sistema.

¹ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp 94,95.

Definición de análisis sistémico: "a nivel metodológico, el término "sistemático" se opone al término "asistemático". El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio. El requisito previo necesario para que sea posible un estudio sistemático es que el objeto posea alguna organización, es decir, que sea un sistema a nivel real.

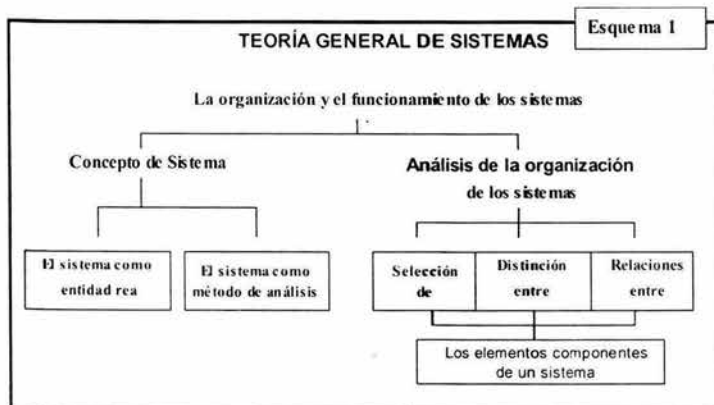
La comunicación puede ser estudiada sistemáticamente, porque es un objeto organizado de estudio".²

Para definir de modo más preciso el concepto de "organización" que aquí se propone, se tomará el concepto de que "un objeto de estudio esta organizado, y por tanto, puede ser analizado como un sistema, cuando sus componentes presentan las siguientes características:

- 1) han sido seleccionados;
- 2) se distinguen entre sí;
- 3) se relacionan entre sí;

de tal modo que esas características pueden ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema".³

El esquema 1 muestra los contenidos expuestos hasta el momento.



² Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 94,95.

³ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 94,95.

1.1.1 Componentes del Sistema

Los criterios para determinar los elementos componentes del sistema, Martín Serrano dice que "un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o pertenezca organizado como tal sistema"⁴

1.1.1.1 Selección de los Componentes de un Sistema

Entre los componentes y el sistema se da una relación a la que se le llama implicación. Existen dos clases de implicación: obligatoria y optativa.

- Obligatoria. "cuando la desaparición de ese elemento tiene como consecuencia la desaparición del sistema, su transformación en otro diferente, o su incapacidad para funcionar como tal sistema".⁵
- Optativa. "cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer, o reproducirse sin transformarse en otro sistema, sustituyendo ese componente por otro".⁶

Flexibilidad de un sistema.

Por lo anterior, es preciso decir que cada sistema selecciona sus componentes obligatorios y optativos, esto indica la flexibilidad de un sistema.

La flexibilidad de un sistema está dada por la obligatoriedad de los componentes que lo conforman, si todos los componentes son obligatorios, entonces el sistema es rígido. También podemos encontrar elementos de un sistema que se llaman incorporados: "existen elementos que sin ser ni obligatorios, ni siquiera optativos para la existencia o el funcionamiento del sistema en el que se encuentran, aparecen tan frecuente que se les atribuye erróneamente implicación en la organización del sistema".⁷ Estos elementos son aquellos que aparecen frecuentemente en el sistema, pero no están implicados en el sistema. Requieren del sistema, pero el sistema puede eliminarlos sin alterarse.

⁴ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 96,97.

⁵ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.97

⁶ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.97.

⁷ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 97,98.

Para reconocer las implicaciones de los componentes en un sistema debe diferenciarse si el componente es: obligatorio, optativo o incorporado.

1.1.1.2 Distinción de los Componentes de un Sistema

Las distinciones de los componentes de un sistema, se dan por las diferencias entre ellos, y por su comportamiento al interior. Hay dos clases de diferenciaciones o comportamientos que son: Estructural y Funcional.

- Estructural. "Existe al menos una configuración o estado del sistema en el cual la existencia de ese componente es necesario para que ocupe al menos una de las posiciones que presenta esa configuración tal/es posición/es pueda/n ser ocupada/s por otros componentes".⁸
- Funcional. "Existe al menos una configuración o estado del sistema en el cual la existencia de ese componente es necesario para que asuma al menos una de las funciones que contiene ese estado, sin que en ese estado tal/es función/es pueda/n ser asumida/s por otros componentes".⁹

Los elementos pueden ser de naturaleza distinta, pero no es condición para diferenciarlos.

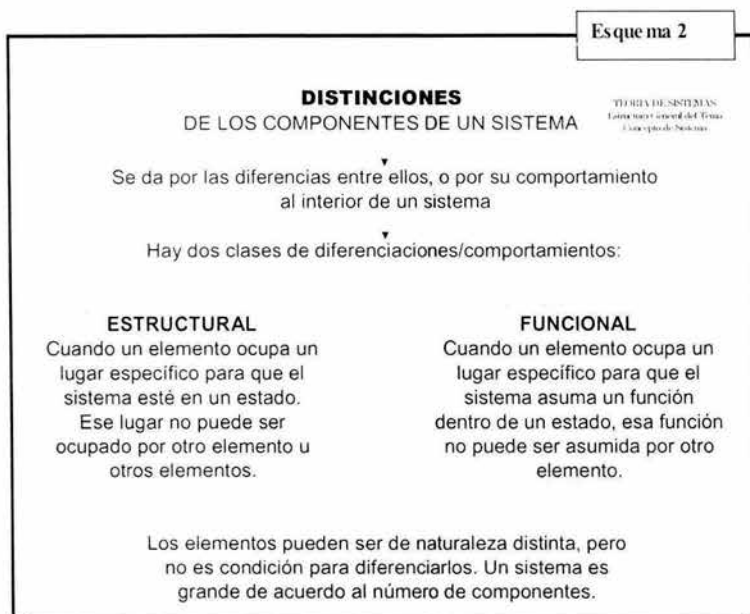
La diferenciación entre los elementos del sistema puede apoyarse en la existencia de componentes heterogéneos, es decir, de distinta naturaleza, aunque la heterogeneidad de los componentes no sea un requisito indispensable para que aquellos se diferencien entre sí. Los sistemas que se estudian en ciencias sociales y en comunicación suelen estar constituidos por elementos heterogéneos.¹⁰

Los contenidos desarrollados en el apartado anterior se muestran en el esquema 2

⁸Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 99.

⁹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 99.

¹⁰ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 99-100



1.1.1.3 Relaciones entre los Componentes de un Sistema

Entre los componentes de un sistema, se encuentran componentes denominados dependencias. Manuel Martín Serrano reconoce tres tipos de dependencias que son: Solidarias, Causales y Específicas.

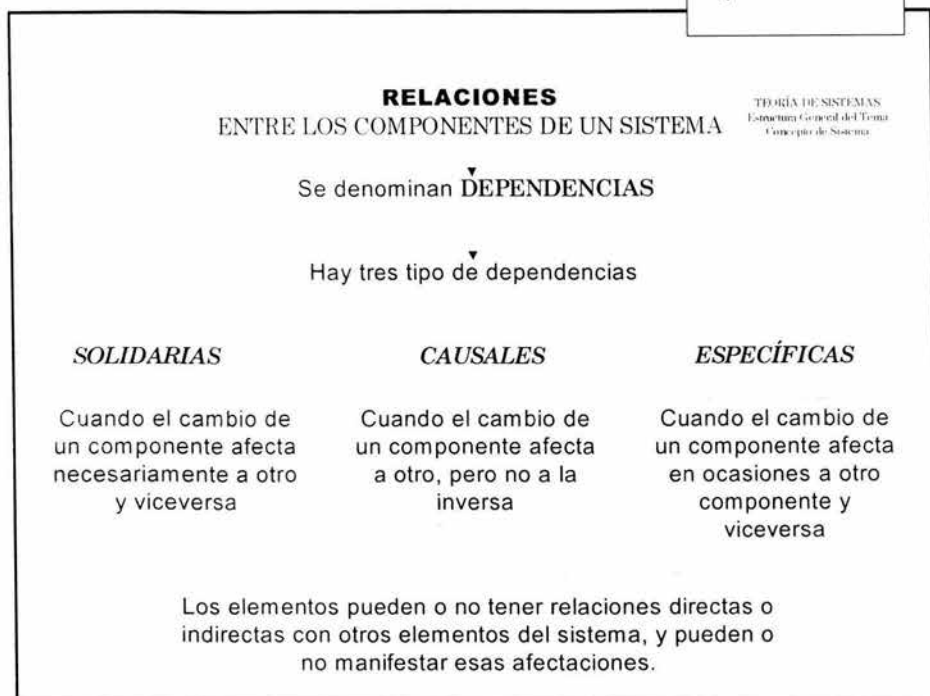
- “Solidarias. Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes (y viceversa).
- “Causales. Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes, pero no a la inversa.
- “Específicas. Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componentes, pero no necesariamente, y viceversa”.¹¹

Los elementos pueden o no tener relaciones directas o indirectas.

¹¹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.101.

El esquema 3 visualiza lo anterior.

Esquema 3



1.1.2 Análisis Sistémico

Con lo visto hasta el momento, se podrá adentrar al análisis sistémico que es el estudio de la organización de los sistemas y consiste en identificar cuáles son los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen entre ellos y qué relación mantienen en el sistema.

“Al realizar un análisis sistémico, se advierte que cuando se desea expresar un sistema en un modelo, es necesario conocer cómo es propiamente el sistema, de qué manera funciona, cuáles son los componentes implicados en forma obligatoria u optativa, sus diferenciaciones estructurales o funcionales, sus dependencias solidarias, causales o específicas que se relacionan entre sí”.¹²

¹² Gallo Rcmo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

El grado de libertad que posee el sistema tiene que ver con la medida de dificultad que se presenta para predecir su comportamiento.

Como grado de libertad, Martín Serrano define: "al número de configuraciones, o de estados diferentes que a lo largo del tiempo puede presentar (o el componente) sin transformarse en otro ni destruirse."¹³ Entre menos configuraciones se puedan presentar, será mayormente predecible.

Así, el número de configuraciones que puede adoptar el sistema depende del repertorio de componentes optativos de los que se puede seleccionar, de los componentes diferenciados que se distinguen en él, y de las relaciones no solidarias establecidas entre los componentes del sistema.

En síntesis, un sistema rígido, pequeño y constreñido, con poca libertad posee mayor determinación en el comportamiento de sus componentes y del conjunto, por lo tanto, es más previsible en su organización. En cambio, un sistema más elástico, amplio, menos constreñido, con mayor libertad, es menos determinante en el comportamiento de sus componentes y de su conjunto, en sí, es menos previsible su organización.

1.1.2.1 Sistemas Finalizados

"Todo sistema cuya organización y o funcionamiento se vean afectados por la intervención humana son sistemas finalizados."¹⁴

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema. "El sistema más constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico".¹⁵

"En síntesis se puede decir que:

¹³ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 104. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

¹⁴ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 107

¹⁵ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 102

1. El sistema por tener elementos organizados se distingue del agregado.
2. Un sistema es una entidad real, cuyos elementos están organizados.
3. Un sistema está organizado cuando sus componentes:
 - a) han sido seleccionados,
 - b) se distinguen entre sí, y
 - c) se relacionan entre sí.
4. El análisis sistemático se realiza con el fin de explicar la organización de los sistemas."¹⁶

1.1.2.2 Modelo General de los Sistemas

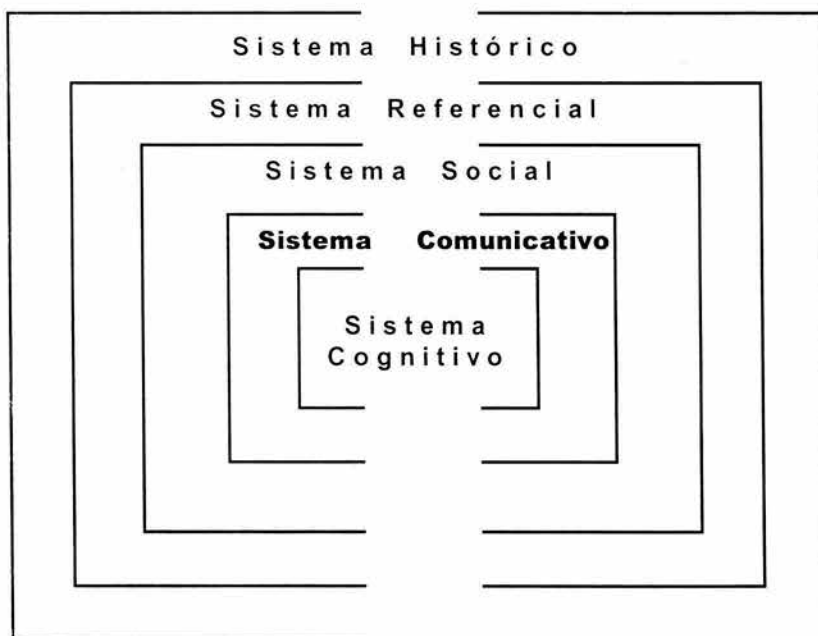
En este apartado, se presenta el Modelo General de los Sistemas, donde se puede ver que "el Sistema de Comunicación [SC] no es completamente autónomo; funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos. Las influencias de los sistemas no comunicativos controlan en mayor o menor grado el funcionamiento del sistema de comunicación. El control se ejerce sobre todos y cada uno de los componentes. A su vez, el propio sistema de comunicación afecta el funcionamiento de los otros sistemas con los que están relacionado. El Sistema Social [SS] constituye aquel otro sistema respecto al cual se establecen las relaciones de interdependencia más importantes".¹⁷

La relación de los distintos sistemas, su interacción y su implicación, indican que son sistemas abiertos, Interactuantes y Multifacetados, por estas características, se han clasificado en los siguientes sistemas (véase esquema 4)

¹⁶ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

¹⁷ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.160.

Esque ma 4



1.2 Teoría de la Mediación Social

Por las características del estudio de Opinión Pública que se realiza, es fundamental basarse en la Teoría de la Mediación Social, dicha teoría se explica en este apartado.

“La Teoría de la Mediación Social se vislumbra como un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social, es decir, tal teoría permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han estado dando, de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades accidentales”.¹⁸

¹⁸ Armenta Fraga, Venus. Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992 . pp. 1-2.

Este orden se puede formalizar en modelos que Martín Serrano nombra "mediacionales" que son comparables a un código ya que puede interpretarse como un mero sistema codificante que significa lo mismo que una estructura; si todo modelo es un código entonces significa lo mismo que coerción. Es por eso que el código tiene una estructura, además de ser coercitivo.

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.

"El modelo de coerción explica que el código es una forma de tomar partido acerca de "lo que ocurre", lo que equivale a decir que "código" e ideología son términos que designan, en este contexto, a la misma cosa".¹⁹

Tal información contenida en un modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que pueden tener un miembro de una comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código.

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

Cuando por alguna razón este orden social produce alteraciones, ya sea por ajuste entre normas, tecnología o personalidad, las instalaciones mediadoras creadas y justamente para ello, actúan como "giroscopios" restableciendo el equilibrio en el estado de permanente disfunción a que está sometida la sociedad. A estos sistemas de regulación institucionalizados, se les denomina: Sistemas de Mediación, cuya característica esencial es que contienen *Modelos de Integración*.

En este sentido, "la mediación suele encomendarse a instituciones culturales, políticas, científicas o profesionales; a su vez todas las instituciones normativas pueden ser estudiadas desde el punto de vista de la teoría de la mediación, en cuanto mediadora en los procesos sociales".²⁰

Las instituciones mediadoras sirven para establecer modelos sociales eficaces, brindan una visión fragmentada del mundo de la realidad, es decir, que el conflicto del

¹⁹ Armenta Fraga, Venus. *Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión*. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p.2.

²⁰ Armenta Fraga, Venus. *Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión*. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. pp.3-4.

mundo real pase desapercibido a nivel global, por ello se dan las crisis en los subsistemas, planos o mundos, ya sea en la ciencia, arte, tecnología o cultura.

El mediador lo que hace es restablecer el orden entre los mundos disociados, por lo que las mediaciones ejercen control, es como una forma de dominación no violenta sobre el mundo real, se explota la capacidad de transformar la realidad en mensaje, es decir, el signo se convierte en un objeto de estudio que comprende los sistemas de integración y control social, por lo que los objetos mediadores son los nuevos vehículos de alineación.

En este sentido, la Teoría de la Mediación Social permite establecer modelos y actos que sirven asimismo de criterios para distinguir ideas, acontecimientos o comportamientos.

Cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas, para ofrecer una visión estable del mundo se produce un cambio importante. La información del mediador cesa de tener por objeto la realidad original, y por el contrario, por la realidad trata de explicar el orden, como una forma de interpretar el mundo.

Se puede hablar de mediación, sólo 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.

“Dado que el referente constituye en la comunicación el fundamento material de la veracidad, se dice con respecto a él que la comunicación es objetiva.

Por esta razón se adopta a la relación que establece el médium con el referente como criterio para clasificar a los media desde el punto de vista de la comunicación según las características de sus lenguajes”.²¹

Relación del signo con el referente	Relación del mensaje con el referente		Características de los códigos
Abstracto	Acrónico Libro/radio	Sincrónico radio	Particulares
Ícónico	Cine/T.V.	Media index	Generales
Característica de los mensajes	Control del Mediador	Residentes al control	

²¹ Armenta Fraga, Venus. Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992 . p.5.

1. "Se entiende por media abstractos los que comunican mediante signos cuyo significante no se "parece" en nada al referente, por ejemplo, la palabra escrita "MAMÁ", no se parece a ninguna mamá, sino quien codifica ese significante necesita realizar un esfuerzo de abstracción, para encontrar el referente que se refiere a una mujer que tiene hijos, para luego ubicarla específicamente de quién se habla en concreto. .
2. "Los medios icónicos, por el contrario contienen una serie de datos o informaciones en los propios significantes, que permiten que esos símbolos sean isomorfos al referente, por ejemplo una fotografía o una imagen televisiva de un artista: el receptor no necesita de mucha abstracción para identificar lo que está viendo, sabe que la imagen que se presenta corresponde a una persona, de profesión artista y que es "casi igual" a la persona a la que se refiere la imagen.
3. "Los medios acrónicos son aquellos que tienen una diferencia temporal entre lo que sucedió y cuando lo expresan, durante esa diferencia de tiempo se permite una mayor mediación, es decir, el referente está sujeto durante más tiempo al control del mediador.
4. "Los medios sincrónicos, son aquellos que, gracias a la tecnología, permiten que el tiempo transcurrido entre lo que sucede y la expresión se reduzca casi al mínimo, por ejemplo, una transmisión televisiva "en vivo", de un extremo del mundo a otro transcurren milésimas de segundo, en estos medios sincrónicos el referente se resiste al control del mediador.
5. "Los medios index son aquellos que son sincrónicos e icónicos por ejemplo la televisión: cabe aclarar que por supuesto no todas las transmisiones televisivas son sincrónicas e icónicas, pero la posibilidad de recurrir a ellas en cualquier instante es lo que los define como media index".²²

"La teoría de la comunicación ha surgido cuando se ha cobrado conciencia de que la sociedad que dispone de media sincrónicos e icónicos sería diferente de la sociedad que comunica de manera abstracta y acrónica"²³

²² Armenta Fraga, Venus. Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992 . pp.6-7.

²³ Martín Serrano, Manuel. La Medicación Social p. 86

Según Manuel Martín Serrano, el estudio de la comunicación en las sociedades capitalistas monopólicas debe ser desde una perspectiva mediacional, por lo cual se puede señalar la forma en que se emplea la comunicación para la transmisión de mensajes.

Para determinar las formas de empleo de la comunicación es necesario definir la comunicación:

Martín Serrano dice que, "Comunicación es la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor por medio de un médium".²⁴

1.2.1 Planos de la Mediación

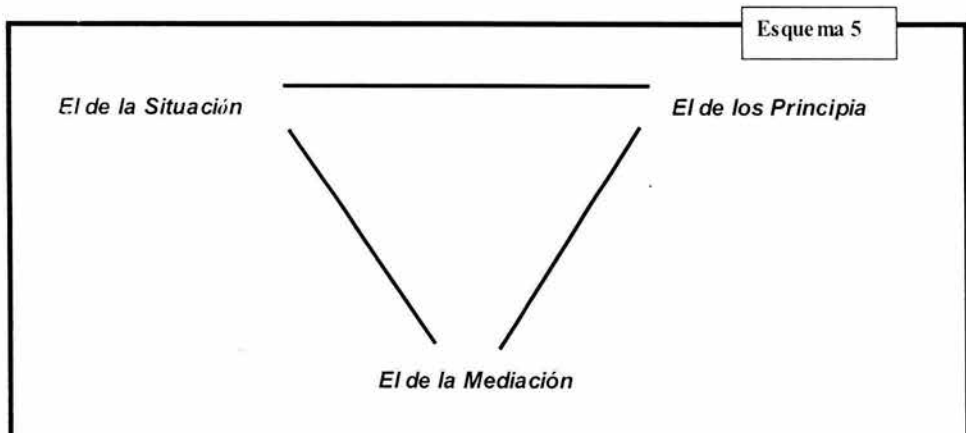
Una vez definida la comunicación nos adentraremos a los **Planos** de la mediación.

Cuando existe disonancia entre lo que se informa y lo que acontece, entonces surgen los planos que permiten la reducción de la disonancia.

Martín Serrano plantea la existencia de tres planos:

Ver esquema 5

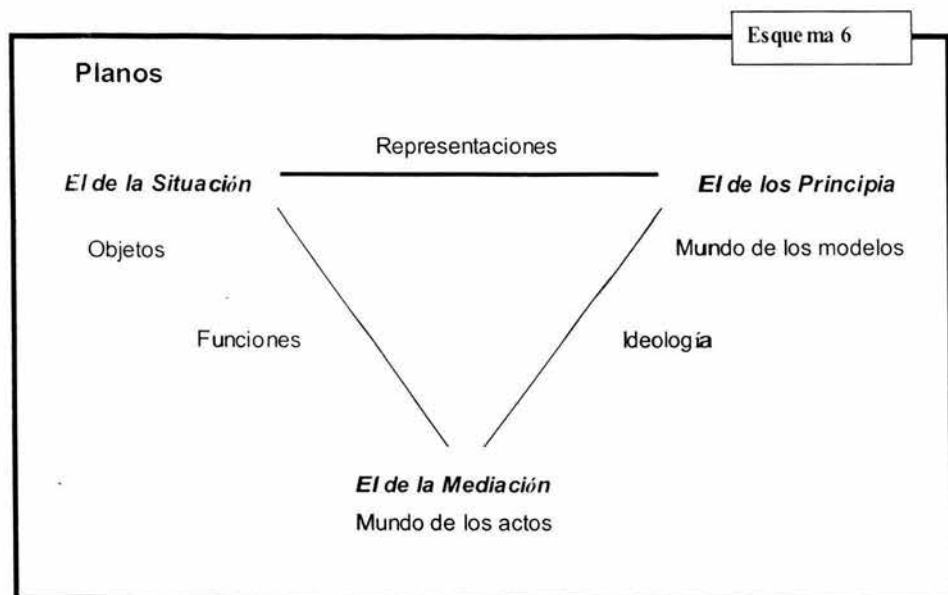
Planos



²⁴ Martín Serrano, Manuel, *La Mediación Social*. Citado por Armenta Fraga, Venus, en su tesis de: Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de preceptores de televisión. UNAM, ENEP Acatlán. 1992.

1. "Plano de la situación: está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social: un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
2. "Plano de los "principia": constituido por las constancias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo; bienes de producción, normas, etc.
3. "Plano de la mediación: es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos".²⁵

Para mayor comprensión de los planos, se presenta el esquema 6.



"Son representaciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.

"Son ideologías las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos.

²⁵ Armenta Fraga, Venus. Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acahualtán, México, 1992 . p.21.

“Son funciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos”.²⁶

La mediación opera como agente de regulación entre diferentes sistemas: el social, el comunicativo y el cognitivo, con fines de estabilidad y reproducción social.

El cambio social conlleva un permanente proceso de mediación y por tanto la mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales, a través de los modelos mediacionales.

1.2.2 Modelos Culturales y Sociales de Mediación

Por lo tratado en el apartado anterior, los códigos empleados en los lenguajes de los distintos planos, permiten generar un control social mediante una constante cultural que se presenta a partir de los modelos de integración. Entre los modelos de integración, encontramos cuatro modelos culturales y cuatro sociales.

Modelos Culturales

Los modelos culturales hacen una interpretación histórica del acontecer. Dentro de estos encontramos:

Modelos Culturales

<i>Medieval</i>
<i>Ilustración o Enciclopedismo</i>
<i>Capitalismo</i>
<i>Capitalismo Monopólico</i>

²⁶ Armenta Fraga, Venus. Análisis de las representaciones contenidos en las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura; UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992 . p.24.

- **Medieval:** el mundo se contempla como algo natural, divino. “Para la visión medieval del mundo, era natural todo lo que estaba patente, todo lo perceptible al ojo humano sentidos y lo artificial, aquellos efectos que escapaban a tal percepción, se concebían como mágicos.”²⁷

DIOS —————> Obra de Dios

- **Ilustración o enciclopedismo:** principio del mundo es abstracto para conocerse, se presenta a través de la utilización de la razón. “El hombre se permite experimentar con el mundo y no sólo nace un nuevo objeto del saber, también emerge un nuevo sujeto de la historia que contempla ya el uso de la razón (...) El hombre busca el conocimiento por medio del raciocinio y la inteligencia, mediante la disección y exploración de la naturaleza. En esta época se busca la felicidad mediante la fabricación de objetos materiales como una forma de sustitución del mundo natural.”²⁸

RAZÓN —————> Ciencia Experimental

- **Capitalismo:** acumulación de capital. “Conforme se solidificaba el dominio burgués sobre el proletariado, la naturaleza iba perdiendo terreno. Poco a poco el hombre se percataba de que el hábitat natural se había extinguido, era sustituido por infinidad de productos artificiales creados por el hombre mismo”²⁹

CAPITALISMO —————> Desarrollo tecnológico

²⁷ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y áreas de trabajo. Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras. p.41.

²⁸ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y áreas de trabajo. Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras. p. 42

²⁹ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y áreas de trabajo. Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras. p. 44

- **Capitalismo monopolístico:** se crea un mundo artificial, todo se puede crear, hasta lo natural se puede entender. Se busca la reproducción del sistema social, más que las fuerzas productivas, para lograrlo se crean las mediaciones, capaces de regular las contradicciones entre lo tecnológico y lo cultural, para así evitar cambios estructurales de fondo que pudieran ser el quiebre del modelo. "La burguesía industrial delegó toda su autoridad para la implantación de una nueva forma de opresión: la burguesía monopolista. Este cambio determinó algunas transformaciones importantes para la imagen ideológica del mundo."³⁰

CAPITALISMO MONOPÓLICO —————> Medio Artificial

Modelos Sociales

Los modelos sociales es la ideología que se utiliza para interpretar el mundo. Dentro de estos se encuentran:

Modelos Sociales

Mosaico
Jerárquico
Articular
Latente o Abstracto

- **Mosaico:** la prensa es uno de los mediadores en la cultura mosaica. Desune los datos y los presenta sin discriminación unos junto a otros en un orden de secuencias para dar una visión fragmentada de la realidad, ésta no se logra entender en su conjunto.

³⁰ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y áreas de trabajo. Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras. p. 44.

MOSAICO —————→ Datos Desunidos unos junto a otros

- **Jerárquico:** los hechos en lugar de estar unos al lado de los otros, están embutidos unos de los otros, el mundo no lo estructuran en capas. El orden se expresa en términos de dependencia y no de distancia, es la unión de cosas de las cuales se desconoce el origen y criterio de selección. El objetivo es la mediación jerarquizada para tratar de mantener la virtud de los signos, preservando su capacidad de apropiación de la realidad.

JERÁRQUICO —————→ Datos dependientes

- **Articular:** sistema de orden que permite la utilización de “sustancias” diferendo (palabras, iconos, reglas, etc.) las cuales pueden intercambiarse entre ellos sin que cambie el código, orden, elementos y mensaje.

ARTICULAR —————→ Cambio de códigos para transmitir los mismos datos

- **Latente o abstracto:** sistema de orden latente, es decir, nunca se muestran los criterios para clasificar la realidad, pareciera que la realidad no se medita, sino está inerte. El mundo existe en los “sí es” y “no es”, se acepta, no hay ninguna confrontación, sino que las contradicciones ilustran, por lo que en lugar de un conflicto hay una diversidad de temas.

LATENTE O ABSTRACTO —————→ Oculta los datos

Los sistemas de mediación sirven a las ideologías que están orientadas hacia el control social del grupo, por lo que éstos deben ser:

1. GENÉRICOS
2. SIMPLES
3. EFICACES

1.3 Sistema de la Comunicación

De acuerdo a la propuesta de sistemas, la comunicación humana es considerada para su estudio como un sistema. Un sistema finalizado en donde intervienen componentes cuyas relaciones están organizados. Se dice que están organizados por que sus componentes, han sido seleccionados, se distinguen entre sí y se relacionan entre sí. Estas características se explican como consecuencia de su pertenencia al sistema.

1.3.1 Modelo Dialéctico de la Comunicación

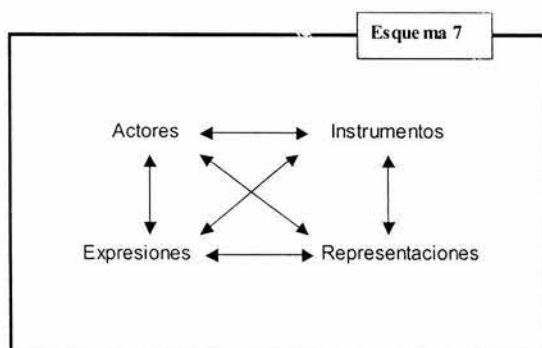
Dada la interdependencia del Sistema Comunicativo con otros sistemas (principalmente del sistema social), sus componentes, también participan en otros sistemas.

El modelo dialéctico de la comunicación propuesto por Martín Serrano, tiene como componentes:

- Actores de la Comunicación.
- Instrumentos de Comunicación.
- Expresiones comunicativas.
- Representaciones.

Estos por su naturaleza están implicados en el sistema comunicativo, aunque puedan formar parte de otros sistemas distintos.

Componentes del Modelo Dialéctico de Comunicación, que se incluyen en el interior del sistema comunicativo [SC]: (véase esquema 7)



1.3.1.1 Actores

- a) "Son actores: Las personas físicas **que en nombre propio** o como portavoces o representantes de otras personas, **grupos, instituciones u 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".³¹

"En este modelo la condición de Actor viene referida a la situación de estar directamente implicado en la producción, el consumo o la distribución de comunicación. En consecuencia, desde un punto de vista funcional, cabe distinguir entre dos clases de Actores:

- a) Actores que se sirven de la comunicación. Aquellos que son responsables de la información que circula en el sistema de comunicación o aquellos que son responsables de su consumo.
- b) Actores 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".³²

1.3.1.2 Instrumentos

Son los aparatos biológicos o tecnológicos **que pueden acoplarse** a otros similares para obtener producción, intercambio o recepción de señales.

"Los instrumentos de comunicación se organizan en sistemas de amplificación y de traducción de señales, constituidos por **un órgano emisor, un canal transmisor y un órgano receptor, como mínimo**".³³

³¹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p. 161.

³² Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp. 162,163.

³³ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.163.

Ejemplos de aparato biológico: Aparato fonológico (laringe, cuerdas, boca, labios), que modula la señal (grito, susurro, etc.).

Aparato tecnológico: Amplificadores de sonido.

1.3.1.3 Expresiones

“Son sustancias: cualquier cosa de la naturaleza, cualquier objeto fabricado, o cualquier organismo vivo. Son sustancias expresivas las materias informadas o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual, Ego ha realizado un trabajo expresivo. Las sustancias expresivas cuando son energizadas poseen la capacidades de generar señales, es decir, de modular las energías que pueden afectar a los sentidos de algún ser vivo.

“Una sustancia está informada cuando puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien. Cada variedad o estado distinto (respecto a otra variedad o estado) es una expresión (distinguible respecto a otras expresiones)”³⁴

Entre las materias expresivas, se han incluido sustancias inorgánicas, como las piedras y sustancias orgánicas, como el cuerpo. Partiendo de esta distinción, Martín Serrano sugiere la siguiente clasificación:

- a) “Sustancias expresivas que proceden de cosas existentes en la Naturaleza. El hombre asigna a cualquier cosa de la naturaleza funciones expresivas. A partir de ese momento la cosa (natural) adquiere un uso en función del cual deviene objeto, en este caso para un empleo comunicativo.
- b) “Sustancia expresiva que son objetos. Un objeto es cualquier producto que existe como consecuencia del trabajo del hombre sobre las cosas naturales. Como a todo objeto se le asigna algún uso, los objetos son necesariamente expresivos, al menos de la función que se les asigna.
- c) “Sustancias expresivas corporales. El organismo humano, como el animal, cuenta con un repertorio de manifestaciones de su estado biológico. Algunas

³⁴ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp.165.

de estas respuestas son, en principio, involuntarias; por ejemplo, todas las que están controladas por el sistema neurovegetativo. La función de estas respuestas está orientada a restablecer el equilibrio biológico circunstancialmente alterado (por ejemplo, la fiebre o lo diseña). Sin embargo, el hombre posee la capacidad de "informar" estas respuestas y convertirlas en expresiones para comunicarse (o incomunicarse) con los demás (así, en las neurosis de conversión, los "síntomas" orgánicos son expresiones de emociones, sentimientos o frustraciones). El movimiento del cuerpo sirve en numerosas especies para producir expresiones (gestos, posturas)".³⁵

1.3.1.4 Representaciones

"Las representaciones, en el campo de la comunicación, actúa organizado 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".³⁶

Por lo anterior, las representaciones pueden presentar modelos que sirven para la cognición, modelos que guían la acción y modelos para la intención.

- Los modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- Los modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.
- Los modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor.

Por esto último, Martín Serrano afirma que "es completamente cierto que no existe la posibilidad de comunicar si el trabajo expresivo de Ego y el trabajo perceptivo de Alter, no están guiados por las representaciones".³⁷

³⁵ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.165.

³⁶ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. pp.167, 168.

³⁷ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995. p.168.

1.3.2 Relación del Sistema Comunicativo con otros Sistemas

El modelo dialéctico de la comunicación no quedaría totalmente explicado si no se menciona que hay otros sistemas que intervienen en su funcionamiento: los objetos de referencia de la comunicación y las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social. (Ver Modelo General de Sistemas, apartado 1.1.2.2).

Por intervención del Sistema Social [SS] sobre el Sistema Comunicativo [SC] se entiende toda práctica personal o institucional que afecta a algunos de los componentes del sistema de comunicación o al sistema en su conjunto.³⁸

En sentido inverso, el [SC] puede utilizarse como un interventor que controla el funcionamiento de alguna institución o de alguna práctica social. Mediante la comunicación cabe intervenir sobre las necesidades, los valores y, en general, sobre los modelos del mundo que caracterizan a los diferentes grupos humanos.

Es así como el objeto sobre el que se comunica no pertenece al sistema comunicativo y no puede ser encontrado en los Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones. Además, no existe comunicación sin objeto de referencia, aunque pueda existir un objeto de referencia que no exista en el sentido físico de la palabra, por ejemplo El Unicornio.

La penetración del Sistema Referencial [SR] y 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".³⁹

Finalmente, el modelo que se ha planteado hasta este momento pretende los siguientes objetivos:

1. Analizar de manera sistemática los distintos componentes que interviene en el sistema de comunicación[SC].

³⁸ Martin Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995, P. 172, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

³⁹ Martin Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM-ENEP Acatlán, México, 1995, P. 171, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

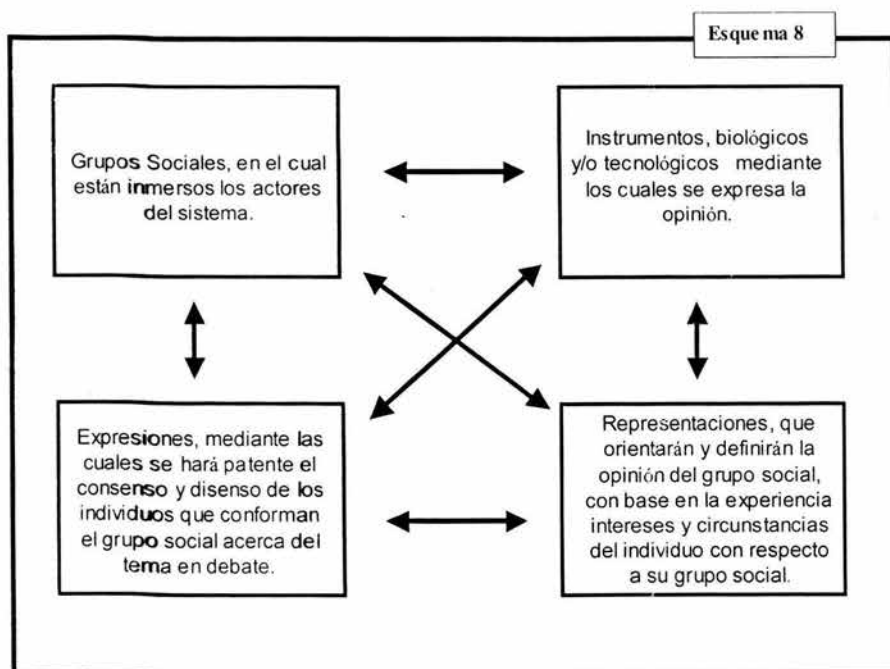
2. Sistematizar el análisis de las interdependencias existentes entre [SC] y [SS].
3. Aclarar las relaciones que la comunicación establece con los referentes [SR].
4. Reconocer que tanto el [SC] como el [SS] y el [SR] se constituyen como subsistemas en el interior de otro sistema más general: El Sistema Histórico.

1.4 Subsistema de la Opinión Pública

Una vez clasificados los distintos sistemas, en este apartado se explica el por qué la Opinión Pública es un Subsistema del Sistema Comunicativo, además se presenta la definición de Opinión Pública que se generó en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública.

La Opinión Pública es un Subsistema perteneciente al Sistema Comunicativo, ya que comparte con él a sus elementos estructurales: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones. Esto le da el sentido de pertenencia con el sistema comunicativo.

Para observar y determinar los componentes del Sistema de Opinión Pública, véase el esquema 8.



1.4.1 Componentes del Subsistema Opinión Pública

La Opinión Pública se observa a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público.

La Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión; es importante destacar que el Sistema Comunicativo establece relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

La comunicación sirve para que el hombre exprese sus pensamientos, emociones, experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas.

Por tal razón, si el hombre no expresara sus opiniones, éstas no serán conocidas; es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfacción social. Se concluye que las expresiones emitidas por los miembros de un grupo social es lo que importa a la Opinión Pública.

1.4.2 Definición de Opinión Pública

Se definirá a la Opinión Pública como “el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de “el público” que es el grupo social en sí mismo”.⁴⁰

Si la Opinión Pública, se estudia a través de las expresiones de un grupo social, entonces ésta no es posible si no existe un referente común que propicie tal expresión. Como resultado directo se puede afirmar que la Opinión Pública tendrá como referentes a personas, cosas animales; fenómenos políticos, culturales, económicos, sociales, etcétera; incluso, la posibilidad de la interacción dinámica y dialéctica entre la historia, la cultura, la política, la economía, las necesidades, las cosas, con la Opinión Pública, pero no se puede admitir la confusión entre lo referido con la expresión.⁴¹

Dentro de las temáticas de lo público que interesan y/o afectan al grupo social, podemos encontrar:

1. La sobrevivencia del grupo social

⁴⁰ Definición extraída del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, ENEP Acatlán, 2003.

⁴¹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

2. La producción de bienes materiales e inmateriales.
3. La conservación de la propiedad privada (territorios, medios de producción y mercancías o bienes)
4. El estado (ejercicio del poder y sus consecuencias, formas de acción)
5. La cultura.
6. La ecología.

“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.

“La consideración de los cuatro elementos estructurales del Modelo Dialéctico de la Comunicación como componentes, también estructurales, del Sistema Opinión Pública es explicable desde el punto de vista de que, como ya se mencionó, la Opinión Pública es un Subsistema del Sistema Comunicativo, por lo tanto cualquier proceso de comunicación debe de contar con estos cuatro elementos que son los que lo hacen posible.

“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.

“Todos los componentes mencionados, tanto estructurales como funcionales, pertenecen al Sistema Opinión Pública, ya que su existencia es necesaria para que funcione o permanezca organizado el sistema”.⁴²

1.4.3 Identificación de los Elementos de Opinión Pública en el Referente por estudiar

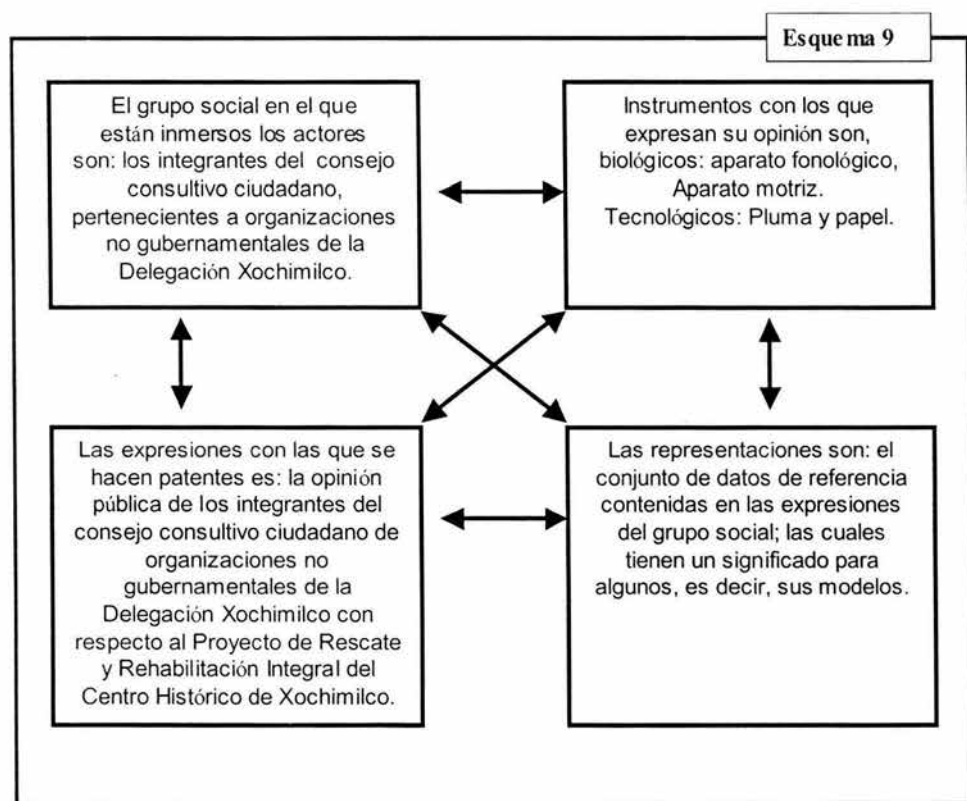
Una vez identificada la Opinión Pública como un Subsistema del Sistema Comunicativo, se presenta la identificación de los elementos de la Opinión Pública en el referente por estudiar: la Opinión Pública de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación

⁴² Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

Considerando la definición de Opinión Pública, es posible conocer el conjunto de expresiones de un grupo social; éste conjunto de expresiones se conformará con los datos que se obtendrán del grupo social, el cual está conformado por los integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, con respecto al referente público, que es: el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

(véase esquema 9)



1.5 Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública

A continuación se presenta un resumen de los Apuntes de Tesis de Maestría de Gallo Romo Olga, sobre la Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública.

El término Opinión Pública ha sido conceptuado en diversas disciplinas y periodos históricos, pero muy pocos estudios han abordado el tema sólo desde lo propiamente comunicativo. Aquí se harán diversos planteamientos para demostrar que la Opinión Pública es un fenómeno que tiene como base fundamental a la comunicación.

La comunicación humana es una conquista de la evolución hombre que ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo concreto, además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre que ha permitido la transmisión de: costumbres, hábitos, actividades y avances en las diferentes razas.

“Desde que el hombre surge como especie, busca la forma de sobrevivir, para ello necesita no sólo de su entorno ecológico, el que le permitirá alimentarse, sino de sus compañeros de raza. La propia vida va enseñándole que él solo no puede satisfacer sus necesidades, por lo que forma grupos y alianzas destinadas a mejorar su nivel de vida”.⁴³

La comunicación es un hecho social que 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. Esto mantiene la permanencia de la vida y el desarrollo en términos de calidad de vida.

Habría que recordar que la naturaleza social es heredada a la humanidad, por lo que ésta surge con 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, por lo que en la actualidad no se discute que la Opinión Pública sea un fenómeno humano y así ha sido estudiada, lo cual quiere decir que la Opinión Pública, como fenómeno, se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de ésta manera tiene pertenencia en estos grupos.

⁴³ Gallo Romo, Olga. Apuntes de la Opinión Pública, ponencia ENEP Acatlán, México 28 de junio 2003, Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

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.

Las ciencias sociales y las ciencias biológicas han mostrado que la comunicación es una conquista de la evolución de las especies. Esta tiene como principal función contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida, ya en el nivel filogenético (de especie) como en el ontológico (de individuo).

1.6 Historia de la Opinión Pública

En este apartado se presenta un resumen sobre la historia de la Opinión Pública de Gallo Romo Olga. Apuntes de Tesis para Maestría, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

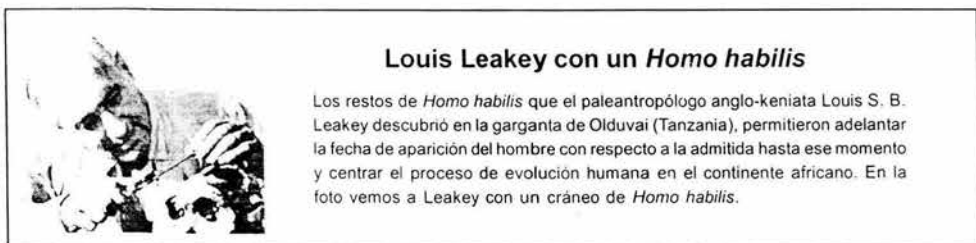
Estos apuntes abarcan la historia específica de la Opinión Pública desde la Comunidad Primitiva que es vista como fenómeno hasta la actualidad, considerada como objeto de estudio.

1.6.1 La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva

El hombre, como buena parte de los animales, ha tenido necesidad de buscar, primero, y de construir, después, espacios que lo protegieran del viento y de la lluvia, del frío y del calor, de los demás animales y de otros hombres; pero también ha necesitado espacios que trasciendan lo cotidiano y adquieran una entidad a veces mágica.

Las primeras muestras de la cultura humana las tenemos 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, el hombre tal y como lo conocemos actualmente.

“El *Homo habilis* es el miembro más antiguo conocido del género *Homo*, rama de los homínidos que se cree engloba al género humano”.⁴⁴



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.

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

“*Homo sapiens*, término latino empleado para designar a la especie humana. El nombre de ser humano se aplica a ciertas especies que fueron los antecesores evolutivos del *Homo sapiens*”.⁴⁵



⁴⁴ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2002. © 1993-2001 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

⁴⁵ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2002. © 1993-2001 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

“El *tempo* 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).⁴⁶

Existen fenómenos conductuales comunes a los individuos en todas las sociedades humanas y adquiridos durante larga historia evolutiva, como la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y manufactura de artefactos, etc.

Los primeros referentes que el *homo sapiens* dejó en paredes y techos de galerías subterráneas, lejos de la luz del día, son dibujos superpuestos, algunos a escala natural, o con colores llamativos. Los dibujos que se han encontrado, hacen referencia a caballos, bisontes, renos, ibices, jabalís, bóvidos salvajes etc. En algunas ocasiones los artistas también pintaron figuras humanas con máscaras y símbolos de forma de pene y vulva, y manos misteriosas, lo cual tenía quizá que ver con su instinto de reproducción, tan importante para ellos porque les aseguraba la sobrevivencia y la conservación de la especie a través de los años.

La sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo. 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.

“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 posibilitó 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”.⁴⁷

Todo lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como fenómeno, no como objeto de estudio, pues como fenómeno surge desde el inicio del grupo social.

⁴⁶ Historia del Arte, no. 37, p. 4, de. Planeta, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

⁴⁷ Historia del Arte, no. 39, p. 43, de. Planeta, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

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, éstas eran:

- La protección de los individuos frente a la naturaleza
- El abastecimiento de alimentos y
- La posesión de un territorio

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

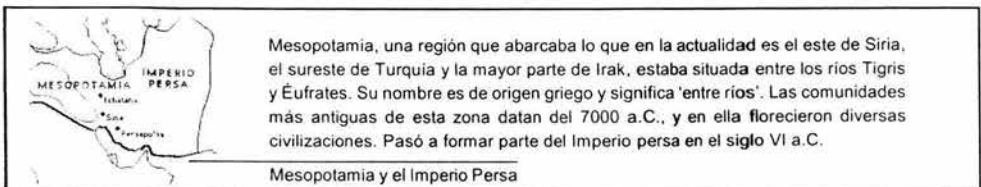
Según Jean Jacquez Rousseau, el hombre en estado natural es un ser individual, sin embargo, por las circunstancias adversas a las que se enfrenta cotidianamente tiene que ceder esta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitirá vivir con mayor seguridad dentro de un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

Sin embargo, no son las capacidades innatas que posee el hombre lo que hacen ser una de las especies más desarrolladas, sino es precisamente su capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo asociar sus necesidades básicas, sino también buscar formas de trascendencia espiritual. El hombre gracias a su capacidad craneal, que fue desarrollándose a través de miles de años, es más un ser de aprendizajes que de instrucciones genéticas.

1.6.2 La Opinión Pública en la Comunidad Mesopotámica

La civilización mesopotámica fue el resultado del entramado de distintos pueblos asentados en el Próximo Oriente, cuya rivalidad y sucesivas fases de esplendor permitieron desarrollar la primera cultura de la historia, dada la aparición de la escritura.

El imperio mesopotámico se asentó en las cuencas de los ríos Tigris y Éufrates donde se alzaron urbes como Mari, Uruk o Nineve, que fueron testimonio de diversas dominaciones y desembocaron durante el siglo VI a.J.C. en el gran imperio babilónico, en el que se sintetizan las monumentales aportaciones artísticas mesopotámicas.



El descubrimiento en el siglo XIX de las ruinas pertenecientes a las culturas Asiria y babilónica ha permitido reconstruir y conocer su dilatada evolución, que se remonta a la prehistoria y la protohistoria.

Esta cultura creía en la vida y en la muerte, pero no en una vida después de morir. Su sobrevivencia estaba ligada a la caza, la pesca y la recolección de frutos; algunos referentes de esta cultura se plasma en paredes y cuevas, que hacen referencia a ciervos, animales (cabras, venados, caballos, etc.) y figurillas humanas.

Tras una primera fase prehistórica y protohistórica, podemos distinguir tres grandes períodos, referidos a las distintas dominaciones que llevaron al cenit del imperio babilónico: el imperio sumerio-acadio (hacia 3000-2340 a. J.C.) durante el cual diversas ciudades estado rivalizaron entre sí y brillaron ciudades como Ur, Uruk y Mari; el primer imperio babilónico se convirtió nuevamente en imperio con la conquista de Egipto y posibilitó la fastuosidad que sus reyes dieron a la ciudad de Nínive. Pero no sería hasta el reinado de Nabucodonosor (605-562) cuando Babilonia se convirtió en el centro del mundo, simbolizada por la mitica *Torre de Babel*, hasta la conquista persa, con la que se inició el período de decadencia.⁴⁸

Es a mediados del siglo XIX (1849-1850) que Austen Henry Layard descubrió las ruinas del palacio de Nínive y exploró las del palacio de Assurnasirpal II, donde encontró en Calach o Kalhu (actual Nimrud) la biblioteca de Assurbanipal (el Sardanápalo bíblico) con más de 26.000 tablillas, en las que se concentraba todo el saber de babilonios y asirios, y que pudieron ser leídas gracias a los trabajos de traducción del alemán G. F. Grotenfeld y del británico H.G.Rawlinson.

Por estas inscripciones, Mesopotamia entra en la historia en el paso del IV al II milenio. De esta época datan las primeras tablillas de escritura pictórica, halladas en Tell Abu Salabij, escritura que, a través de un desarrollo no muy lento, pasará a ser lineal para desembocar en un sistema de signos abstractos. Estas tablillas no sólo recogen, como se creía hasta fecha reciente, transacciones comerciales e inventarios de objetos y de animales, sino mitos, himnos, instrucciones pedagógicas e historia.

A diferencia de la cultura egipcia que tenía su fundamento en una vida más allá de la muerte, la mesopotámica negó toda posibilidad de una vida ultraterrenal. Por todo ello,

⁴⁸ Historia del Arte, no. 44, p. 141, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. Ciencias Políticas y Sociales. UNAM, México, 2003.

las formas artísticas desarrolladas surgieron como exaltación del poder temporal, encarnado por el rey, considerado como el máximo representante de la divinidad en la tierra. Sin embargo, como ocurrió en la cultura egipcia, los artistas que lo hicieron posible no tuvieron ninguna consideración social, perteneciendo a las capas menos favorecidas de la sociedad.

En la epopeya de Gilgames se puede observar la visión de la muerte vigente en la civilización mesopotámica. Esta epopeya es el poema épico más antigua conservado y, muy posiblemente, uno de los primeros documentos escritos de la historia humana. Fue redactado hace cuatro mil años en doce tablas de arcilla en donde se cuenta la historia de Gilgames y Enkidu, éste último creado como Adán del barro por la diosa Ururu para destruir a Gilgames. Uno de los temas fundamentales es su concepción de la muerte como condenación, como infierno. Ningún cuerpo humano, ni el de héroes como Gilgames perdurará en el más allá.

El arte desarrollado en Mesopotamia, difiere de otras culturas, pues responde más a una estética hedonista, con predominio de los sentidos que del intelecto. Las expresiones son principalmente demandas del Rey.

El arte mesopotámico es un arte predicador y exaltador de la vida. La lengua sumeria y la acadia no poseen vocablos que se refieran a lo artístico ni a lo bello. El concepto de bello va asociado al de bueno (*dug*). Es bello y es bueno también, aquello que es agradable y gozoso, al igual que lo opulento y desmesurado; *dug*, sin embargo, designa también el contexto, el miembro viril y la acción de “yacer con...” Lo bello, por tanto, parece estar íntimamente relacionado con el placer y con la vida.⁴⁹



Relieve asirio

Unos soldados asirios llevan un carro a la otra orilla del río, mientras que un hombre (arriba a la izquierda) flota sobre una piel inflada. Los relieves de estas características informan sobre interesantes aspectos de la civilización asiria.

⁴⁹Historia del Arte, no. 44, p.159 –160, citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

No es extraño, que las tumbas no adquieran especial relevancia en el arte mesopotámico, aunque esto no significa que la muerte no les angustie y que los héroes mitológicos busquen las hierbas de la inmortalidad.

La manifestación más contundente del poder se halla en los relieves asirios. En ellos los reyes y sus relatos triunfales se convierten en protagonistas casi absolutos: las escenas de guerra, las batallas, los asedios y asaltos a ciudades, seguidos de la muerte del enemigo, los desfiles de los prisioneros y las procesiones de las poblaciones deportadas o de los pueblos tributarios, convierten las monótonas superficies de los palacios en himnos plásticos exaltadores del poder y de la fuerza de los soberanos, cuando usan su brutalidad.

La religión es uno de los referentes del pueblo mesopotámico, sin embargo, la clase poderosa (reyes y guerreros) la utilizaban como forma de dominación.

“Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres y eran también poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas. Los campesinos cultivaban la tierras de las divinidades y entregaban las cosechas al templo. Los artesanos ofrecían también parte de su producción a la casa de los dioses. El templo aseguraba los útiles precios, los animales de carga e incluso las semillas.

“Los gobernantes eran sólo los administradores de los dones de las divinidades, de las raciones periódicas y especiales que se repartían a la comunidad.”⁵⁰

La cultura mesopotámica, al igual que otras culturas, siempre creyó en seres superiores que no son terrenales, sino más bien divinos.

La persona respetada por todo el pueblo era el Rey, sin embargo el poderío a veces irracional de los Reyes, generó una nueva clase social reconocida y respetada: la burocracia que trabajaba en palacio, quienes eran conocidos como “hijos de palacio”, además respetados y envidiados por las clases más desprotegidas.



Cabeza de un rey acadio

Esta cabeza de bronce de Nive, fechada aproximadamente hacia el 2300 a.C., y que representa a un rey acadio, posiblemente a Naram-Sin, mide 30 cm. Las cuencas de los ojos estuvieron en su origen rellenas con piedras preciosas. El pelo y la barba estilizados son típicos del arte mesopotámico.

⁵⁰ Historia del Arte, no. 45, p. 170, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

1.6.3 La Opinión Pública en la Comunidad Egipcia

La civilización egipcia, muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior. Los asentamientos humanos egipcios, se remonta al periodo Neolítico, cuando existían dos culturas, la primera denominada Alto Egipto, ubicado en el sur, y la segunda en el Bajo Egipto, en el tercer milenio antes de nuestra era, bajo la autoridad de un solo monarca, que convirtió a Egipto faraónico en el Imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad.

Reinos del antiguo Egipto

Este mapa ilustra la extensión de la civilización del antiguo Egipto y sus principales yacimientos arqueológicos.



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 del año I. Sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

La historia egipcia se inicia 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, pues fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la Civilización Egipcia.

Con esta cosmovisión hoy estamos en la posibilidad de conocer cuáles eran los principales referentes públicos de esta civilización: la religión, el culto a los muertos, un respeto irrefrenable a la muerte y hacia las divinidades, la belleza, el respeto a la autoridad dada por sus faraones y convertidos en verdaderas instituciones de poder, el lenguaje, etc.

En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el Rey, quien era tenido por un dios o emisario de un dios y, por lo tanto digno de adoración.



Egipto: la Esfinge y las pirámides

La misteriosa Esfinge, con cuerpo de león y cabeza humana, y la perfecta simetría de las pirámides de Gizeh son símbolos mundialmente conocidos del antiguo Egipto. La más antigua de las tres pirámides se construyó alrededor del 2600 a.C. Todas tienen cámaras funerarias. La imponente estatua de la Esfinge se construyó con gigantescos bloques de caliza hace más de 4.000 años.

Estrechamente ligado al dios Hácón Horus, primer dios del Estado Egipcio, el faraón (término hasta el primer milenio, cuando su figura ya no despertaba el respeto a 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.



Ramsés II

Ramsés II mandó construir grandiosos monumentos durante su reinado, tales como el gran vestíbulo hipóstilo del templo de Amón, que se encuentra en Karnak, y muchos de los templos de Abu Simbel.

Por su parte, el Clero tenía como función asegurar el mantenimiento permanente de la creación y el equilibrio universal, obtenido el primer día del mundo.

Los Egipcios concebían, la vida en la tierra como 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.

La creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias. Por lo que, 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.

Entre sus principales referentes se encuentran:

- Sobrevivencia
- Trascendencia espiritual
- Belleza y
- Lo artístico

1.6.4 La Opinión Pública en el Periodo 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.

El supuesto es que la comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad. Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad. De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo. El consenso será la base de la acción pública.

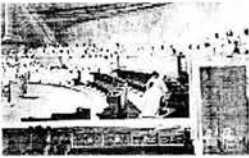
Al hablar de repúblicas democráticas se supone que los asuntos de interés público y que, por lo tanto, afectan el grupo social, se resuelven mediante el consenso ciudadano.

En Esparta y Roma, la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las asambleas. Algunas de las prácticas democráticas de uso más frecuente en Roma eran los comicios y plebiscitos, o también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión).

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 debido a que 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».⁵¹

⁵¹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

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.



El Senado romano

El Senado fue una institución esencial en la historia de Roma, especialmente durante el periodo republicano, ya que el advenimiento y desarrollo del Imperio acabó por significar su completa decadencia.

Lo anterior, 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 este periodo es interesante recalcar dos 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 una sola expresión de la Opinión Pública, sino que hay diversos matices al respecto de un solo tema, no sólo en cuanto a lo que se dice, sino también al número de personas que lo dicen".⁵²

⁵² Torres Lima, Héctor. Segundo Coloquio de Comunicación, pp 6-7. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

- 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.

Entre sus principales referentes públicos se encontraban:

- Democracia
- Guerra y
- Conquistas

1.6.5 La Opinión Pública en la Edad Media

En la Edad Media el referente de la Opinión Pública es la religión. 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.⁵³

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 otros, y así sucesivamente. De esta manera los Reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados.

El elemento ordenador del hombre de la naturaleza era Dios, éste disponía a través de sus representantes divinos en la tierra: los Reyes y señores Feudales.

Los Siervos y en general el grupo social, aceptaban y no replicaban: ¿Para qué discutir los asuntos políticos si en esta vida sólo se esta de paso?, así que se daba por

⁵³ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

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 conformado por la familia real. Por lo tanto, el único asunto de interés común era la fe.

La Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderante en los siglos de dominación Romana y lo confundió con el religioso. Un ejemplo de ello son las ideas religiosas que dominaban como es el caso de "bienaventurados los pobres por que de ellos será el reino de los cielos".

En la Edad Media, se tienen aspectos importantes que son:

- El referente más importante que era la fe religiosa, que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos.
- 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 de asuntos de índole.



Cubierta de un manuscrito

Esta cubierta de un manuscrito, fechada en el siglo XI, muestra el tema de la Crucifixión en el registro inferior y a Cristo en majestad en el superior. Está realizada sobre una placa de plata dorada, con elementos aplicados, fijados con piedras preciosas, y decoración repujada.

1.6.4 La Opinión Pública en el Renacimiento

Retomando el resumen y apuntes del Seminario de Opinión Pública de los avances de Tesis de Maestría de Gallo Romo Olga, se ubicará y se destacará la Opinión Pública en el periodo del Renacimiento.

El mundo occidental de 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.

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.

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 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 la Opinión Pública. Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del Estado, en donde cede el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social están debidamente representados.

El Ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político, volvió a considerarse un derecho de todos los ciudadanos, además de que 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.

En el Renacimiento, 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.

La Opinión Pública cobra un matiz preponderante político, ya que a diferencia de cómo se considera en Grecia y Roma, ahora es considerada un Objeto de Estudio, dada la importancia que representa para lograr cohesión del grupo social y para la conformación e instauración de los nuevos regímenes políticos.

El pensamiento político liberal de los siglos XVIII y XIX se caracterizó por enarbolar preceptos de carácter opuesto, por ejemplo: individuo-nación; sociedad-Estado y voluntad general-voluntad particular. Dicha forma de pensar era incapaz de admitir puntos intermedios, es por ello que en los inicios del pensamiento liberal se negara la existencia de corporaciones, asociaciones o partidos políticos como organismos mediadores. El único poder representativo era el Estado por representar la voluntad general y no anteponer el egoísmo como sucede con la voluntad individual. La Opinión Pública hace una amalgama de todos los intereses individuales.

Al respecto, Rousseau en su denominado Pacto Social señala que una sociedad no puede formarse ni regirse bajo principios individuales y por ende egoístas, sino por una voluntad general que busque en el mejor de los casos el bienestar para la comunidad o mayoría.

Rousseau diferenciaba entre voluntad general y voluntad egoísta de los sujetos: si cada sujeto atendía a lo que su conciencia le dictaba como más idóneo para la comunicad,

manifestaba una voluntad general; si por el contrario, acudía a su propio interés, expresaba una voluntad egoísta.⁵⁴

Si no se acepta el Pacto Social, no se puede gobernar y por lo tanto regirá la voluntad individual.

“Lo expuesto hasta aquí permite considerar que las problemáticas de si la opinión pública es un conjunto o suma de opiniones particulares o si es una reflexión elaborada por una discusión de individuos ilustrados, racionales y conocedores de los asuntos públicos; o bien si es una dicotomía entre la opinión personal y la del grupo social, no son problemáticas que en sí permitan conceptualizarla, sino que estas controversias devienen de las circunstancias históricas y culturales propias del periodo de la Ilustración”.⁵⁵

La Opinión Pública, sirve para legitimar al Estado (gobierno), su estudio ayuda a conocer como están los grupos, pues para gobernarlos se tiene que considerar al público.

Por ello, la Opinión Pública no sería nada más un conjunto o suma de opiniones individuales, ni tampoco sería una reflexión elaborada por individuos ilustrados, racionales y conocedores del asunto público, sino que se es necesario tomar en cuenta los dos, lo primero y lo segundo.

Sin embargo, “desde la perspectiva de la Ilustración, este nuevo campo de estudio debiera contemplar la forma en que se traduce para los gobernantes esa opinión de interés común, que no es la suma de las opiniones individuales, sino una sola opinión que exprese la racionalidad de quienes, a partir de la reflexión de los intereses nacionales, tienen la oportunidad y el deber de guiar a la nación”.⁵⁶

Como un primer acercamiento al origen del concepto de Opinión Pública, se dice que es una abstracción de una realidad interrelacionada entre lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos), es decir, se trata de un campo que cuenta con la intersección de dos temáticas que se requieren mutuamente, pero que se manifiesta además de cómo una intersección como una nueva temática, es decir como un nuevo campo a estudiar.

⁵⁴Du contrat social (1762), Livre I, Chapitre VII: Des bornes du pouvoir souverain, Bordas, Paris, 1972, p.79. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. *Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal*. <http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001, Académico de la Universidad de Oviedo. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

⁵⁵ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁵⁶ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

1.6.6.1 La Doctrina Liberal

“Las teorías rousseauianas pueden conducir a planteamientos democráticos si cada individuo hace uso de una voluntad general aprensible mediante la reflexión, si hace a un lado los intereses egoístas, si todo sujeto estuviera capacitado para poder participar en la aprobación de decisiones. Sin embargo, esta doctrina negó la democracia directa y el sufragio universal, y uno de los argumentos para lograrlo fue el concepto de voluntad general, expresado como Opinión Pública”.⁵⁷

Esto se traduce a que, algunos tenían derecho a votar, otros no, pues el gobernante manifestaba la voluntad de toda la nación, es decir, no todos los individuos pueden representar la voluntad general por que no conocen.

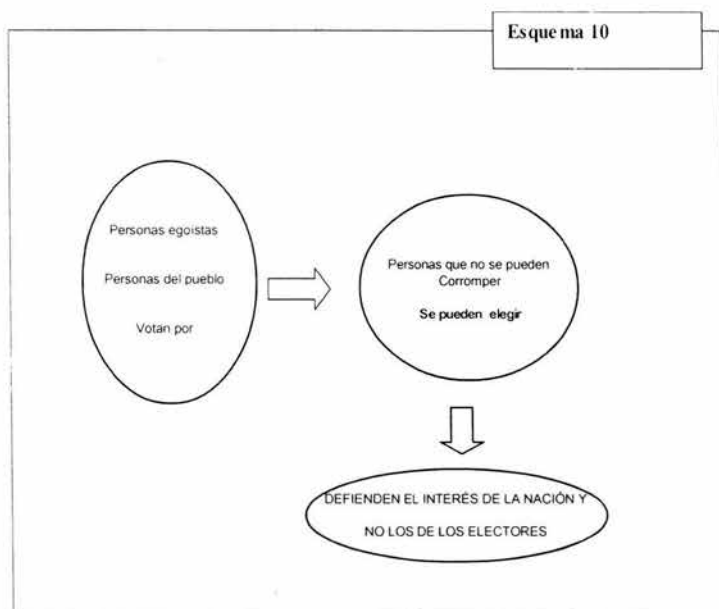
De esta forma, el sufragio restringido pretendía seleccionar a aquellos sobre los que pesaba la presunción de no tener más interés que el general.⁵⁸ Esto sólo era posible con quienes poseían preparación que les permitía ver más allá de su propio beneficio y aquellos que contribuían al sostenimiento del Estado, pues les preocuparía la prosperidad de éste y de sus ciudadanos.

La mal llamada democracia del liberalismo consistía en que sólo aquellas personas que no se pudieran corromper se podrían elegir, y éstas son las que defienden el interés de la nación, aunque esos intereses no sean los mismos de la gente del pueblo, ya que este tipo de personas son egoístas, pero son ellos quienes deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los electores.

⁵⁷ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁵⁸ Benjamín Constant, Principes de Politique (1815), Chapitre V, op. cit., pp. 1111-1112 OJO NOTA 19, P. 22 Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal. <http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

(véase esquema 10)



Una vez que votaban los que representaban la voluntad general, surgió el parlamento, al cual le correspondía en exclusiva dictar la ley, es decir, manifestar la voluntad general. Así, con el acto de la elección culminaba la participación de los ciudadanos en la potestad legislativa y de ser así, la participación se entiende como una intervención directa. No obstante, los individuos conservaban una presencia mediata, no directa, a través de la opinión pública que el Parlamento había de tener en cuenta para determinar qué era voluntad general.⁵⁹

De esta manera, la participación de los individuos se convierte en presencia mediata, no directa, a través de la Opinión Pública, que el parlamento debe tomar en cuenta para determinar cuál era la voluntad general.

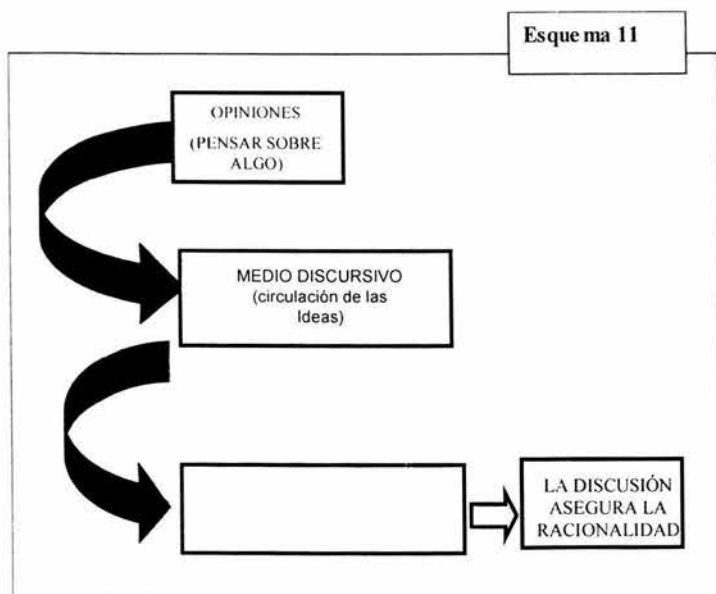
⁵⁹ El Español Constitucional, vol. II, núm. 16, diciembre de 1819. p. 562. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal. <http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales. UNAM, México, 2003.

Es preciso hacer una distinción entre Opinión Pública y voluntad general. La Opinión Pública, está representada por la sociedad, se expresaba colectivamente a través de la Opinión Pública, mientras que la voluntad general, es representada por el Estado, y consiste en la toma de decisiones y elaboración de leyes.

En el liberalismo siempre que al sustantivo opinión lo acompañaba el adjetivo que denotaba su publicidad suponía una opinión general en sentido cualitativo, no porque fuera la opinión de todos, sino por ser una opinión racional que expresaba lo que era mejor para el conjunto. De esta forma, se produce una bifurcación entre Opinión Pública y opiniones.

La Opinión Pública manifestaba la opinión de “lo mejor para todos”, la segunda era mera doxa, conjeturas parciales e interesadas carentes de racionalidad.⁶⁰

Para procurar el tránsito de las opiniones a la Opinión Pública se hace necesario un medio discursivo que permita ponerse de acuerdo en qué era lo mejor para la nación. Esta discusión aseguraba la racionalidad. (Véase esquema 11)



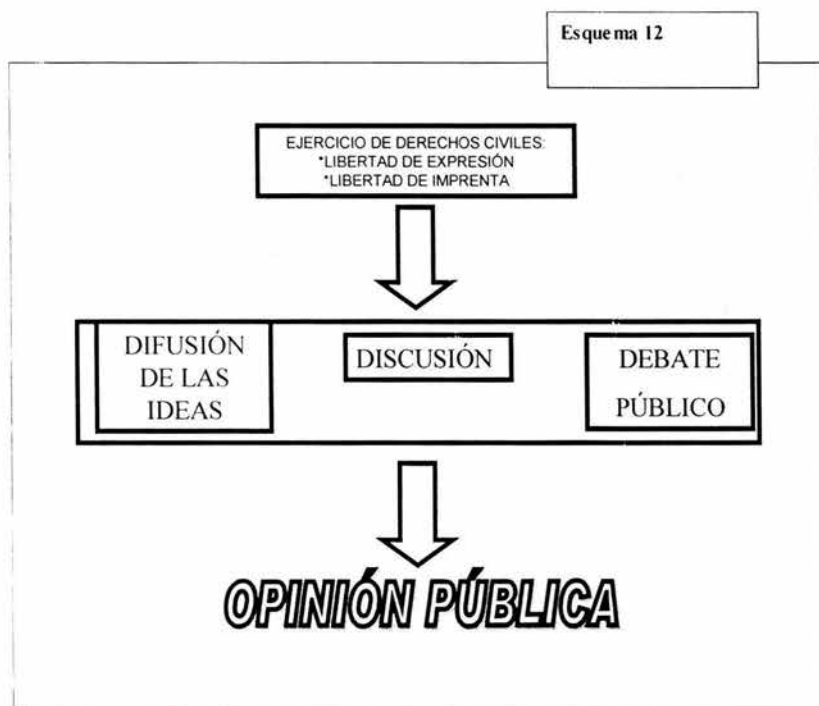
⁶⁰ El Español Constitucional, febrero de 1820, pp. 109-110. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal. <http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

La mera reflexión no resultaba suficiente para alcanzar la Opinión Pública, sino que ésta nace de un "intercambio de luces". Sin embargo, este "intercambio de luces" era difuso porque no se hallaba sujeto a procedimiento. De hecho, aunque el debate social en cierta medida reproducía el debate parlamentario, éste último culminaba con un momento decisivo y procedimental, la votación, ausente en el discurso social.

Entre la difusión de las ideas, la discusión y el debate, se genera la autentica Opinión Pública.

El resultado en este sentido era evidente: mientras que la voluntad general era siempre fácilmente identificable (a través de la ley, aprobada por la regla de la mayoría), la Opinión Pública permanecía siempre cubierta por una tenue niebla susceptible a diversas interpretaciones.

El medio a través del cual se formaba la Opinión Pública era el ejercicio de derechos civiles: la libertad de expresión y la libertad de imprenta. Estas permitían la difusión de las ideas, la discusión y debate públicos, y lograban como resultado final la emergencia de la Opinión Pública. (véase esquema 12)



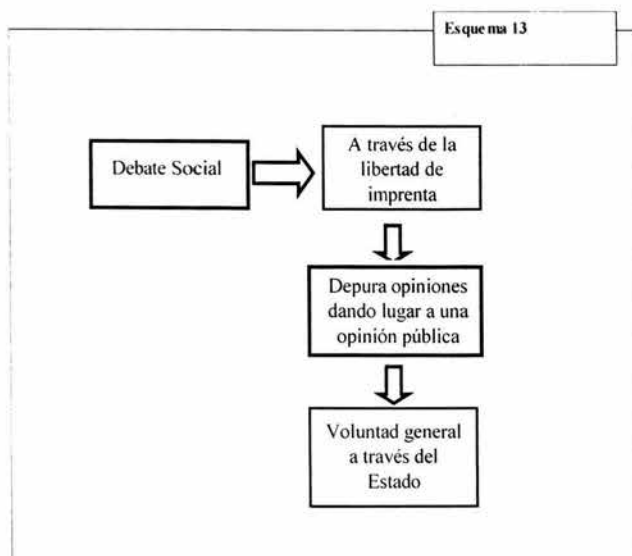
En particular, el liberalismo dio especial atención a la libertad de imprenta como mecanismo de expresión de la Opinión Pública, ya que con ello se permitía reproducir en el ámbito social las restricciones que se aplicaban sobre la formación de la voluntad general.

En el Marco Jurídico de la ilustración la Opinión Pública se sometió al proceso discursivo, en plena facultad de libertad, el “intercambio de luces” y la reflexión sobre puntos de vista propios y ajenos, que resultaban en un acto decisivo manifestado por la mayoría y que determinaba la voluntad general.

Los individuos que podían formar la Opinión Pública debían tener características como:

- leer y escribir
- compartir sus ideas a través de la prensa
- llegar a formar un auténtica Opinión Pública

Se podría concluir que el libre debate social procurado a través del ejercicio de derechos civiles, especialmente la libertad de imprenta, depuraba las opiniones dando lugar a una Opinión Pública considerada desde una perspectiva cualitativa. Esta Opinión Pública sólo podía llegar a ser voluntad general a través del Estado, por lo cual era preciso que se convirtiera en decisión del Parlamento. (Véase esquema 13)



Es importante resaltar que antes de que Rousseau señalara a la Opinión Pública, algunos otros teóricos ya la mencionaban, tal es el caso de W. Temple quien en su ensayo *On the Origin and Nature of Government* (1672) ya usaba la expresión "opinión vulgar" para referirse a todas aquellas opiniones que criticaban el poder político. Un siglo más tarde, F. G. Forster Steele o Bolingbroke utilizó sinónimos como "opinión general" y "espíritu público" para referirse a auténticos fenómenos de Opinión Pública.⁶¹ E. Burke, antes de la Revolución francesa, define a la Opinión Pública como: cuando al hablar de la opinión general se haga coincidir ésta con las reflexiones privadas, hechas en público, sobre los asuntos de interés general. E. Kant y J. Bentham relacionaron la Opinión Pública con los principios de racionalidad y publicidad política. El *Oxford Dictionary* registra, por primera vez, el vocablo "Opinión Pública" en 1782.⁶²

La doctrina de la Opinión Pública debe su primera formulación a la escuela fisiocrática y será Mercier de la Riviere quien se valga de ella, en 1767, para defender el absolutismo, al decir que en esta forma de gobierno quien manda no es en realidad el rey, sino el pueblo por medio de la Opinión Pública.

En el pensamiento de los fisiócratas se da una estrecha relación entre orden natural, leyes, razón y Opinión Pública. El monarca tiene la misión de custodiar el orden natural y el público ilustrado le proporciona la comprensión de las leyes de orden natural. Quien gobierna, por lo tanto, no es el rey, sino la Opinión Pública que emerge de las leyes a través de los ilustrados. Mercier de la Riviere distingue dos tipos de autoridad:

La autoridad de los sabios e ilustrados, encargados de descubrir con la razón y el debate las leyes del orden natural.

La autoridad de los gobernantes, encargados de llevar a la práctica las consecuencias del raciocinio público. La Opinión Pública es fruto de la reflexión común y pública, tiene por sujetos a los ilustrados y publicidad no hace sino expresar las leyes del orden natural. No su visión de las cosas.⁶³

⁶¹ Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política*, p.49, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

⁶² Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política* . p. 49 y 50, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

⁶³ Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política* . p. 50 y 51, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

1.6.6.2 La Opinión Pública en la Época Liberal

El liberalismo abarca de la segunda mitad del siglo XVIII, aparece como la filosofía de la clase burguesa y se define por su confianza en el hombre como ser racional y libre, por el progreso y por la felicidad universal, por la creencia en una armonía natural, social, su visión individualista, pragmática y utilitarista de la vida, etc.⁶⁴

Los liberales trasladan al terreno de la vida pública su idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda también regularán el intercambio de opiniones. Las ideas de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de expresión serán las encargadas de poner en funcionamiento el debate público. “El mercado se ha cambiado por el público y los productos, por las opiniones; y, así como el precio es el resultado del regateo anónimo de todas aquellas personas interesadas en un producto, la Opinión Pública será el resultado del pensamiento de todos aquellos ciudadanos interesados en un tema común.”⁶⁵

Es así como la Opinión Pública se convierte en el instrumento ideal para alcanzar verdades en el terreno político y social, que en otro momento estaban reservadas a la revelación o la autoridad; y el debate público llevado por personas privadas con capacidad racionante y discursiva, conducirá a lo que Wright Mills llama el “concepto de autoridad debatida”. Es decir, la verdad y la justicia ya no dependen del poder establecido, sino de la sociedad, entendida ésta como un organismo de discusión libre, donde todos pueden opinar, escuchar, plantear problemas.⁶⁶

La Revolución Francesa es la revolución liberal por excelencia y con ella triunfa la libertad de expresión, pero como ya se mencionó anteriormente, la Opinión Pública ya venía practicándose años atrás por los ministros fisiocráticos de Luis XVI.

Por los párrafos anteriores se pudo observar y analizar a los diferentes referentes que han existido en torno a la Opinión Pública, asimismo, sirvió para comprobar que la expresión de la Opinión Pública es diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre

⁶⁴ Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política* . p. 53, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

⁶⁵ Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política* . p. 54, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

⁶⁶ Monzón, Cándido, *Opinión Pública, Comunicación y Política* . pp. 54 y 55, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobre-vivencia 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.

Diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:

1. En el modelo clásico de la Ilustración, la Opinión Pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en la calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al que hacer gubernamental y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.
2. En la actualidad la Opinión Pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos en su mayoría, no en su totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan, sino que absorben una agenda de discusión y expresan sus respuestas en monosílabos a no complicadas preguntas sobre circunstancias complejas de la marcha del país y de los asuntos de su administración.

1.6.7 Perspectivas Actuales de la Opinión Pública

La dinámica actual de la Opinión Pública, según anota Nicolás Loza,⁶⁷ hace algunas diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:

1. En el modelo clásico de la Ilustración, la Opinión Pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que generan agendas de discusión, debaten los

⁶⁷ Loza, Nicolás. http://www.unam.mx/ser_hem/nacional/1997/may97/06may97/06pa212.html, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.

2. En la actualidad quienes producen la Opinión Pública y la agenda de discusión son una proporción muy pequeña de la población total y cada vez menos en términos relativos, sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos, es decir, depende de su visibilidad.
3. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias.
4. Los medios de comunicación masiva que hacen visibles a quienes dicen sustentar la Opinión Pública, devienen en verdaderos intermediarios, también con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan, y entre éstos y el gran público.
5. La actual esfera pública está fragmentada. Por un lado, perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la Ilustración, informados, interesados, orientados por el arquetipo racional y con acceso a los medios de comunicación, que participan de la discusión pública: son los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros. En la otra parte, casi como una muda audiencia, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado, o si quiere, informado o interesado a medias.
6. Quienes dicen sustentar la Opinión Pública transitan los parajes de la esfera pública clásica, los de la Opinión Pública ilustrada; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos públicos, la inmensa mayoría de la población adulta, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas.
7. Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre aquello en que los individuos habitualmente no piensan, limitan opciones de respuesta; a lo más, registran lo que llama disposiciones discursivas, es decir, aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían ante tal o cual circunstancia.
8. Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad. Y a pesar de las peculiaridades de la opinión popular, dicho

uso no resulta tan exagerado, pues su medición, cuando se hace con seriedad, registra con los márgenes de precisión y confianza que las técnicas probabilísticas permiten cuantificar, las preferencias públicas con el acierto que la experiencia ha documentado sobradamente, más aún tratándose de cuestiones electorales en competencias democráticas.

9. Pensar que en general el público miente a los encuestadores, o que la mayoría de las agencias de investigación fabrican resultados. Carece de sustento empírico. Ciertamente un entrevistado puede exagerar o minimizar, exhibir u ocultar y a veces simplemente mentir en determinados temas y circunstancias, pero buenos diseños técnicos deben considerar tales circunstancias y temas, para anticiparse a sus efectos. A su vez, sin duda que hay agencias de investigación, como en cualquier otra actividad humana, dispuestas facturar datos a la medida del solicitante, pero son las menos y en el mercado de la credibilidad, principal activo de la bolsa demoscópica, terminan naufragando.
10. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, el que es más complejo que los dichos de los individuos acerca de sí y de sus relaciones, pues se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva. El primero, el paraje de los significados sociales, debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico. El segundo, el de la conciencia práctica, es el territorio para el trabajo antropológico o la investigación participante, que informan lo que hacen los grupos e individuos, y cómo lo hacen, cuáles son sus usos y cuáles sus costumbres. Y por último, el campo de la conciencia discursiva, tiene en las entrevistas, estructuradas o no, pero también en el registro de mensajes, sus técnicas de indagación propias.
11. Los registros de la opinión popular en materia política, es decir las encuestas, dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. En otras palabras, mal haríamos si pensamos que la encuesta agota la complejidad de la vida política de los individuos, por simple que ésta sea. Pero mal haríamos también, si pensamos que la encuesta nada desentraña.

12. Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentarse así: tal proporción de la población ha dicho que votará por un político y tal proporción que lo hará por su rival.⁶⁸

1.6.8 Vertientes Actuales de la Opinión Pública

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

1. Aquellos 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 piensan o hacen. 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 dilucidada a grandes rasgos la ontogenia comunicativa de la expresión de la 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:

1. El código empleado por los medios de comunicación masiva para incluir temas
2. La utilidad de los estudios de Opinión Pública que se realizan en los diferentes grupos sociales.

El estudio que se desarrollará en este trabajo, es conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema específico, por tal motivo es importante conocer el código de ética con el que se realizan los estudios de Opinión Pública.

El código que utilizan los medios de comunicación masiva está en función de los siguientes referentes:

- muertes
- guerras

⁶⁸ Lara, Guido. ¿Existe la Opinión Pública? <http://planet.com.mx/media/edicion23/opinion.htm> con fecha de consulta del 16 de abril de 2001, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

- enfermedades
- religión
- forma de vida cultural
- política
- economía
- educación
- relaciones sociales
- medios de comunicación
- emociones

Cada uno de estos referentes tiene tres variables:

1. El grado de afectación a la sobre vivencia
2. El número de afectados
3. La cercanía a los receptores

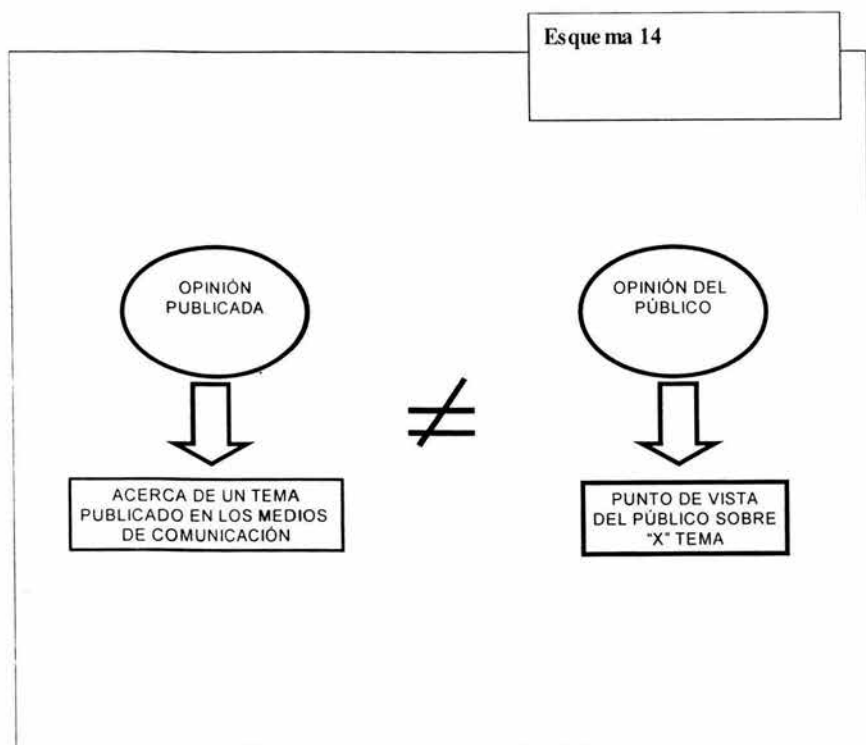
Acerca de la utilidad de los estudios de Opinión Pública que se realizan en los diferentes grupos sociales, si bien se deben tomar con las reservas teóricas aquí enunciadas, no sólo representan la aplicación de métodos y técnicas precisas y con ciertos grados de confiabilidad, sino que sirven, la mayoría 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 disciplinas, 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. 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.

“En un escrito de Guido Lara titulado ¿Existe la Opinión Pública? se explica que al tratar de entender el concepto de Opinión Pública y su aplicación social y económica es necesario hacer la distinción entre opinión del público y la opinión publicada:

“Mientras que la opinión publicada es aquella que se refleja en los medios de comunicación sobre un tema determinado, la opinión del público es el punto de vista, emociones y sensaciones de los ciudadanos sobre el asunto”.⁶⁹

Opinión publicada y opinión del público no son lo mismo, y afirmarlo implicaría suponer que las opiniones de todos los grupos sociales se reflejan equilibradamente (en cantidad y calidad) en los medios de comunicación, lo cual evidentemente es falso”: (Véase el esquema 14)



⁶⁹ Lara, Guido. ¿Existe la Opinión Pública? <http://planet.com.mx/media/edicion23/opinion.htm> con fecha de consulta del 16 de abril de 2001, citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

Guido Lara considera que también es importante hacer otra distinción: hay un grupo de personas que al hacer uso de los medios de comunicación masiva hacen alusión de la opinión pública, hablan por ella, expresan la opinión del público; sin embargo, tal alusión, en la mayoría de las veces es sólo un argumento usado sin ninguna validez dado:

“...que en gran medida, esa alusión es fabricada, maquinada por agentes y dispositivos que compiten por ser quienes la expresen (aunque sea dando la impresión de que tan sólo la analizan y la ponen en claro). De manera que esta coalición de investigadores, analistas políticos, consultores, publicistas, asesores en mercadotecnia política y periodistas, hace uso conjunto de sus tecnologías para dar vida a una opinión pública que ellos mismos han creado”.⁷⁰

Por el contrario, quienes hablan por la Opinión Pública deberían ser aquellos que conocen la opinión del público, que no publican sobre lo que otros han publicado, que han entrado en contacto con las personas de carne y hueso, que han comprendido las motivaciones, intereses, prejuicios y expectativas del público. (Véase el esquema 15)

1.6.9 Aportes de la Investigación Norteamericana a los Estudios de Opinión Pública

La investigación contemporánea mediante encuestas es producto básicamente, en este siglo, de investigadores norteamericanos. La contribución al método de las encuestas es resultado del desarrollo de varios sectores de la sociedad:

La Oficina del Censo de los Estados Unidos. Su contribución radica en los aportes al campo del muestreo y la recolección de datos, aunque es más conocida por su enumeración decenal de toda la población, la mayoría de las actividades se dedica a formar una serie continua de encuestas de muestreo, ofreciendo datos demográficos y económicos actualizados.⁷¹ “La Oficina del Censo ha desempeñado un papel de singular importancia en la creación de definiciones estandarizadas para muestreo y métodos

⁷⁰ Lara, Guido. *¿Existe la opinión pública?* <http://planet.com.mx/media/edicion23/opinion.htm> con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁷¹ Babbie, Earl R. *Métodos de Investigación por Encuesta*. p. 2. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

para aplicar estas definiciones de campo. Y al mismo tiempo, los datos generados por la Oficina han constituido un recurso inapreciable para el desarrollo de creaciones de muestreo en encuestas específicas.⁷²

Paul F. Lazarsfeld es considerado uno de los pioneros de la investigación por encuestas. Este investigador llegó a América con una sólida formación intelectual realizada en Europa. Se interesó en el estudio de los fenómenos sociales relacionados con la comunicación, específicamente la comunicación política, además de desarrollar técnicas rigurosas para aplicar métodos empíricos a temas sociales. Algunas de las aportaciones más significativas de este sociólogo son:

- Vislumbrar el potencial tecnológico (equipo mecanizado procesador de datos, las primeras tarjetas perforadoras y el contador de tarjetas, y luego las computadoras) para la realización de la investigación social analítica y para lanzar a los sociólogos por el camino para aprovechar este equipo ⁷³
- Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formalizar la lógica del análisis de encuestas
- El desarrollo del centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia

Samuel A. Stouffer. Fue también uno de los pioneros en la investigación al aplicar métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales, empezando con análisis de los efectos de la depresión en los Estados Unidos, y la compilación de datos tocantes a la condición de los negros norteamericanos durante los treinta. Al inicio de la segunda guerra mundial, este hombre dirigió la Rama de Información y Educación del Ejército de los EUA, reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestiones tocantes a la prosecución de la guerra. Luego, durante el macartismo de comienzos de los cincuenta, dirigió encuestas nacionales para examinar los efectos de la cruzada anticomunista. ⁷⁴ El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente

⁷² Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta, pp. 62-63. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁷³ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta, p.64. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁷⁴ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta, pp.63-64. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, entre lo más importante.

Universidades, Instituciones y Asociaciones. Lazarsfeld y Stouffer contribuyeron a reunir y preparar a jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia como: el Centro Nacional de Investigación de la Opinión, de la Universidad de Chicago; el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de Michigan y el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley.

Aunque los institutos nombrados anteriormente han sido los más importantes para el desarrollo de los métodos de investigación por encuestas, en la actualidad existen institutos similares en universidades por todos los Estados Unidos y ahora en países latinoamericanos como Brasil y México.

Del mismo modo, la Asociación Norteamericana para la investigación de la Opinión Pública (AAPOR), es el eje en cuanto a reunir a practicantes, académicos, empresas y gobiernos en torno a los estudios por encuesta, y el *Public Opinion Quarterly (POQ)*, publicación de AAPOR, que es la revista clave en cuanto a desarrollo de las investigaciones. En la primera etapa de la revista POQ (nace en 1937) tiene una sección dedicada a las encuestas, al estudio y cuantificación de la Opinión Pública.

La práctica de las encuestas en este momento exige una discusión teórica que en estas primeras etapas se centra especialmente en la naturaleza de los cuestionarios: ¿Cómo confeccionar las preguntas, cómo y quién debe formularlas, a través de qué medio?, entre otros aspectos.⁷⁵

Empresas comerciales. George Gallup, Elmo Roper y, más recientemente, Louis Harris, son empresas que han generado una fuente continua de fondos para apoyar la creación y el uso de métodos de encuesta, particularmente en los campos de mercadeo de productos y encuestas políticas.

Más recientemente, las encuestas comerciales han resultado fuente inapreciable de datos para el análisis secundario y se han publicado muchos libros y artículos

⁷⁵ Aceves, José I., Gomez Castelazo, M. y Torres Lima Héctor. (comps.) *Antología en Comunicación*. p. 62. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

académicos en que se informa con el más detallado análisis de datos inicialmente recabados con procesos descriptivos y comerciales.⁷⁶

Es conveniente señalar que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen hoy los investigadores sociales. Los métodos de encuesta no son apropiados para muchos temas de investigación, ni constituyen necesariamente el mejor enfoque a ciertos temas a los que razonablemente se puedan aplicar. Sin embargo, puede emplearse con provecho en el examen de muchos temas sociales y ser especialmente eficaz cuando se le combina con otros métodos.

Algunas de la virtudes de la investigación por encuesta son:

1. En la práctica, los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato, a menudo, permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas. Mediante el examen de cientos y aun miles de interrogados en las encuestas, es posible, poner a prueba proposiciones complejas que incluyan diversas variables de interacción simultánea⁷⁷
2. Cada vez que el investigador por encuestas trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, deben adoptar una actitud determinista. Y cada vez que el formato de la encuesta le permita hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa efecto.⁷⁸
3. Las encuestas de muestreo casi nunca se efectúan con el propósito de describir la muestra particular que se está estudiando; más bien se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra. De manera similar, los análisis explicativos en la investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas acerca del comportamiento humano.

⁷⁶ Aceves, José I., Gomez Castelazo, M. y Torres Lima Héctor. (comps.) Antología en Comunicación. p. 63. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁷⁷ Aceves, José I., Gomez Castelazo, M. y Torres Lima Héctor. (comps.) Antología en Comunicación. p. 67. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁷⁸ Aceves, José I., Gomez Castelazo, M. y Torres Lima Héctor. (comps.) Antología en Comunicación. p. 68. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

4. Los métodos de investigación por encuesta facilitan la apertura de la ciencia, ya que incluye la recolección y cuantificación de datos, que se convierten en fuente permanente de información. Es posible analizar un cuerpo determinado de datos de encuesta poco después de ser recabados y encontrarse que confirman una teoría particular de la conducta social. Si la teoría misma pasa después por modificaciones, siempre será posible volver al conjunto de datos y reanalizarlos desde la nueva perspectiva teórica. Esto no sería tan fácil en el caso de métodos de investigación menos rigurosos y menos específicos.⁷⁹

1.7 La ética en los estudios de Opinión Pública

En estas líneas, no se pretende, por incapacidad teórica y de práctica en la temática de la ética, por parte de quien escribe, realizar un análisis o comentarios sobre el código de AMAI (Asociación Mexicana de Investigación de Mercado y Opinión Pública), pero sí importa resaltar que cualquier actividad humana, y por ende social, tienen una afectación a otras personas, sobre todo cuando se trata de la Opinión Pública de un grupo social, puesto que quien investiga se asume como un portavoz de los encuestados, porque se puede legitimar de alguna u otra manera una toma de decisión que afecte a los miembros del grupo social; Es decir, si consideramos que el estudio de la Opinión Pública, como toda acción humana que tiene repercusiones en las conductas e ideas del humano, es ejercida con conocimiento de lo que se hace y con libertad, es entonces susceptible de atribuírsele una responsabilidad moral⁸⁰ a quienes la investigan y hacen uso de los resultado de tales investigaciones. Conviene, quizá no discutir, ni teorizar sino sólo anotar el código de ética de la Asociación Mexicana de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). A continuación se presenta la transcripción.

⁷⁹ Aceves, José I., Gomez Castelazo, M. y Torres Lima Héctor. (comps.) *Antología en Comunicación*. p. 71. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

⁸⁰ Aguayo, Enrique. *La Hermenéutica Filosófica de Maurice Beuchot*. Cap. VIII. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

1.7.1 Código de Ética de la Asociación Mexicana de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)

La filosofía del código de ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y Opinión Pública en México.

Disposiciones Generales

Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Es responsabilidad de los miembros de la Asociación Mexicana de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) conocerlas, acatarlas y difundirlas entre sus empleados, subcontractados y Clientes, así como denunciar ante el Consejo Directivo de la Asociación a quien o quienes las violen.

Toda circunstancia no prevista por el siguiente Código será resuelta por la comisión de Honor, el Consejo Directivo o la Asamblea de Asociados según lo determine el órgano consultado.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993.

Responsabilidad con los informantes

1. El informante de Estudios de Mercado y Opinión Pública deberá recibir seguridad, ya sea en forma escrita o verbal, que sus datos y respuestas:
 - A. Serán manejados en estricta confidencialidad, de tal modo que el/los receptor(es) de la Investigación sólo recibirán datos agregados sin personalizar nombres o empresas participantes en el estudio
 - B. No implicarán contactos posteriores salvo los necesarios que requiera el diseño de investigación o los controles del mismo (como visitas de supervisión ya sea por parte del Cliente o de la Empresa de Investigación). Quien realice estos controles lo deberá hacer de forma absolutamente profesional, evitando que se hagan visitas múltiples para la validación, o

bien alguna otra conducta que pudiera hostigar o avergonzar al informante.

- C. No se utilizarán para actividad alguna que no sea la Investigación, tales como lista de correos, catálogos para ventas, directorios, etc.
2. Se deberá resguardar el derecho del informante a no participar en investigaciones o interrumpir su participación si así lo desea.
3. Antes de que el informante participe en el estudio se le hará conocer la(s) retribuciones que obtendrá en caso de haberlas
4. Salvo en los casos estrictamente indispensables, en que la metodología utilizada lo requiera, a petición del informante, se le deberá advertir de antemano el tipo de observación o registro que se empleará para recabar sus respuestas
5. En todos los casos el informante debe tener la seguridad de que participa en una Investigación genuina, y no en algún otro tipo de actividad mercadotécnica (como promoción, venta directa, distribución, etc.)
6. El informante deberá tener conocimiento previo del nombre de la Empresa de Investigación, y si así lo requiere, los datos generales de identificación de dicha Empresa de Investigación que se responsabiliza del estudio, asegurándole que recibirá atención en caso de queja
7. El investigador deberá tener plena seguridad que la participación del informante no implica riesgo o responsabilidad alguna, inmediata o posterior para su persona
8. Si el estudio requiere entrevistar niños, en el caso de una negativa por parte del padre/madre, tutor o algún adulto responsable, no se llevará a cabo la entrevista.
9. La Empresa de Investigación deberá asegurarse que la metodología utilizada y los temas estudiados no provoquen hostigamiento y/o molestias en el informante. Así mismo deberá exhortar a sus Clientes a que tomen en cuenta lo anterior al acordar el diseño de la metodología aplicable en cada caso, que responda a sus necesidades de información.

Responsabilidad social

10. En todos los casos se deberá respaldar el propósito legítimo de la Investigación que es ayudar a los receptores de los estudios a conocer el estado y avance de sus mercados y públicos, así como desarrollar estrategias que redunden en el bienestar de la sociedad en general.
11. Los miembros de AMAI se comprometen a no llevar a cabo o participar en actividad alguna que confunda la Investigación de Mercados y de Opinión Pública con la recolección y uso de información para:
 - A. Conocer o evaluar la actuación personal del informante con fines legales, políticos, laborales, financieros, crediticios o de otra índole
 - B. Formar listas, registros o bancos de datos con cualquier otro propósito que no sea la Investigación de Mercados y de Opinión Pública
 - C. Espionaje de cualquier tipo
 - D. Cobranza de deudas
 - E. Influir en actitudes o conductas del informante
 - F. Intentos directos o indirectos de ventas de productos o servicios

Responsabilidades mutuas con Clientes y receptores de los Estudios

12. Las relaciones entre una Empresa de Investigación de Mercados y Opinión Pública y los Clientes para los cuales se conducen estudios deben ser de tal naturaleza que generen confianza y respeto mutuo. Deben ser caracterizadas por su honestidad y confidencialidad
13. El proveedor de Investigación y Cliente podrán establecer un acuerdo de trabajo en la forma en que mejor les convenga, siempre y cuando se asegure el cumplimiento de este Código
14. Sin compromiso alguno de aceptación, el proveedor de Investigación presentará al Cliente que lo solicite una propuesta de trabajo que especifica claramente:
 - A. Objetivos y propósitos del estudio
 - B. La metodología que se recomienda

- C. El procedimiento de Investigación que se seguirá
 - D. El tipo de producto que se ofrece entregar al término del proyecto
 - E. El tiempo estimado para realizar el proyecto
 - F. El costo de la Investigación y las condiciones de pago del mismo
15. El Cliente tiene el derecho de solicitar a varios proveedores propuestas diferentes al mismo proyecto, bajo la inteligencia de que ninguno de los concursantes conocerá el contenido de otra propuesta que no sea la propia ni antes ni después de asignado el proyecto
 16. El estudio deberá conducirse de acuerdo a la propuesta aprobada. Sin embargo, si en el transcurso del proyecto es notoria la necesidad de efectuar modificaciones, éstos deberán ser aprobados de común acuerdo entre Cliente y Empresa de Investigación
 17. En el caso de que el proyecto requiera la participación de Empresas subcontratadas (mexicanas o extranjeras), se hará del conocimiento del Cliente, si así lo requiere, los datos del subcontratado así como la(s) fase(s) del proyecto que realizarán. Aún así, toda la responsabilidad ante el Cliente será del proveedor final del proyecto
 18. El proveedor de Investigación asumirá por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos que emplee en la realización de la Investigación
 19. El Cliente tendrá derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto, y a supervisar las fases que juzgue necesario, siempre y cuando no obstaculice el cumplimiento de la Investigación o ejerza acción que vaya en contra alguna de las normas de este Código
 20. Salvo que exista un convenio escrito que indique lo contrario, el Cliente no tiene ningún derecho de exclusividad, total o parcial, sobre ninguna Empresa de Investigación
 21. Cualquier tipo de soborno, sin importar la cantidad, es inaceptable y es una violación a las obligaciones éticas fundamentales de las Empresas de Investigación. Las Empresas de Investigación y/o sus directivos y empleados, en ningún momento deberán dar y/o aceptar regalos en forma de dinero a/de sus Clientes

Estándares de Reportes y Productos de Investigación

22. Al proporcionar los productos del proyecto, cualquiera que sea su forma (escrito u oral), el investigador buscará distinguir aquello que corresponda a los resultados propiamente de la Investigación y sus juicios, opiniones o interpretaciones al respecto
23. Salvo que se acuerde lo contrario entre el Cliente y la Empresa de Investigación, al proporcionar un producto de Investigación se deberá especificar la siguiente información:
 - A. La identidad del Cliente, el propósito y objetivos del estudio y los nombres de los subcontratistas o asesores externos que hayan colaborado en el proyecto
 - B. La descripción conceptual y numérica de la muestra, tanto planeada como efectiva, y su cobertura geográfica. Cuando sea relevante, deberán agregarse los criterios de ponderación y expansión empleados en el cálculo de datos, así como los niveles de confiabilidad de los resultados y las fuentes posibles de sesgo estadístico
 - C. Una descripción del método empleado para recabar la información, los controles seguidos para verificarla y validarla, y las fechas en que se hizo
 - D. Si las hubiera, las fuentes de las que se obtuvieron datos secundarios para el proyecto
 - E. Descripción y/o copia de los instrumentos de Investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes
 - F. Los resultados obtenidos indicando la muestra o submuestra a que corresponden
 - G. El proveedor de Investigación elegirá el formato más adecuado para presentar la información al Cliente, siempre y cuando no contradiga las normas de este Código

Uso de la información recabada

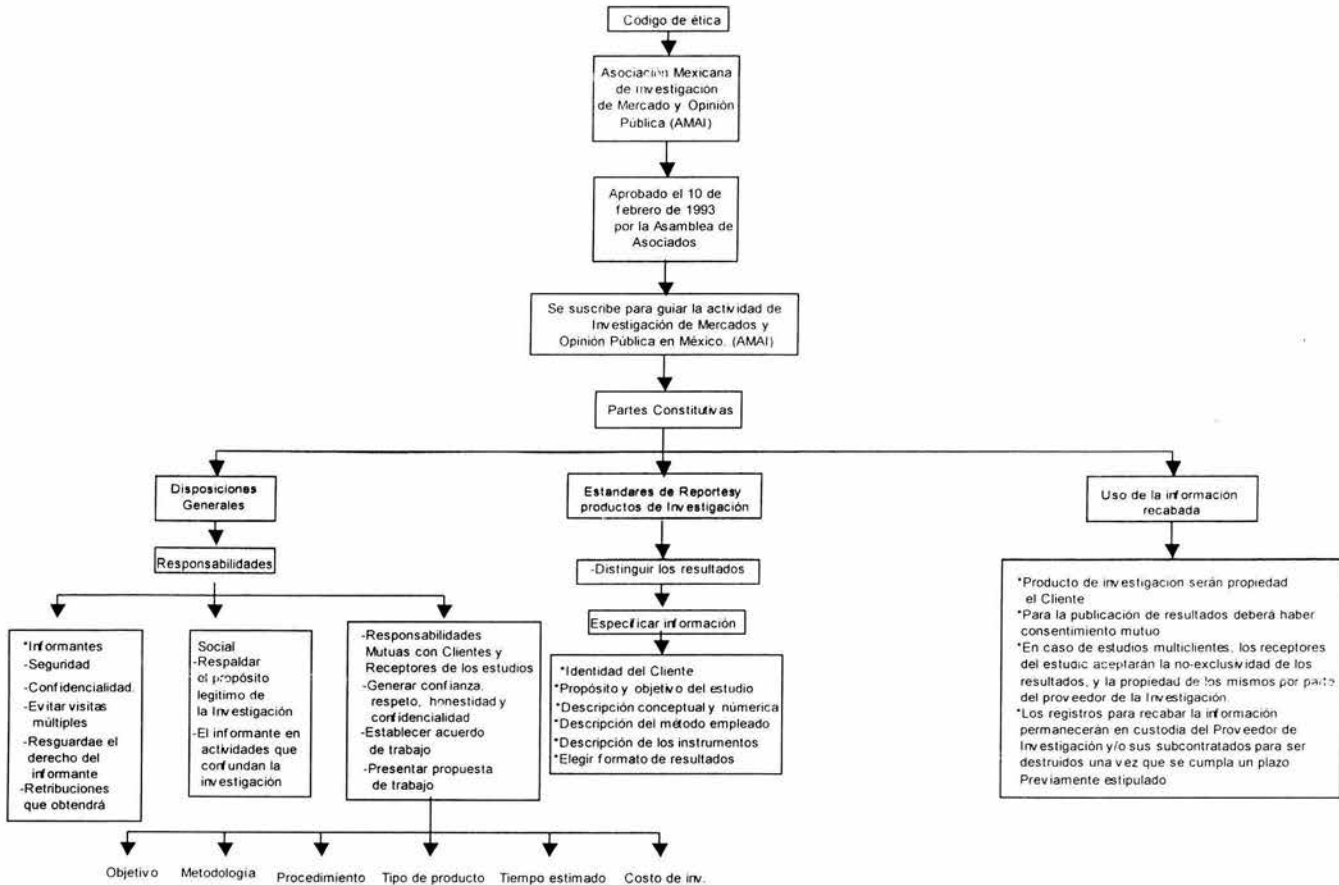
24. Los productos de Investigación tales como reportes, presentaciones, bases de datos u otro que se haya acordado serán propiedad del Cliente del estudio, bajo el entendido que no los podrá distribuir en ninguna forma a terceros no autorizados de común acuerdo con el proveedor de la Investigación
25. Para la publicación de resultados deberá haber consentimiento mutuo del Cliente y el Proveedor de la Investigación, especificando de común acuerdo los detalles que se publicarán y los que se mantendrán en confidencialidad, tanto resultados como los nombres del Cliente y el Proveedor
26. En el caso de estudios sindicados o multicliente, los receptores del estudio aceptarán la no-exclusividad de los resultados, y la propiedad de los mismos por parte del proveedor de la Investigación. Así mismo se les debe informar a cada uno de los Clientes involucrados acerca de la existencia de otros participantes pero no necesariamente su identidad
27. Los registros que en cualquier formato se hayan empleado para recabar la información permanecerán en custodia del Proveedor de Investigación y/o sus subcontratados para ser destruidos una vez que se cumpla un plazo previamente estipulado.

Lo antes explicado se sintetiza en el esquema 16

IMPORTANCIA DE UN CÓDIGO DE ÉTICA

La importancia de un código de ética, radica en que considera valores que se encuentran en una sociedad, ejemplo de ellos es: la honestidad, el respeto, la honradez, sinceridad, entre otros. Éstas, también pueden ser normas con las cuales conviven las sociedades.

El código de ética en los estudios de Opinión Pública, legitima el trabajo de un proveedor de estudios de Opinión Pública, además de que inciden en toma de decisiones por parte del Cliente, ya sea: políticas, económicas, sociales, entre otros. Estas tomas de decisiones pueden tener beneficios u en su defecto pueden causar daños de distintas índoles.



Asimismo, el código de ética, compromete al proveedor de estudios de Opinión Pública con el Cliente, sin embargo este compromiso tiene muchas limitantes, una de ellas es que no se especifica los castigos a los que se hace acreedores cuando no se cumple con las normas del código de ética. Esto quiere decir que no se encuentra tipificado en la ley.

Finalmente, se resumiría que la utilidad real del código de ética es de legitimación, es decir, muestra la seriedad de una empresa proveedora de estudios de Opinión Pública, así como su reputación, confianza y seguridad para el cliente, sin embargo carece de credibilidad por no estar estipulada en la ley.

Capítulo 2

MARCO CONTEXTUAL



Capítulo 2

MARCO CONTEXTUAL

La Delegación Xochimilco, puso en marcha el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, lugar que fue declarado junto con la zona lacustre, Patrimonio Cultural de la Humanidad, dicho nombramiento lo dio la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el año de 1987.

Desde su origen, esta demarcación ha presentado una gran riqueza cultural y natural, no sólo para sus habitantes sino para todo el valle de México, sin embargo, su acelerado desarrollo desató un gran crecimiento urbanístico y poblacional lo que ha provocado un gran desequilibrio ecológico por la invasión de sus áreas de conservación. La situación actual no es tan alentadora, los asentamientos humanos irregulares, la contaminación de sus canales, el creciente comercio informal, la falta de una cultura de limpieza y la falta de programas que den mantenimiento a la zona, han puesto en riesgo la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En este capítulo se aborda: el origen, desarrollo y situación actual de la Delegación Xochimilco, también se da a conocer los antecedentes o trabajos que se hicieron para conservar a esta demarcación de tal manera que se permita describir el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, su misión, importancia e impacto social.

2.1 Ubicación Histórica de la Delegación Xochimilco

La Delegación Xochimilco se ubica al sur del Distrito Federal y colinda al norte con las delegaciones de Tlalpan, Coyoacán, Iztapalapa y Tláhuac; al este con las

delegaciones Tláhuac y Milpa Alta; al sur con las delegaciones Milpa Alta y Tlalpan; al oeste con la Delegación Tlalpan.

La superficie total de Xochimilco asciende a 12, 517 hectáreas, de las cuales 2, 505.8 hectáreas (20.1%) son suelo urbano y 10, 011.2 hectáreas (79.9%) son suelo de conservación. De acuerdo con el Programa General de Ordenamiento Ecológico del Distrito Federal la mayor parte de la superficie de Xochimilco, es decir 4,100 hectáreas aproximadamente, corresponden a la categoría de zonificación «Agroecológica» y se ubica en superficies lacustres y zonas de pie de monte de la Delegación.

Esta ubicación, muestra la importancia que tiene el lugar para la Ciudad de México, pues con sus áreas de conservación ecológica permite dotar a la Ciudad, del vital líquido.

2.1.1 Origen

El origen de esta demarcación se remonta a tiempos prehispánico, lo cual muestra la importancia histórica y cultural que a través del tiempo vienen desarrollando.

Los diversos aspectos de la historia del pueblo de Xochimilco con respecto a su origen, su desarrollo y la manera en que su población logró sobrevivir, se da en el turbulento proceso que significó la conquista española.

La explicación de los principales elementos que caracterizaron a la estructura social de Xochimilco durante la época prehispánica, se da a partir de la llegada de los xochimilcas al sur de la cuenca, la irrupción tepaneca y, posteriormente, la mexica, que constituyen la primera parte de su historia. Posteriormente, la conquista europea y el primer siglo colonial implicaron profundos cambios en la distribución de los recursos y el poder.

El acercamiento a la historia del pueblo de Xochimilco, aborda de manera global a la sociedad indígena, pues los cambios y continuidades vividos en este espacio son un ejemplo de lo que sucedió con otros pueblos mesoamericanos. Desde una perspectiva diacrónica, los procesos que incidieron en la formación y transformación de un *altepetl* como el de Xochimilco, estuvieron presentes de manera definitiva en la formación de los pueblos o de las posteriormente llamadas «comunidades».⁸¹

⁸¹ Pérez Cevallos, Juan Manuel. Xochimilco Ayer I. Delegación Xochimilco, Instituto Mora, 2002. p.11

El escenario está ubicado entre las montañas del Eje Volcánico central, la cuenca de México, conocida comúnmente como Valle de México y que albergaba varios lagos, es hoy la sede del mayor complejo urbano del mundo. En este escenario, desde hace muchos siglos se fundaron pueblos en la ribera lacustre. Hacia el sur, «rodeada de una serie de conos volcánicos, se extiende una subdivisión del Valle, la cuenca de Xochimilco-Chalco». ⁸² Ahí se ubicó-el *altepetl* o pueblo de Xochimilco.

A la llegada de los españoles y desde hacía varios siglos, la orilla del sistema lacustre iba desde los límites del lago, hasta los altos de Morelos, y la cordillera «que hoy en día se llama Thchimilco y por otro nombre Ocopetlayuca» ⁸³, en el actual estado de Puebla. En la parte meridional de la cuenca había dos lagos: el de Chalco y el de Xochimilco, si bien en realidad era uno solo separado por una albarrada o dique construido artificialmente por el hombre prehispánico; en las riberas del segundo se dio la ocupación de uno de los asentamientos más importantes desde la época prehispánica. Xochimilco es de clima templado y frío. En las faldas de la sierra predomina un clima semifrío, con una temperatura anual de entre 14 y 23°C, y para el resto un clima templado, con una precipitación moderada desde marzo hasta mediados de octubre.

Xochimilco se encuentra bordeado por macizos montañosos y se caracteriza por ser un territorio con una variedad de relieves. Sus diversas altitudes forman pequeños valles rodeados de exuberantes bosques mixtos y de coníferas. Con excepción de los llanos la mayor parte de su territorio es accidentado.

La red de ríos y manantiales que se desprende de las montañas desemboca en el lago. Además de arroyos, se pueden encontrar varios ojos de agua.

En la época prehispánica y colonial, la provincia de Xochimilco contó con dos zonas de explotación importantes: las tierras altas o pié de monte y la zona lacustre. Cada zona poseía ecosistemas que permitían la explotación y el aprovechamiento múltiple de sus recursos naturales. De las zonas boscosas se aprovechaba la madera para la construcción de canoas, puentes, diques y edificios. De la misma zona se extraían grandes cantidades de piedra y cal que se usaban en las obras públicas.

ESTA TESTA NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

⁸² Pérez Cevallos, Juan Manuel. Xochimilco Ayer I. Delegación Xochimilco, Instituto Mora, 2002.p.11

⁸³ Pérez Cevallos, Juan Manuel. Xochimilco Ayer I. Delegación Xochimilco, Instituto Mora, 2002.p.11

La flora y la fauna de este espacio se complementaban con los productos que obtenían del lago. El lago de Xochimilco, cubierto en su totalidad por chinampas, tenía una vegetación variable, y estaba poblado por varias especies de peces, ranas, tortugas, patos, gallinas de agua, ajolotes y acociles. El nivel de sus aguas no variaba a lo largo del año, excepto en las épocas de demasiadas lluvias y cuando rebasaba sus límites e inundaba todo el lecho lacustre. Tanto en las llanuras aluviales, como en las lomas de los cerros y la zona chinampera, los productos que se cultivaban y cosechaban eran el maíz, la calabaza, el frijol, el chile y el huahtli, los cuales constituían la dieta básica de los xochimilcas. A ella se agrega la recolección de plantas, la pesca y la caza⁸⁴.

Los habitantes de Xochimilco desarrollaron un «sistema único de agricultura intensiva altamente productivo, formado por una sucesión de campos elevados dentro de una red de canales dragados sobre el lecho del lago»⁸⁵. Una característica de Xochimilco es que la laguna estaba casi cubierta por chinampas rodeadas por canales. Las chinampas se veían enriquecidas por nuevas capas de *humus* que se extraía del fondo de la laguna. Esto permitía la renovación de los suelos y evitaba el desgaste de las mismas, incrementando la producción.

Por su posición geográfica, Xochimilco ocupó un sitio estratégico entre la ciudad de México y los valles de Puebla- Tlaxcala y de Cuernavaca.

Los primeros pobladores del sur del Valle de México ocuparon un escenario muy particular, serranías cubiertas de bosques; praderas llenas de pastos, conos volcánicos apagados; cerros que emergían como islas dentro del lago, valles intermontanos con sus ricos mantos de formación aluvial, un gran lago en el centro y ríos que de las vertientes montañosas venían a desaguar en él.

Transcurrieron muchos siglos para que aparecieran los primeros grupos sedentarios que ocuparon, a partir de 2500 a.C., las áreas planas que poseían un buen potencial productivo y adecuada humedad, pues antes vivieron a expensas del «bisonte, caballo, mamut y otras especies hoy extintas»⁸⁶, aprendieron a usar herramientas de piedra, vivían en cuevas y recorrían un gran territorio persiguiendo a los animales. La agricultura y sobre todo la domesticación del maíz obligó a la población a establecerse en lugares

⁸⁴ Juan Manuel Pérez Zevallos, *Xochimilco Ayer I*, Delegación Xochimilco, Instituto MORA, 2002. p.12.

⁸⁵ Juan Manuel Pérez Zevallos, *Xochimilco Ayer I*, Delegación Xochimilco, Instituto MORA, 2002. p.12.

⁸⁶ Juan Manuel Pérez Zevallos, *Xochimilco Ayer I*, Delegación Xochimilco, Instituto MORA, 2002. p.13.

permanentes, al desarrollo de la vida sedentaria, al estudio u observación del tiempo y al desenvolvimiento de nuevas industrias.

A partir de su establecimiento en la vida sedentaria, los xochimilcas empezaron a tener sus gobernantes de acuerdo a su sistema de vida.

Los primeros gobernantes prehispánicos fueron por mencionar algunos, Acatonalli, el Primer señor xochimilca gobernó durante 23 años y fue sucedido por Tlahuitechutli, quien gobernó a su pueblo durante 7 años, entre otros.

En 1871, en la época revolucionaria fue construido el palacio municipal por orden del Doctor José Zeferino Rivera, posteriormente tras la entrada triunfal del Presidente Madero a la capital, el 15 de Julio de 1911 toma posesión como encargado del gobierno de Xochimilco el Lic. Modesto Romero Valencia, quien es sucedido en el cargo por 10 presidentes municipales más⁸⁷.

2.1.2 Desarrollo

El desarrollo de la Delegación Xochimilco se da en varias etapas de su historia, la constitución de 1917, dio al Congreso de la Unión la facultad para legislar en todo lo relativo al Distrito Federal y Territorios Federales, sometiéndose a las siguientes bases: «Primera: el Gobierno del Distrito Federal estará a cargo del presidente, quien lo ejercerá por conducto del órgano u órganos que determine la ley respectiva»⁸⁸

Un decreto del mismo año de 1917, restituyó a los ayuntamientos de las municipalidades foráneas del Distrito Federal en la que se incluía a Xochimilco.

A partir de 1929, se decretó la ley Orgánica del Distrito Federal y de los Territorios Federales. Esta ley dividía al Distrito Federal en un departamento y 13 delegaciones, por lo que un Jefe del Departamento del Distrito Federal, dirigía los destinos de la ciudad, siendo designado por el encargado del Poder Legislativo.

Dos años más tarde la Ley Orgánica fue modificada, y en esta ocasión el territorio del D.F. quedó dividido en la Ciudad de México y once delegaciones.

⁸⁷ *Monografía Xochimilco*, 1996.

⁸⁸ Garzón Lozano, Luis Eduardo, *Xochimilco Hoy*, Delegación Xochimilco, Instituto MORA, 2002. p. 45.

Desde 1928 y hasta 1996 se sostuvo el sistema de administración encabezado por un regente que era el Jefe del Departamento del Distrito Federal, quién era nombrado por el presidente de la república.

En 1997, por primera vez la ciudadanía tuvo la oportunidad de elegir al primer Jefe de Gobierno, quien dura seis años en su cargo y en ningún caso puede ser reelecto.

La reforma al artículo 122 de la Constitución, que crea el Estatuto de Gobierno de la Ciudad de México, modificó las disposiciones relativas al órgano legislativo del D.F. que operaba como una institución de representación con funciones limitadas, a partir de la reforma jurídica, tomaría el nombre de Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

La reforma, promovió que los titulares de los órganos políticos-administrativos de las demarcaciones territoriales conocidos en un tiempo como delegados políticos, y que eran designados por el Jefe del Departamento del D.F. para representarlo en las diversas regiones de la ciudad fueran también electos.

Para julio del 2000, se llevó a cabo la primera elección de jefes delegacionales del Distrito Federal. El proceso generó gran expectativa, los vecinos se organizaron, alrededor de los partidos para ser parte de esta nueva forma de expresión democrática.

La movilidad social se manifestó a lo largo de los meses de campaña, Xochimilco reconocía a sus candidatos, ya que eran vecinos de sus barrios y pueblos.

La tarea fundamental de los Jefes Delegacionales, es la práctica de actividades que garanticen una mayor comunicación con las comunidades. Entre estas se pueden destacar las giras de trabajo en el territorio, buscar y conocer los problemas de manera directa y escuchando y programando con los vecinos las propuestas; las audiencias públicas realizadas una vez a la semana que aseguran a los vecinos un espacio propicio para informar a la autoridad local de algún problema⁸⁹.

2.1.3 Situación actual

Actualmente, la Delegación Xochimilco esta conformada de 17 barrios y 14 pueblos. La cabecera Delegacional se divide en 17 barrios: El Rosario, Santa Cruzita,

⁸⁹ Garzón Lozano, Luis Eduardo, Xochimilco Hoy, Delegación Xochimilco, Instituto MORA, 2002. pp.47-49.

Caltongo, San Lorenzo, San Diego, la Asunción, San Juan, San Antonio, Belem, San Cristóbal, San Esteban, la Santísima, la Guadalupita, la Concepción, Tlacoapa y San Marcos.

Existen 14 pueblos: Santa María Tepepan, Santiago Tepalcatlalpan, San Mateo Xalpa, San Lorenzo Atemoaya, Santa Cruz Acalpíxca, San Luis Tlaxialtemalco, Santa Cruz Xochitepec, San Lucas Xochimanca, San Francisco Tlanepantla, Santa María Nativitas, San Gregorio Atlapulco, y Santiago Tulyehualco.

Xochimilco se forma además por 45 colonias y 20 unidades habitacionales.

La situación actual comprende el nuevo papel que el Estatuto de Gobierno del Distrito Federal otorga a las delegaciones, es ahora electa establece con claridad las bases para su administración.

La Delegación de Xochimilco, cuenta con un Jefe Delegacional, electo en forma de voto universal, libre, secreto, y directo cada tres años. Esto como parte del nuevo esquema que asegura la comunicación entre la autoridad y su comunidad.

La dinámica social de Xochimilco ha generado una gran cantidad de organizaciones y movimientos que han desarrollado un papel vital para conformar el nuevo perfil de la vida cotidiana de la demarcación. Movimientos que permiten ser ejemplo de las actividades y reacciones que esta comunidad tiene sobre aquellos temas que les afectan directamente.

La mayoría de los hogares de Xochimilco, son encabezados por un jefe de familia joven, cuya edad oscila entre los 20 y los 39 años y el 20% de las familias de Xochimilco tienen como responsable a una mujer.

Cabe mencionar que la población total de Xochimilco, en el 2000, es de 369 787 habitantes. Los cuales se desarrollan de manera tradicional en viejos pueblos y barrios cuyas casas no rebasan los dos niveles.

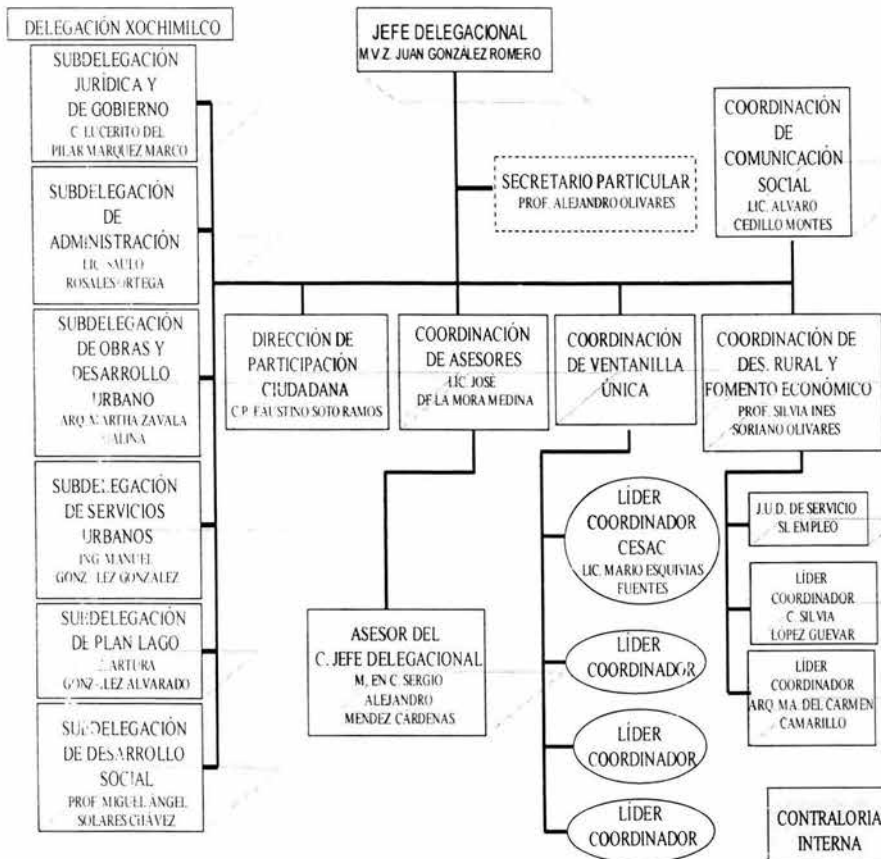
La transformación delegacional muestra avances importantes, pues un número considerado de casas habitación han logrado obtener servicios básicos como: agua, drenaje y energía eléctrica, sin embargo, durante las dos últimas décadas del siglo pasado, el crecimiento de la ciudad y su zona metropolitana generó problemas de invasión de áreas de conservación y falta de abastecimiento de servicios.

2.2 Organización de la Delegación Xochimilco

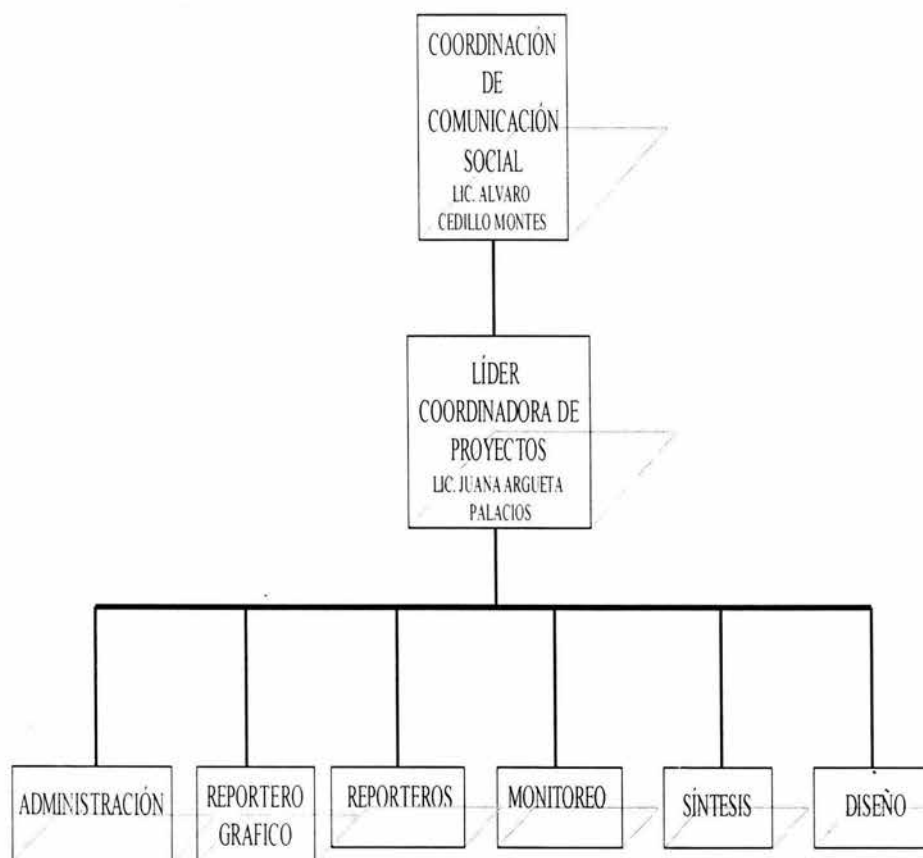
La Delegación Xochimilco, esta integrada por distintas áreas que obedecen a cubrir las necesidades de la población, cada área esta subdividida para realizar trabajos específicos, a continuación se presenta el organigrama de la Institución Pública del Gobierno Delegacional con los nombres de cada uno de los directores y coordinadores de áreas.

Es importante aclarar que hay áreas que son muy extensas por lo que están subdivididas en Unidades Departamentales, sin embargo, en el presente organigrama sólo se presentan las Direcciones de mayor importancia.

Organigrama



Organigrama de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Xochimilco



2.3 Funciones

La Delegación Xochimilco tiene competencia en las materias de gobierno, como son: administración, asuntos jurídicos, obras, servicios, actividades sociales, protección civil, seguridad pública, promoción económica, cultural y deportiva. El ejercicio de tales atribuciones se deben realizar de conformidad con las leyes y demás disposiciones normativas aplicables en cada materia y respetando las asignaciones presupuestales.

La **trabajo** de la Delegación esta encabezada por el Jefe Delegacional, quien se encarga de evaluar el funcionamiento de la institución, realiza giras de trabajo, verifica el avance de **obras y servicios**, atiende las demandas ciudadanas y realiza audiencias públicas.

Por **medio** de la Coordinación de Ventanilla Única, se orienta al ciudadano proporcionando la información respecto a los tramites que gestiona la delegación en materia de: certificación de residencia, copias certificadas, construcción y obras, espectáculos públicos y uso de suelo.

La **Dirección** General de Administración, supervisa el ejercicio y asignación presupuestal de las áreas, dirige el control y supervisa la aplicación de los programas operativos **en** materia de reclutamiento, inducción, selección y capacitación de personal, vigila la **prestación** adecuada de los servicios generales requeridos para la delegación.

La **Dirección** de Participación Ciudadana, propone políticas en materia de participación ciudadana, gestión social, crea espacios de concertación entre grupos sociales, **organiza** las giras y audiencias públicas del Jefe Delegacional a las comunidades.

El **área** encargada de recibir peticiones y proporcionar información relativa a los servicios **que** brinda la delegación en materia de: limpia de canales, alumbrado público, suministro **de** basura, mantenimiento de vialidades, mantenimiento de parques y jardines, orientar a **quien** solicite un servicio sobre requisitos tiempo de respuesta y situación que guardan sus demandas de servicio, dar contestación y respuesta escrita a las demandas o solicitudes de servicio requeridos es el Centro de Servicios de Atención a la Ciudadanía (CESAC)

La **Dirección** General Jurídica y de Gobierno, se encarga de preservar el orden jurídico y de **gobierno** en materia de (giros mercantiles y espectáculos públicos), tenencia

de la tierra, mercados y vía pública, protección civil, transporte y vialidad; control vehicular, licencias de manejo y asesoría jurídica.

La Coordinación de Seguridad Pública, se encarga de preservar el bienestar de los habitantes de Xochimilco en materia de seguridad pública, participar coordinadamente con los sectores policiales y del Ministerio Público para el combate de la delincuencia en la demarcación y desarrollar actividades de prevención del delito contando con la participación ciudadana.

La Dirección General de Servicios Urbanos, se encarga de proporcionar los servicios de alumbrado público, parques y jardines, limpia y mantenimiento a vialidades.

La Dirección General de Obras y Desarrollo Urbano, se encarga de las obras por contrato, licencias de construcción, uso de suelo, mantenimiento a planteles educativos, alineamiento y número oficial.

La Dirección General de Desarrollo Social, fomenta la Cultura y el Deporte, a través de sus instancias responsables, administra los Centros de Servicios Comunitarios Integrados (SECOI), estancias infantiles, servicios médicos y brinda atención a grupos vulnerables.

La Dirección General de Medio Ambiente y Desarrollo Rural, brinda limpieza de canales y chinampas, coordina programas y estrategias relacionados con la preservación del equilibrio ecológico y medio ambiente, promueve y organiza a pequeños productores agropecuarios y vigila zonas forestales.

La Dirección General de Fomento Económico, se encarga de la promoción y desarrollo económico de la delegación, fomentar los proyectos productivos y el empleo en la delegación.

La Dirección de Turismo, promueve y verifica el establecimiento de los módulos de información turística, supervisa la adecuada prestación de los servicios turísticos, coordina y asesora a los prestadores de servicios turísticos.

2.3.1 Misión

Misión: «Evaluar, orientando acciones de manera eficaz, democrática, plural e incluyente para hacer de Xochimilco: una comunidad próspera, culta y solidaria, que logre integrar la preservación de su identidad, su riqueza cultural y natural, con las posibilidades de aprovechamientos de estos recursos y valores, a fin de mejorar la calidad de vida de

los habitantes y contribuir al desarrollo sustentable de la ciudad, integrando en una sola unidad las funciones sociales, económicas, urbanas y ambientales de la zona chinampera, de la montaña y la zona urbana»⁹⁰.

2.3.2 Objetivo, Misión e Ideario del Primer Gobierno Electo (Juan González Romero, Jefe Delegacional en Xochimilco).

Misión: «Cumplir con voluntad y deseo a la comunidad, dando seguimiento a los proyectos económicos, políticos y sociales; responsabilidad que se extiende con el Programa de Desarrollo, expuesto por el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador»⁹¹.

Valores: Ejercer los recursos públicos con austeridad, eficiencia, transparencia y honradez; eliminando los gastos superfluos; reduciendo al máximo el gasto corriente y canalizando mayores recursos al gasto de inversión.

Participación Ciudadana y Coordinación con las dependencias de Gobierno del Distrito Federal: son estrategias que nos sirven para la planeación y para un mejor ejercicio del presupuesto.

Consenso Social: Para poder gobernar necesitamos el consenso de la sociedad y de las organizaciones políticas y sociales; por eso proponemos agilizar en mayor medida una reforma política administrativa que garantice a la delegación una autonomía plena como municipio, con libertad para el ejercicio del presupuesto, sin tener que depender de la disponibilidad de las partidas y su aprobación por parte de la Secretaría de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal.

2.4 Características Demográficas del Universo a Estudiar

La protección del Patrimonio Cultural constituido por los bienes urbanos y ambientales que componen la imagen de Xochimilco, es una responsabilidad de la nación, es decir del gobierno y de la sociedad. El aprovechamiento, el uso y el disfrute de estos recursos corresponden a la sociedad.

⁹⁰ González Romero, Juan; Jefe Delegacional en Xochimilco. Informe anual, 2001.

⁹¹ González Romero, Juan; Jefe Delegacional en Xochimilco. Informe anual, 2001.

Debido al deterioro de este Patrimonio Cultural, la Delegación Xochimilco, propuso un Proyecto Integral de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco. El ordenamiento territorial para la recuperación del espacio público contempla tres estrategias: I Rescate del paisaje, II Desarrollo económico, y III Reordenamiento del comercio en vía pública.

Xochimilco, al igual que las Delegaciones del sur del Distrito Federal, en las últimas 3 décadas, especialmente en la última, sufrió un acelerado crecimiento demográfico y urbano. Este crecimiento se dio sobre el suelo de conservación, principalmente, a través de asentamientos humanos irregulares.

En 1990 la población en Xochimilco era de 271, 151 habitantes y para el 2,000 creció a 369,787 habitantes; tan sólo en una década incrementó su población en 98,635.

Este acelerado crecimiento demográfico significó, y sigue significando una fuerte carga financiera y operativa para el gobierno delegacional, pues para atender la demanda de vivienda, servicios públicos de agua, drenaje, limpia, pavimentación y para garantizar el acceso a los servicios de salud, educación, deporte, cultura y recreación, se tiene que realizar una muy buena inversión.

Aunado a esta problemática, dentro de la Delegación Xochimilco se ha generado una gran variedad de formas de organización social que conviven y responden a las más diversas causas y demandas de la población, igual ponderando temas sobre el medio ambiente que respecto a la invasión de predios, la cultura, tradiciones y los derechos humanos.

En Xochimilco se identifican una gran cantidad de organizaciones y movimientos que han desarrollado un papel vital para conformar el nuevo perfil de la vida cotidiana de la demarcación. Movimientos que permiten ser ejemplo de las actividades y reacciones que esta comunidad tiene sobre aquellos temas que les afectan directamente.

Dentro de este contexto, la participación social se hace presente en los proyectos gubernamentales por lo que integrantes de organizaciones sociales no gubernamentales de Xochimilco, conformaron un Consejo Consultivo para el Rescate de Xochimilco, en el cual se incluye el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral para su Centro Histórico. Su misión es coordinar los esfuerzos para el rescate general de Xochimilco, en aspectos relativos al: patrimonio cultural de la humanidad, arqueología, monumentos y costumbres; recursos naturales, lagunas, chinampas, canales y apantles; bienes e imagen urbana; la integridad de las zonas lacustres y de montaña, aspectos entendidos hoy por la

UNESCO como el patrimonio tangible e intangible, así como organización social, económica, productiva y los beneficios para el resto de la sociedad mexicana.

Algunos integrantes o representantes de las organizaciones, buscan ser participativos con el gobierno Delegacional, mientras que otros, hacen cuestionamientos y se manifiestan en contra de los proyectos impulsados por el gobierno, los cuales afecten su entorno social, sus tradiciones y su cultura.

1. Cada organización no gubernamental, busca un objetivo, ya que tiene que defender sus intereses, no sólo personales, sino también de su comunidad.
2. Su participación política los conlleva a simpatizar con algunos partidos representativos de la vida política nacional.
3. Muestran estar a favor de su cultura religiosa que en general es el catolicismo.
4. Su criterio para la toma de decisiones y de participar en movimientos sociales, va vinculado a un cierto grado de estudios, sin embargo esto no quiere decir que aquellos que no tienen estudios, dejen de ver por sus intereses o por el beneficio de su comunidad.
5. La opinión que emiten sobre alguna temática tiene que ver con su entorno físico el cual está influenciado por: el sexo, la edad, la posición política, la ocupación, el nivel de escolaridad, el lugar de residencia, el lugar de nacimiento, la posición económica, la posición familiar y el tipo de organización a la que pertenecen.

2.5 Problemática del Universo a Estudiar

La presencia de diversos movimientos sociales en contra de proyectos gubernamentales se hicieron presentes en la década de los ochenta, los cuales llevaron a la cancelación de muchos trabajos.

El panorama de aquel tiempo no es nada distinto a lo que se vive en estos momentos, el universo a estudiar, siempre va a presentar alguna problemática, ya que se encuentran en constante actividad social.

Su actividad social de los integrantes de organizaciones no gubernamentales que conforman el Consejo Consultivo Ciudadano para el rescate de Xochimilco, puede repercutir de manera negativa en el desarrollo de este estudio, motivo por el cual se mencionan algunos puntos que pueden incidir en su elaboración.

El tiempo se convierte en un problema, cuando los integrantes de las organizaciones no dispongan de un espacio temporal para poder contestar el cuestionario de Opinión Pública, pues sus múltiples compromisos sociales y personales son agendados con la anticipación necesaria.

La disponibilidad es un factor de importancia para la realización del estudio, el contactar a cada uno de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, puede presentar dificultad, debido a que se desconocen sus ocupaciones personales, por lo que se requerirá realizar un directorio.

La localización de los miembros puede ser limitante, pues los marcos muestrales no garantizan la veracidad de sus direcciones.

Otro factor que puede dificultar el estudio es la indisponibilidad, abstención de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, para contestar el cuestionario, debido a que consideren que es un estudio faccioso de carácter político.

Estos son algunos puntos que se deben de considerar al momento de iniciar el levantamiento de datos, pues de ello depende la conformación total del estudio.

2.6 Descripción de la temática a tratar

Antecedentes del Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco

El Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco se pretende incluir dentro del Plan Maestro de Rescate de Xochimilco que se elaborará a partir de un convenio firmado por el Jefe Delegacional en Xochimilco, Juan González Romero y el representante de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en México, Gonzalo Abad.

El propósito es desarrollar un proceso participativo de identificación de prioridades para la rehabilitación integral del Patrimonio Histórico y Natural del Centro Histórico y la zona chinampera de Xochimilco.

Al término del proceso, se propondrá un Plan Maestro para el Patrimonio Cultural de Xochimilco. Es importante mencionar que Xochimilco, junto con la Ciudad de México, fueron declarados el 11 de diciembre de 1987, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por sus monumentos históricos y su paisaje lacustre.

El 15 de mayo, los medios de comunicación dieron a conocer que Xochimilco estaba en peligro de ser integrado a la lista de patrimonios de la humanidad en riesgo, para lo cual las autoridades de esta Demarcación, buscaban firmar un convenio que impulse un Plan Maestro de Rescate Integral y no poner en riesgo la declaratoria hecha por la UNESCO.

A continuación se presenta una de las ponencias presentadas en el Primer Foro Seminario de Rescate Integral de Xochimilco, llamado «Xochimilco un espíritu con tradición» organizado por la Delegación Xochimilco, el Gobierno del Distrito Federal, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), presentado en el Museo de la Ciudad de México, los días 11 y 12 de noviembre del 2002, en donde se dieron algunas reflexiones sobre los antecedentes de un primer rescate integral de Xochimilco.

El Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, tiene como antecedente, el Plan de Rescate Ecológico de Xochimilco que luego terminaría siendo llamado Plan de Rescate Integral de Xochimilco (PRIX), fue promovido desde el Departamento del Distrito Federal entre 1988 y 1989, se concertó en principio con las asambleas de los ejidatarios de Xochimilco, San Gregorio Atlapulco y Tláhuac, pues se ejecutaría en tierras expropiadas, básicamente en la porción norte de la ciénega el resto del lago de Xochimilco, en el sur de la cuenca de México. Era el proyecto de acción pública de mayor envergadura económica.

A partir de una propuesta del Proyecto de Rescate Integral de Xochimilco divulgada públicamente, después de ser aprobada, se inició una gran movilización ciudadana, convocada por ejidatarios que se inconformaron con sus propias asambleas, solicitando apoyo civil a una basta acción de oposición al PRIX; entre 1989 y 1990 se dio una amplia movilización social de rechazo al proyecto, lo que obligó al gobierno del DDF a abrir un gran debate público para escuchar las propuestas de los ejidatarios frente al PRIX.

Se llegó a pactar las condiciones suficientes para establecer mediante una compleja concertación con aquellos sectores que no había apoyado el PRIX, una nueva versión del mismo más aceptable para todos.

Se constituyó un consejo asesor del PRIX, a lo largo de 1990 se fue conformando una nueva propuesta que finalmente en diciembre de ese año dio cuerpo a los términos

de un gran acuerdo de concertación, que se firmó públicamente entre las partes el 4 de diciembre de ese año.

El PRIX aprobado por esa amplia mayoría de grupos simpatizantes de Xochimilco, y grupos del consejo asesor del proyecto fue implementado de una forma bastante directa por la parte gubernamental y las obras correspondientes al mismo fueron entregadas a la ciudadanía en 1993.

En 1991 prácticamente fue disuelto el consejo asesor, después de la firma del acuerdo de concertación y no hubo tareas de seguimientos, dialogado entre las diferentes partes ciudadanas y gubernamentales; aún ahora a doce años de distancia de su arranque, se necesita establecer con precisión cuales han sido sus logros, impactos y sus límites.

El PRIX comprendió 4 grandes aspectos a conocer como lo son: (de rescate hidráulico y de saneamiento integral; de rescate agrícola; de rescate arqueológico y del patrimonio histórico y un apartado de acciones complementarias), y al respecto estableció más de 40 estrategia específicas de acción.

Impacto de la Urbanización en las Áreas Lacustre y Cerril en Xochimilco

El desequilibrio ambiental de la zona de Xochimilco, se deriva principalmente de dos factores: uno es el problema hidrológico, el otro es el avance urbanizador sobre los espacios agrícolas y ecológicos además de haber provocado un impacto negativo.

Se denunció la incapacidad o apatía de las autoridades para controlar las construcciones, al respecto se mencionaron algunos puntos:

Una de las inquietudes se concentró en el daño causado a las aguas del área lacustre por las descargas de numerosos drenajes conectados directamente a los canales.

Siendo falsas las declaraciones oficiales de haber clausurado prácticamente su totalidad, al respecto se propuso su autentica clausura y la aplicación de un programa de instalación de letrinas.

Trabajar en el diseño apropiado para las construcciones de la chinampearía, ecotécnicas y reforestar las colindancias.

La imperiosa necesidad de regular, controlar los asentamientos con el propósito de preservar la zona chinampera, se propuso realizar un padrón del área, buscando el apoyo de las universidades, con un programa a través de los prestadores de servicio social y se contaría además con un registro de familias por área.

Buscar las actividades productivas para frenar el crecimiento urbano en la chinampearía y la zona de la montaña.

Solicitar que se eliminen algunos puentes en la chinampearía que favorece al ingreso para extender la mancha urbana.

Al respecto, las llamadas «Tiras de Zacapa» presentarán un delicado problema. Además se generaron otras que tendrían que enfrentar el problema a la urbanización en la zona lacustre desde diversos niveles y ámbitos de acción, ser también considerada de una manera integral.

Por lo anterior se propusieron los siguientes aspectos:

- Se solicitó que no concluyan con las clausuras del mismo, sino que se de un seguimiento remontando resultados y propuestas.
- La organización para manifestar las demandas.
- Se propone la coordinación de grupos para enfrentar los problemas
- Invitar a los practicantes a crear una comisión interinstitucional.
- Conformación de un órgano consultor de asesoría interdisciplinaria para Xochimilco considerando a las instituciones convocantes y de apoyo, así como a otras que pudieran integrarse.
- Priorizar problemáticas, áreas de trabajo
- Elaborar un plan de trabajo, contemplando las acciones para enfrentar las diversas problemáticas.
- Llevar a cabo entre el gobierno y comunidad, la zonificación para los nuevos asentamientos con un ordenamiento ecológico y territorial.
- Organizar grupos civiles de protección ecológica de la zona chinampera y grupos de concientización civil.
- Elaborar una declaratoria a favor de la defensa de la ecología y patrimonio histórico de la zona chinampera y de la montaña de Xochimilco.
- Por último, un tercer aspecto que se discutió referente a la legislación y decretos como elementos básicos por regular el proceso de urbanización en la zona.
- Se propone rastrear y analizar conjuntamente con los especialistas en las disciplinas jurídicas de urbanización y ecológicas, los lineamientos jurídicos

que existen para la protección de las zonas lacustre, ejidal y lacustre, así como el control de la mancha urbana en estas áreas de Xochimilco.

- Se declara como área natural protegida bajo la categoría de zona sujeta a conservación ecológica la superficie de los ejidos de Xochimilco y San Gregorio publicada en el diario oficial el 7 de mayo de 1992.

Dicha superficie declarada «Área Natural Protegida» abarca no sólo la zona ejidal, si no también los terrenos de propiedad privada de la zona de canales colindantes, con las tierras ejidales expropiadas en 1989. Es decir, la totalidad de la chinampearía de Xochimilco, San Gregorio Atlapulco y San Luis Tlaxiatemalco.

Esta declaratoria hasta la fecha no se aplica, por lo que se presentó la propuesta de buscar su aplicación efectiva.

Asentamientos Irregulares

No esta por demás recordar que en 1987 la UINESCO declaró a Xochimilco como Patrimonio Cultural de la Humanidad, principalmente su Centro Histórico y la zona Chinampera.

Actualmente Xochimilco cuenta con una superficie de poco más de 12,517 hectáreas, de las cuales el 20.1% se destina a suelos urbanos, mientras que el 79.9% es zona de conservación ecológica, incluyendo la zona lacustre de Xochimilco.

Con fecha 6 y 11 de mayo de 1992 se publicó en el Diario Oficial dos declaratorias, la primera que establece como zona prioritaria de preservación y conservación de equilibrio ecológico, la superficie que se indica los ejidos de Xochimilco y San Gregorio Atlapulco del D.F., la segunda categoría que establece como zona prioritaria de preservación y conservación de equilibrio ecológico y se declara como área natural protegida bajo la categoría de zona sujeta a conservación ecológica la superficie que indica los ejidos de Xochimilco y San Gregorio Atlapulco del Distrito Federal.

Algunos pueblos presentan una traza irregular debido a su ubicación, ya que la mayoría se encuentran en las faldas de la parte alta del cerro, estos pueblos presentan serios problemas de invasión a su suelo de conservación, lo que esta generando un crecimiento acelerado en esta zona produciendo asentamientos irregulares, debido a que la mayoría se considera como puntos de atracción por ser centro de barrio, como es el caso de Tulyehualco que concentra todos los servicios de transporte y comercio.

Estos asentamientos traen como consecuencia crear rezago de equipamiento infraestructura y vialidad, además se altera el ecosistema de la región y por otra parte han afectado la estructura urbana en forma particular y general. Por lo que es necesario llevar a cabo una regularización de los mismos o en su defecto emprender acciones de gobierno para que se pueda convencerlos y acepten su reubicación ya sea dentro de la misma demarcación o en su caso buscar alternativas de solución fuera de la misma, puesto que de otra manera la mancha urbana ira en crecimiento en perjuicio de esta zona considerada como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Actualmente y tomando en cuenta esta situación desde un punto de vista ecológico el Gobierno Local conjuntamente con la UNESCO toman cartas en el asunto para que se preserve esta zona considerada como pulmón de nuestra ciudad, y por ende aplicar la ley sin distinción alguna.

Esto trae como consecuencia que exista un conflicto, ya que puede ocasionar costo político para las partes involucradas. Desde un punto de vista jurídico, es necesario que se endurezcan las sanciones penales a aquellos invasores que han hecho de la misma su *modus vivendi* y se enriquezcan.

Presentación del Proyecto

Xochimilco, del náhuatl *Xochitl*, flor; *mili*, campo cultivado y *co*, lugar, «en el lugar de la sementera florida», fue fundada en el año de 919 d.C., su economía dependía principalmente del lago y fue desde entonces un centro turístico y comercial, donde se producían abundantes hortalizas, pescado y flores para consumo local, que exportaban a toda la región y a otras entidades.

Actualmente, se elaboró un Proyecto para Rescatar el Centro Histórico de Xochimilco y la zona Chinampera, declarada por la UNESCO, Patrimonio Cultural de la Humanidad y que estuvieron a punto de pasar a la lista de Patrimonio en Riesgo.

La declaratoria de la UNESCO responde al hecho de que en el Centro Histórico se encuentran aproximadamente 50 hectáreas en las que se localizan 30 monumentos históricos, entre ellos el templo de San Bernardino de Ciená, ex convento que fue construido en el siglo XVI por Fray Francisco de Soto, y fundado en 1535 por los franciscanos, es considerado como una de las pocas edificaciones de ese siglo, y que junto con Puebla, cuentan con los dos retablos más importantes de esa época.

El Proyecto pretende, el rescate del paisaje, reordenamiento del transporte y la vialidad, seguridad pública y prevención del delito, desarrollo económico, reordenamiento del comercio informal y recuperación de la zona chinampera.

Estos rubros o trabajos, están mejor especificados en el Proyecto dado a conocer por las autoridades delegacionales, y que actualmente se esta llevando a cabo por el Gobierno Delegacional de Juan González Romero.

La elaboración de un Proyecto Integral para el Rescate y la Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, surge debido al deterioro que la zona ha sufrido. A continuación se muestran los aspectos más importantes del Proyecto:

La protección del Patrimonio Cultural y Natural constituido por los bienes urbanos y ambientales que componen la imagen de Xochimilco, es una responsabilidad de la nación, es decir del gobierno y de la sociedad. El aprovechamiento, el uso y el disfrute de estos recursos corresponden a la sociedad.

El 4 de diciembre de 1986, Xochimilco es declarado zona de monumentos históricos, se reconocía como sitio de un lago desaparecido, asiento de los señores prehispánicos, grupos de la migración nahuatlaca que arribó y se estableció en la cuenca de México en los siglos XIII y XIV. Un área sujeta a la planeación de asentamientos humanos por los xochimilcas, determinó en las inmediaciones del lago concentraciones urbanas que se relacionaron con su entorno natural, desarrollando un complejo sistema social cuya organización manifestó un alto grado de cultura.

El sistema fue sujeto de grandes avances técnicos como el control hidrológico y la producción chinampera. Las edificaciones españolas -importantes conventos- datan de la primera mitad del siglo XVI, convirtiendo a la zona en un núcleo de atracción turística.

Así en 1987, Xochimilco es declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, principalmente su Centro Histórico y zona chinampera. Los monumentos tangibles fueron reconocidos como valor universal excepcional desde el punto de vista histórico. En su conjunto obras del hombre y la naturaleza cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje le da un doble valor universal.

La declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad se basa en la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, celebrada en la decimoséptima reunión de la Conferencia General de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en París, 1972.

En esta Conferencia general de la ONU se reconoce entre otros puntos que:

- 1) el patrimonio cultural y natural están cada vez más amenazados de destrucción, no sólo por las causas tradicionales del deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más temibles.
- 2) el deterioro o la desaparición de un bien del patrimonio cultural y natural constituye un empobrecimiento nefasto del patrimonio de todos los pueblos del mundo.

México ratificó la Convención del Patrimonio Mundial en 1984 y hasta el momento cuenta con 21 sitios inscritos de los 690 del resto del mundo, ocupando el primer lugar en América Latina y el sexto del mundo.

La protección de este patrimonio a escala nacional es en muchos casos incompleto, dada la magnitud de los medios que requiere y la insuficiencia de los recursos económicos, científicos y técnicos del país en cuyo territorio se encuentra el bien que ha de ser protegido.

En Xochimilco, se han hecho esfuerzos por rescatar el Patrimonio Cultural de la Humanidad, destacando en el ámbito jurídico:

- a) la declaratoria de zona de monumentos históricos en 1986,
- b) las expropiaciones de los ejidos de Xochimilco y San Gregorio Atlapulco en 1989, por causa de utilidad pública de 1,038.13 hectáreas para rescate ecológico y la recuperación de la producción tradicional chinampera,
- c) la declaratoria que establece como zona prioritaria la preservación y conservación del equilibrio ecológico y declara como Área Natural Protegida una superficie de 2,657.08 hectáreas, en 1992,
- d) diversos ordenamientos legales en donde se incluyeron las propuestas de las comunidades agrarias y,
- e) el 30 de diciembre de 2000 el pleno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal aprobó la nueva Ley de Salvaguarda del Patrimonio Urbanístico Arquitectónico del Distrito Federal la cual contempla la creación de un Consejo de Salvaguarda, así como la posibilidad de establecer Juntas de Salvaguarda en cada Delegación Política.

La nueva ley propone también la creación de un Registro Público de los Bienes Inmuebles y un Centro de Información del Patrimonio Urbanístico Arquitectónico del Distrito Federal. El ámbito de protección de esta ley incluye las zonas, espacios abiertos monumentales y los monumentos del Patrimonio Urbanístico Arquitectónico de importancia para el Distrito Federal.

Una zona de patrimonio urbanístico arquitectónico es aquella «representativa de la cultura y evolución de un grupo humano, conformada por arquitectura y espacios abiertos, cuya cohesión y valores son reconocidos desde el punto de vista histórico, estético, tecnológico, científico y sociocultural, que la hace meritoria de ser legada a generaciones futuras»⁹²

Se establecen las categorías del Centro Histórico, Barrio Antiguo, Colonia y Conjunto Histórico. Los Espacios Abiertos Monumentales y los Monumentos Urbanísticos se califican como «medio físico definido en suelo urbano, libre de una cubierta material, proyectado y construido por el hombre con algún fin específico.»⁹³ La ley contempla la salvaguarda de acequias, atrios, calles, canales, chinampas, deportivos al aire libre, huertos, jardines, jardines botánicos, panteones, parques urbanos y zoológicos, paseos, plazas y viveros.

En el ámbito de la planeación se elaboran diversos programas y planes de desarrollo urbano: a) en 1987 el Programa parcial establece los usos del suelo en la zona patrimonial para mejorar, rehabilitar y conservar el patrimonio cultural histórico y arqueológico, b) en 1995 el Programa parcial establece las zonas de protección especial y, c) el Programa Delegacional de 1997 (vigente), incorpora la zonificación de zona histórica y límite patrimonial.

Por último, las principales acciones de gobierno y su inversión se establece en 1989-1993, con el Plan de Rescate Ecológico de Xochimilco que tuvo una inversión de 1,200 millones de pesos (a precios de 1993) Un plan que combinó obras hidráulicas monumentales, tratamiento de aguas para su reutilización, nunca antes hecho en la Ciudad de México, la reactivación de las actividades agrícolas, el estudio histórico y arqueológico

⁹² Nueva ley de Salvaguarda del Patrimonio Urbanístico y Arquitectónico del Distrito Federal. 2000.

⁹³ Nueva ley de Salvaguarda del Patrimonio Urbanístico y Arquitectónico del Distrito Federal. 2000

del sistema de chinampa y la transformación de las condiciones sanitarias de los poblados, introduciendo dobles drenajes para la conservación de los cuerpos de agua y del acuífero.

No obstante, la identificación, delimitación y protección de 40 sitios con vestigios arqueológicos, recuperación de 15 toneladas de material que se ubica entre el año 700 y 1500 D.C. que se logró con el Plan de Rescate Ecológico de Xochimilco, falta mucho por hacer en el rescate arqueológico y del patrimonio histórico. Por lo que la Delegación Xochimilco se han comprometido en el desarrollo cultural basado en el compromiso social con la comunidad, por ello se ha iniciado los trabajos de remodelación y recuperación del Centro Histórico de Xochimilco, de manera coordinada con instituciones del Gobierno Federal y del D.F.

Para lograr los primeros pasos en la protección de los bienes arquitectónicos y urbanos es menester conocerlos y estimarlos. No es posible defender y proteger algo que se desconoce.

Durante los primeros meses de la administración del Jefe Delegacional, Juan González Romero, se investigaron el número de monumentos históricos catalogados en Xochimilco y bajo el régimen previsto por la Ley sobre protección y conservación de monumentos arqueológicos e históricos, poblaciones típicas y lugares de belleza natural, el resultado es 30 monumentos históricos en la zona patrimonial del Centro Histórico de Xochimilco y ninguno de ellos está en el lugar del actual Foro Cultural Quetzalcóatl, antiguo Palacio Municipal. No obstante este sitio es de relevante importancia en la identidad comunitaria de Xochimilco y pieza clave para lograr la remodelación y recuperación del Centro Histórico de Xochimilco.

Luchar por el patrimonio cultural e histórico tangible lleva al dilema de lo activo o lo contemplativo. El proyecto que se tenga para este espacio, declarado por la UNESCO en 1987 como Patrimonio Cultural de la Humanidad, no puede limitarse a su rescate, renovación o conservación como testimonio histórico del desarrollo urbano y arquitectónico de la ciudad, ni en función solamente de intereses turísticos, comerciales y culturales. Se tiene que devolver al Sur de la Ciudad de México y en particular a los xochimilcas el protagonismo que le corresponde en el proceso de construcción de una identidad histórica de pueblos productores. Su recuperación deberá estar inscrita sobre la base de su estructura social.

La conservación del patrimonio monumental y natural son temas concurrentes, preocupantes y constantes en toda estrategia de cuidado y conservación del contexto

histórico y la imagen urbana. El Proyecto de la Delegación asume ambos: cultural y natural como patrimonio universal.

Retos y problemas del Centro Histórico de Xochimilco

El Centro Histórico de Xochimilco ha manifestado un agudo proceso de poblamiento y densificación, además de un deterioro vinculado con una importante transformación de su economía. Se ha degradado el espacio público ante el desbordamiento de vendedores en la calle, deterioro de los inmuebles por la casi nula inversión de los propietarios, la sustitución de viviendas por comercios o la instalación de comercios, bodegas y oficinas en planta baja, además de los sismos y hundimientos diferenciales producto de la explotación de los matos friáticos.

Los embarcaderos y zonas de canales perimetrales al Centro Histórico de Xochimilco son utilizados como basureros y lugares de tiradero de cascajo clandestino; las aguas de los canales son contaminadas por drenajes encubiertos de asentamientos irregulares que en los últimos cinco años han aumentado su densidad y número.

La población flotante se calcula en 60 mil personas entre semana y los fines de semana alcanzan hasta 500 mil personas, afectando los espacios abiertos, en donde diferentes usos irregulares y regulados como son los automóviles en las calles y vendedores en vía pública, tienden a quitarle la esencia al centro de Xochimilco: el disfrute del paseo peatonal. Este proceso de privatización del espacio público lo convierte en el espacio de nadie y lo hace lugar de conductas antisociales y de violencia urbana. A esto se suman el creciente número de vehículos particulares y un transporte público inadecuado que invade de manera anárquica las angostas calles del centro. Todo esto se traduce en malas condiciones ambientales y deterioro del paisaje tradicional.

Desde el punto de vista del patrimonio cultural el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) catalogó 30 monumentos dentro del área del Centro Histórico de Xochimilco, no obstante nunca se desarrolló un programa integral que permitiera su regeneración y desarrollo.

Por último, las dificultades de la gestión pública, no cuenta con las normas suficientes y actualizadas en materia de regulación y consolidación de los distintos intereses opuestos: comerciantes establecidos - comerciantes ambulantes, población residente-población flotante, productores-comerciantes, por lo que se condiciona a la permanencia

de una cultura clientelista y corporativa fuertemente internalizada por las estructuras sociales y de gobierno.

Se plantea el fortalecimiento y ampliación de la cobertura en la prestación de los servicios públicos, particularmente los de infraestructura urbana; con la intención de frenar las distintas formas de contaminación ambiental y el deterioro del entorno construido, propiciar la construcción y mantenimiento preventivo y correctivo que elimine fugas hidráulicas y los nudos viales y otorgar posibilidad en la dotación de los servicios básicos (alumbrado público, drenaje, seguridad, transporte, agua, vialidades, etc.) Con la posibilidad de atender en la forma inmediata la demanda ciudadana.

Para la realización de este proyecto se enlistan los problemas específicos:

1. Conflictos Viales

- a) La mala ubicación de las bases de microbuses y combis que prestan el servicio de transporte urbano, así como rutas mal planeadas.
- b) Violación de la normatividad por parte de los chóferes de microbuses y combis quienes hacen paradas para ascenso y descenso de pasaje en cualquier lugar.
- c) Los peatones tienen que caminar por el arrollo a causa de las condiciones de las banquetas que por el efecto de las raíces de los árboles, los vendedores en vía pública y daños que propician los mismos vecinos, se encuentran deterioradas. A lo que se le suma el que estas banquetas tienen más de 30 años sin ser renovadas.
- d) La invasión de la vía pública por vendedores (situados en banquetas, explanadas, estacionamientos exclusivos para vehículos y maniobras de carga y descarga en el mismo arrollo vehicular).
- e) La nula aplicación del reglamento de tránsito que tolera el estacionamiento de vehículos hasta en doble fila.
- f) La falta de señalamientos adecuados que agilicen el tráfico vehicular.
- h) Los estacionamientos públicos en mercados están invadidos por los vendedores ambulantes y planteros, en mercados, casas comerciales y comercios establecidos como por ejemplo la Comercial Mexicana, Sucursales Bancarias, restaurantes de la zona.

- i) La nula normatividad en la circulación de bicitaxis.
- j) La circulación de camiones grandes que entorpecen la circulación, al repartir sus productos a los diferentes comercios como por ejemplo los de refrescos.
- k) Malas condiciones de la carpeta asfáltica y de adocreto.

2. Falta de iluminación adecuada en calles, avenidas, jardines y plazuelas.

- a) Falta de lámparas y luminarias.
- b) Desconexiones eléctricas accidentales por elementos de policía y tránsito.
- c) Desconexión de luminarias a la toma de corriente.
- d) Excesiva fronda de los árboles que ocultan las luminarias.
- e) Inadecuado voltaje de las lámparas.

3. Jardines peligrosos sobre todo en las noches.

- a) La falta de iluminación o iluminación inadecuada por los árboles que las ocultan.
- b) Prostitución sobre todo en el jardín del arte.
- c) Proliferación de niños de la calle; alcohólicos y jóvenes drogadictos.
- d) Instalación de puestos semifijos que sirven como escondite para delincuentes.
- e) Falta de vigilancia por escasez de personal policíacos.

4. Imagen Urbana Dañada.

- a) Fachadas deterioradas por la acción del tiempo, la contaminación y el mantenimiento inadecuado.
- b) Exceso de anuncios espectaculares y de regular tamaño, así como mantas (algunas en malas condiciones) que modifican la imagen urbana.
- c) Fachadas grandes (sobre todo en escuelas) así como postes invadidos por propagandas impresas regularmente promocionando espectáculos y diversión.
- d) La enorme proliferación de perros callejeros.
- e) Gran cantidad de basura (después de las 12:00 hrs.) se ve en los sitios que

ocuparon los mercados en vía pública.

- f) Fachadas de casas y edificios tanto públicos como privados dañadas con graffitis.
- g) Vecindades con acceso deprimente a causa de la nula higiene y mantenimiento, en donde falta iluminación convirtiendo los lugares en refugio de delincuentes.
- h) En época de lluvias, principalmente en la zona perimetral de los mercados, por causas de los vendedores ambulantes, los peatones deben caminar sobre el lodo resbaladizo que en más de una ocasión a causado accidentes.
- i) En la calle 16 de Septiembre frente a los dos mercados el adocreto se encuentra suelto.
- j) El equipamiento hidrosanitario por estar en la intemperie se encuentra dañado o ya no existe (brocales, quesos, quesos de banqueteta y rejillas)

Hacia un Proyecto Integral del Centro Histórico de Xochimilco

Las experiencias de los programas de rescate del centro histórico de la Ciudad de México demostraron que las políticas fiscales de apoyo a la inversión privada si bien beneficiaron la inversión en obras de rehabilitación pueden ser limitadas, si no se inscriben dentro de un proyecto rector. Fueron las leyes de la rentabilidad las que determinaron tanto la localización como el uso de los inmuebles rehabilitados, el resultado es que las inversiones se concentraron en el llamado corredor financiero privilegiando los usos comerciales y de servicios, dejando fuera al 90% del área del Centro Histórico.

Guardando todas las proporciones con respecto al Centro Histórico, se asumen las experiencias de la planeación en la Ciudad y se propone un Proyecto Integral de Remodelación y Recuperación del Centro Histórico de Xochimilco, que pretende dar la misma prioridad a la rehabilitación de los espacios abiertos que a la recuperación de las edificaciones. El Centro Histórico no puede entenderse solamente como un conjunto de edificios patrimoniales, sino también como la explanada, plazuelas, las calles que conducen a estas y los jardines, es decir el espacio de lo público.

Los instrumentos de ordenamiento territorial para la recuperación del espacio público contemplan tres estrategias que se vinculan entre sí: I.- Rescate del Paisaje, II.- Desarrollo Económico y, III.- Reordenamiento del comercio en vía pública. La vinculación gira en torno a la recuperación del antiguo Palacio Municipal. Se pretende devolver el

edificio del Palacio Municipal donde hoy se encuentra el Foro Cultural Quetzalcóatl. Antes de existir el foro (1989-1993), en ese lugar se ubicaban las oficinas de la Delegación de Xochimilco, según consta en los archivos históricos y en la fotografía que se anexa del Atlas de la Ciudad de

México elaborado en 1928 y publicado en 1929, cuando los Municipios de la Ciudad de México pasaron a constituir Delegaciones.

La reconstrucción del antiguo Palacio Municipal permitirá articular los tres ejes para la apropiación social del espacio público. Con la autoridad delegacional físicamente presente en la zona patrimonial, su gestión se tornará más vigilante de los lugares y las acciones de gobierno para el reordenamiento resultarán más eficientes y contundentes para quienes pretenden privatizar el espacio público.

El rescate del paisaje contempla las siguientes acciones:

1.- Como primer etapa la ejecución de la obra de reconstrucción, rehabilitación y mantenimiento de la infraestructura urbana, llevándose a cabo lo siguiente:

Con una inversión de 31.5 millones de pesos se llevarán a cabo las siguientes obras.

- Reconstrucción del pavimento con adocreto en las principales vialidades.
- Reconstrucción y reparación de banquetas y guarniciones con adoquín.
- Remodelación de los mercados 377 y 44.
- Rehabilitación del alumbrado público.
- Remodelación de los embarcaderos Fernando Celada, Belén, San Cristóbal y El Salitre.
- Reparación y sustitución de accesorios hidráulicos.
- Conservación de fachadas.
- Devolver al centro histórico su edificio municipal.

El desarrollo económico se ubica en tres líneas estratégicas:

1.- El desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo,

2.- Considerando un escenario en el que se prevé una creciente presión sobre los recursos del patrimonio cultural, tanto por el aumento de la población como por la intensificación de los procesos productivos y el incremento del turismo, el eje es el desarrollo del turismo cultural, es decir el aprovechamiento del patrimonio histórico en la zona, para ello se requiere de:

- La buena conservación de los edificios antiguos podría significar valor agregado a las áreas turísticas naturales (chinampera, humedales y montaña).
- La buena conservación de la naturaleza en o cerca de, los sitios patrimoniales turísticos, podría no sólo atraer a los turistas, sino también ganar aprecio por tales esfuerzos, lo cual significa la obtención de rentabilidad a largo plazo para los inversionistas
- Que el Centro Histórico de Xochimilco recupere su larga tradición turística, a partir de sus esfuerzos por mantener su calidad, permitiendo al sector realizar promoción con base en los nombres establecidos como destino turístico internacional (chinampas, zonas arqueológicas, etc). Establecer zona que necesita el desarrollo de instalaciones turísticas y,

3.- La gestión con instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales.

Finalmente, el reordenamiento del comercio en vía pública, si bien es una línea de acción por el conflicto social y económico que representa se convierte en una estrategia que será viable en la medida en que se ordene en espacios concertados y adecuados para el comercio. El edificio delegacional con su antigua fachada, además de recuperar la vieja traza urbana, permitirá la rehabilitación de los espacios públicos que hoy son ocupados por el comercio en vía pública.

Con el objeto de reordenar el comercio informal se pretende la adquisición de terrenos para su reubicación. El diseño de los instrumentos constituye la tarea prioritaria, al lado de instrumentos jurídicos e ingeniería administrativa y financiera, es necesario contar con la concurrencia de los diferentes niveles de gobierno desde el federal hasta el delegacional pasando por las instituciones centrales y organizaciones no gubernamentales. Con estas últimas y la ciudadanía es necesario construir espacios que

institucionalicen la participación social para el diseño, operación y seguimiento del programa.

La importancia del mejoramiento de la imagen urbana, radica en que todos los establecimientos públicos, edificios, monumentos, áreas verdes se mantengan en buen estado para el beneficio de la comunidad y los que lo visitan.

La participación ciudadana en todas las jornadas de mejoramiento de la imagen urbana, conlleva a la concientización de los ciudadanos que se involucran en el rescate de su demarcación, de tal manera que todo trabajo realizado necesita de la participación de todos los habitantes.

También es importancia construir el edificio delegacional en el Centro de Xochimilco, con el fin de que las autoridades vuelvan al lugar donde se encontraban, además es estrategia para cuidar y recuperar el espacio público que actualmente está en dominio de los comerciantes ambulantes.

El diseño del edificio delegacional, pretendía recuperar la imagen del palacio municipal con el que contaban los habitantes, sin embargo, la construcción que actualmente se está llevando a cabo, ubica el edificio delegacional arriba del Foro Cultural Quetzalcóatl, por lo que a este último se le reforzará en la cimentación y se remodelará.

El color empleado en la homogenización de fachadas es entre naranja y amarillo, con rodapié en color rojizo, estos colores fueron autorizados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y las fachadas fueron pintadas del mismo color con la participación de autoridades delegacionales y habitantes de la demarcación, la idea fue pintar todos los alrededores del Centro Histórico de Xochimilco.

En cuanto a la remodelación de embarcaderos, se buscó que fueran atractivos para los turistas, es decir antes de difundir los atractivos con los que cuenta la Delegación Xochimilco, se realizó un proyecto de remodelación de embarcaderos para que se presentará ante los turistas nacionales y extranjeros, mejores instalaciones que ayudarían a atraer más visitantes a la Demarcación.

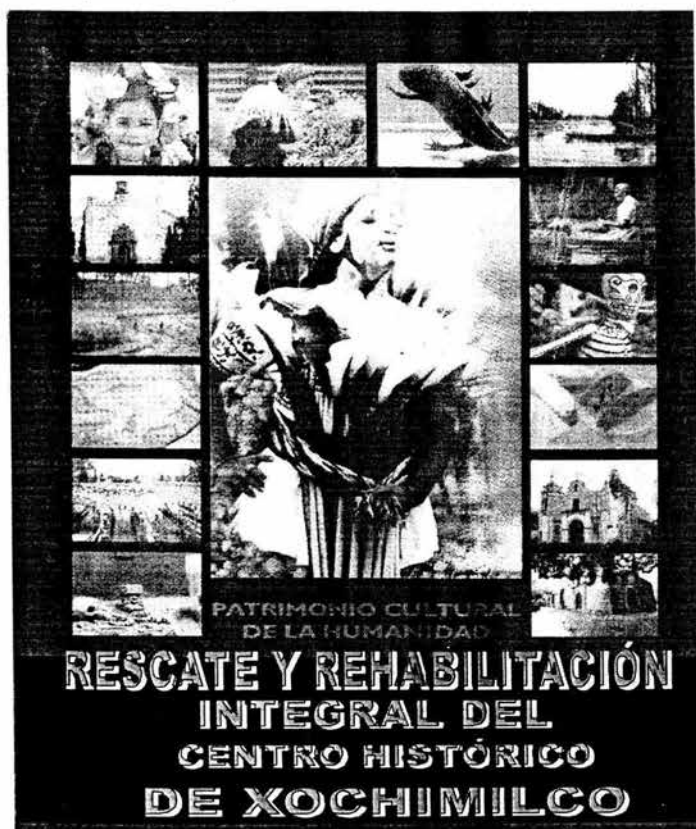
Con todo lo anterior, también se busca impulsar el turismo cultural ofreciendo, eventos artísticos en los lugares público y en particular en su Centro Histórico, esto con el fin de impulsar el comercio de los productores de la Delegación.

La factibilidad para realizar cada uno de los proyectos que se pretenden llevar a cabo, está en la buena organización, en el trabajo en conjunto con la ciudadanía, y con los

pequeños y medianos empresarios que buscan impulsar su empresa familiar en una empresa competitiva, es por eso que es importante abrir el espacio público para poder impulsar el turismo cultural y con ello a la micro y pequeña empresa.

La necesidad de crear espacios adecuados para el comercio ambulante, en la demarcación es muy evidente, sólo basta ver como los puestos ambulantes invaden la explanada principal del Centro de Xochimilco, y esto no permite a las autoridades realizar actividades que beneficien a la población, razón por la que se es necesario y urgente abrir espacios para que los comerciantes ambulantes se quiten del espacio público.

Con la construcción de una plaza comercial, se permitirá la reubicación del comercio informal, su factibilidad esta en que tanto autoridades delegacionales como comerciantes lleguen a un acuerdo pacífico, para que se reubiquen en un espacio adecuado y de esta manera dejar la explanada libre para las actividades culturales.



Capítulo 3

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL



CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

En el presente capítulo se enuncia la metodología que sirvió para el diseño y elaboración del instrumento de esta investigación, por lo que en primera instancia se presenta la relación que existe entre los elementos de la tabla de especificaciones y el Marco Teórico, se da a conocer el sistema hipotético del estudio y las variables dependientes e independientes; para el mayor entendimiento de la tabla de especificaciones se presenta su definición, su funcionamiento y todos sus elementos.

También se describe la técnica de la arboreación y los lineamientos para ordenar los reactivos en el cuestionario, su orden se representa en la tabla de equivalencia y en el diagrama de flujo. Lo anterior sirvió para obtener el cuestionario piloto, el cual se aplicó con el fin de observar los errores y evitarlos en la presentación del cuestionario final.

3.1 Relación de la Tabla de Especificaciones con el Marco Teórico

En el Marco Teórico, en el apartado 1.4.2. Se definió a la Opinión Pública como «el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de «el público» que es el grupo social en sí mismo».

La definición anterior conduce a diferenciar:

1. Las expresiones del individuo de un grupo social

2. El referente público
3. El grupo social en sí mismo

En el mismo Marco Teórico se mencionó que los elementos del Sistema Comunicativo son:

1. Los actores
2. Las expresiones
3. Los instrumentos
4. Las representaciones

Asimismo, se hizo la analogía entre:

1. Actores de la comunicación con individuos del grupo social.
2. Instrumentos de la comunicación con el cuestionario (en papel).
3. Las expresiones de la comunicación con el conjunto de expresiones del grupo social en donde se manifiestan los consensos/disensos.
4. Las representaciones de la comunicación con el conjunto de datos de referencia contenidas en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para los usuarios.

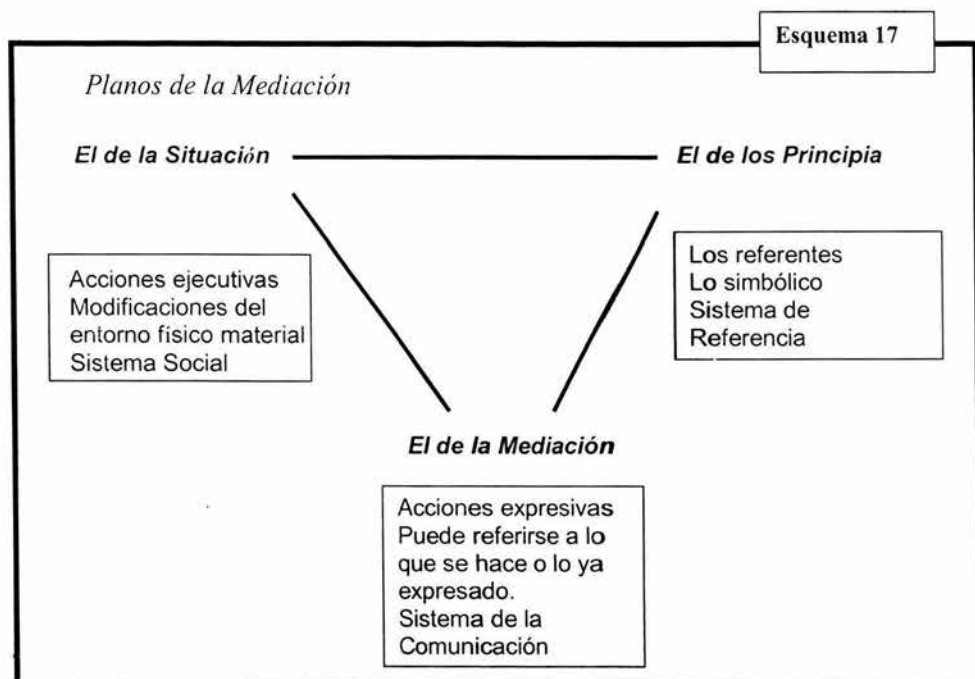
Interesa resaltar que los actores de la comunicación tienen como referente de las expresiones:

1. Lo que hacen (acciones ejecutivas)
2. A otras expresiones (ya anunciadas o por enunciar)
3. Al pensamiento (ya pensado o que se este pensando)

En el presente trabajo, en el apartado 1.1.2.2. Modelo General de los Sistemas, se indicó que hay varios sistemas y que uno de ellos es el de la Referencia [SR]. En este sistema, se contempla todo aquello que es nombrado, es decir, aquellos referentes simbólicos que han sido nombrados y de los cuales los actores de la comunicación pueden (volver a) decir algo. De tal forma que hay una diferencia entre:

1. Lo que se hace (como acción ejecutiva)
2. Lo que se dice (como acción expresiva)
3. Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva)
4. Lo que se dice de lo que ya se ha dicho (que es una expresión que tiene como referente a lo simbólico)

Lo inmediato anterior se plasma en el siguiente esquema:



Si se considera la definición de Opinión Pública antes mencionada, se tendría que aclarar:

1. La indagación de la opinión de un grupo social no pueden contrastarse con lo que realmente los actores sociales realizan en su entorno físico material, pero es necesario considerar los aspectos más importantes de los roles que

desempeñan los agentes sociales que serían: el sexo, la edad, el lugar de nacimiento, la posición política, la ocupación, el nivel de escolaridad, el lugar de residencia, la posición económica, familiar y el tipo de organización a la que pertenecen.

2. La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con el plano de lo simbólico [SR] pero sí resulta pertinente que el investigador de la Opinión Pública, indique un rango de credibilidad acerca de lo que el grupo social conoce acerca del referente, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza acerca del conocimiento de la temática y se diferencie a los actores que conocen de los que no conocen el referente.
3. La indagación de lo que se expresa sobre lo que se hace y del sistema referencial, es lo propio del investigador de Opinión Pública pero hay que indicar que esta expresión (opinión) varía dependiendo de los roles que desempeña el agente social y del grado de conocimiento sobre la temática.

Conforme lo antes mencionado resulta imprescindible:

Considerar como variable de un estudio de Opinión Pública a los diferentes roles de los agentes sociales y que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el concepto **sociodemográfico**.

Considerar como variable al grado de conocimiento de la temática por parte de los actores de la comunicación y que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el concepto **conocer**.

Considerar como variable de un estudio de Opinión Pública a las valoraciones expresadas en un cuestionario (opiniones) por los actores (grupo sociales por investigar) y que en la tabla de especificaciones se denominará concepto **opinión**.

3.2 El Sistema Hipotético

Este sistema hipotético contempla una hipótesis nula y las hipótesis alternativas. En donde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico en frecuencia de porcentaje de grado de conocimiento sobre la opinión de la temática y de acuerdo a una escala estimativa con un rango de entre 1 y 5.

Hipótesis nula

No se conoce la Opinión Pública de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

Hipótesis alternativa

Las hipótesis alternativas que se planean a continuación, dependen de las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas.

1. El conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco es de **90%**.
2. La opinión que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco es de 4.
3. El sexo determina en un 20% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
4. El sexo determina en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
5. La edad determina en un 10% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
6. La edad determina en 4 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no

gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y rehabilitación del centro Histórico de Xochimilco.

7. La posición política determina en un 90% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
8. La posición política determina en 4 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
9. La ocupación determina en un 10% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
10. La ocupación determina en 1 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
11. El nivel de escolaridad determina en un 80% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
12. El nivel de escolaridad determina en 4 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
13. La posición económica determina en un 20% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con

- respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
14. La posición económica determina en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 15. El lugar de residencia determina en un 30 % el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 16. El lugar de residencia determina en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 17. El lugar de nacimiento determina en un 20 % el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 18. El lugar de nacimiento determina en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 19. El tipo de organización determina en un 30 % el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 20. El tipo de organización determina en 3 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto

de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

21. La posición familiar determina en un 10 % el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
22. La posición familiar determina en 1 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

3.3 Variables

A continuación se enuncian las variables dependientes e independientes de este estudio, así como su relación con las hipótesis planteadas.

1. Con respecto a la hipótesis 3 la variable independiente es el sexo de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
2. Con respecto a la hipótesis 4 la variable independiente es el sexo de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
3. Con respecto a la hipótesis 5 la variable independiente es la edad de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
4. Con respecto a la hipótesis 6 la variable independiente es la edad de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la

variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

5. Con respecto a la hipótesis 7, la variable independiente es la posición política de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
6. Con respecto a la hipótesis 8, la variable independiente es la posición política de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
7. Con respecto a la hipótesis 9, la variable independiente es la ocupación de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
8. Con respecto a la hipótesis 10, la variable independiente es la ocupación de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
9. Con respecto a la hipótesis 11, la variable independiente es el nivel de escolaridad de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
10. Con respecto a la hipótesis 12, la variable independiente es el nivel de escolaridad de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación

Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

11. Con respecto a la hipótesis 13, la variable independiente es la posición económica de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
12. Con respecto a la hipótesis 14, la variable independiente es la posición económica de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
13. Con respecto a la hipótesis 15, la variable independiente es el lugar de residencia de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
14. Con respecto a la hipótesis 16, la variable independiente es el lugar de residencia de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
15. Con respecto a la hipótesis 17, la variable independiente es el lugar de nacimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
16. Con respecto a la hipótesis 18, la variable independiente es el lugar de nacimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación

- Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
17. Con respecto a la hipótesis 19, la variable independiente es el tipo de organización de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 18. Con respecto a la hipótesis 20, la variable independiente es el tipo de organización de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 19. Con respecto a la hipótesis 21, la variable independiente es la posición familiar de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es el conocimiento que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
 20. Con respecto a la hipótesis 22, la variable independiente es la posición familiar de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco y la variable dependiente es la opinión que tienen sobre el Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

3.4 Tabla de Especificaciones

La tabla de especificaciones es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionalizar los conceptos que se utilizarán para la elaboración del cuestionario, considerando los conceptos, las variables dependientes e independientes de esta investigación.⁹⁴

⁹⁴ Torres Lima, Héctor. «Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública». México. ENEP Acatlán. Agosto, 2003.

La función de la tabla de especificaciones consiste en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el Marco Teórico en términos de indicadores empíricos, acordes al contexto de la temática particular de la que trata esta investigación.

La tabla de especificaciones contiene cuatro columnas:

En la primera se especifican dos conceptos y se enumeran con orden progresivo con un dígito; en la segunda se anotan las categorías por conceptos y se enumeran en orden progresivo con dos dígitos; en la tercera se anotan los indicadores por categorías y se enumeran en orden progresivo con tres dígitos; y la cuarta columna contiene a los reactivos uno por cada indicador y se enumera con el mismo número del indicador.

Así la tabla de especificaciones contiene a los conceptos, a las categorías, a los indicadores y a los reactivos.

El término de «concepto» se refiere a una representación literaria que expresa un rango característico del fenómeno a estudiar y que para el tema que nos ocupa son: conocimiento, opinión y datos sociodemográficos del grupo social a estudiar:

El término «categorías» es la dimensión del concepto, son las características que asumen en la realidad (temática a estudiar).

El término «indicador» es la determinación de la categoría y se expresa como la medida única e unívoca que se presenta en la realidad social en el caso particular de la temática a tratar.

Se entenderá por «reactivo» a una pregunta (base del reactivo) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base de reactivos y de las cuales (sólo una será válida)⁹⁵

En la relación de los reactivos se deberá considerar los siguientes criterios:

1. Reactivos Precisos.
2. Planteados de acuerdo al nivel de escolaridad de la muestra.
3. Planteados de acuerdo al vocabulario de los encuestados.
4. Deben posibilitar una sola respuesta.

⁹⁵ Torres Lima, Héctor. «Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública». México. ENEP Acatlán. Agosto, 2003.

5. En caso de ser de opción múltiple, deben ser ordenadas las opciones de la de menor extensión a la de mayor.
6. No deben sugerir respuestas.
7. deben referirse a un solo tema y a una sola persona.
8. Deben ser pertinentes al tema.
9. La tabla de especificaciones se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. A continuación se presenta la tabla de especificaciones.

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	REACTIVO
1. CONOCIMIENTO	1.1. RESCATE DEL PAISAJE	1.1.1. MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA	1.1.1. Para el mejoramiento de la Imagen Urbana, se están realizando trabajos de: a) Construcción de edificios, colocación de lámparas, construcción de monumentos y homogenización telefónica b) Reconstrucción de banquetas y guarniciones; adoquinado de calles, remodelación de mercados y homogenización de fachadas c) Construcción de un centro turístico, construcción del edificio delegacional, homogenización de fachadas y retiro de espectaculares
		1.1.2. RECUPERACION DEL ANTIGUO PALACIO MUNICIPAL	1.1.2. Para la recuperación del antiguo palacio municipal, se están realizando trabajos de: a) Reubicación del Foro Cultural Quetzalcóatl b) Reestructuración del Foro Cultural Quetzalcóatl Remodelación y fortalecimiento de la cimentación sin dañar la estructura del Foro Cultural Quetzalcóatl
		1.1.3. HOMOGENIZACIÓN DE FACHADAS	1.1.3. Para la homogenización de fachadas, se realizó: a) Se pintaron los comercios y mercados de un mismo color con la participación de la ciudadanía b) Aplanados en las paredes de las casas y comercios, además de pintar las fachadas con la participación de

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
		1.1.4. REMODELACIÓN DE LOS EMBARCADEROS	<p>autoridades delegacionales</p> <p>c) Se pintaron las fachadas de las casas, comercios y mercados de un solo color autorizado por el INAH con la participación de autoridades y ciudadanía</p> <p>1.1.4. Los trabajos de remodelación de embarcaderos consistió en:</p> <p>a) Impermeabilización de techos, construcción de oficinas turísticas, construcción de puentes, y construcción de sanitarios</p> <p>b) Pinta de los embarcaderos, construcción de rampas para minusválidos, impermeabilización de techos y rehabilitación del alumbrado</p> <p>c) Rehabilitación de rampas para minusválidos, creación del manual del comportamiento turístico, construcción de casetas de vigilancia y limpieza de canales</p>
	1.2. DESARROLLO ECONÓMICO	1.2.1. IMPULSAR EL TURISMO CULTURAL	<p>1.2.1. Con el fin de impulsar el turismo cultural, se pretende:</p> <p>a) Organizar recorridos por la zona chinamera, realizar cursos de comercialización y realizar eventos turísticos</p> <p>b) Organizar eventos deportivos, ofrecer cursos de capacitación y dar visitas guiadas a embarcaderos</p> <p>c) Organizar eventos artísticos y culturales de amplio reconocimiento de manera permanente en</p>

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
			las plazas, parques y espacios abiertos.
		1.2.2. DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS, ARTESANOS Y ECOTURÍSTICAS	<p>1.2.2. Para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y ecoturísticas, se realizarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se otorgarán créditos para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales b) La gestión con instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales c) Talleres de organización empresarial, con el apoyo de instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales
		1.2.3. DESARROLLO DE NUEVAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS VINCULADAS AL TURISMO Y AL ECOTURISMO	<p>1.2.3. Para el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, se pretende:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Construir espacios para la comercialización de artesanías, y productos Xochimilcas b) Reordenar el comercio informal, conservar los edificios antiguos, la naturaleza y recuperar la tradición turística c) Establecer zonas que requieren orientación turística y recuperar el espacio público para el beneficio de la ciudadanía

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
	1.3. REORDENAMIENTO DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA	1.3.1. CREACIÓN DE ESPACIOS ADECUADOS PARA EL COMERCIO	1.3.1. Para la creación de espacios adecuados para el comercio, se pretende: a) Realizar exposiciones con productos Xochimilcas para ponerlas a la venta en distintas demarcaciones b) Realizar un nuevo padrón para reubicar el comercio informal en el Centro Histórico c) Se ordenará en espacios concertados y adecuados el comercio informal para dejar libre el espacio público
		1.3.2. REUBICACIÓN DEL COMERCIO INFORMAL EN ESPACIOS ADECUADOS	1.3.2. Para la reubicación del comercio informal se pretende: a) Hacer operativos constantes, establecer vigilancia permanente y realizar un padrón de comerciantes b) Acordar con los comerciantes, crear espacios adecuados para el comercio, utilizando créditos accesibles o esquemas de fideicomiso c) Otorgar créditos para formalizar los comercios, autorizar permisos por año y reubicar únicamente a los comerciantes originarios de Xochimilco
2. OPINIÓN	2.1. RESCATE DEL PAISAJE	2.1.1. MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA	2.1.1. ¿Qué tan importante es el mejoramiento de la imagen urbana? 1 2 3 4 5
		2.1.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA	2.1.2. ¿Qué tan importante es la participación ciudadana en el

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
			mejoramiento de la imagen urbana? 1 2 3 4 5
		2.1.3. RECUPERACIÓN DEL ANTIGUO PALACIO MUNICIPAL	2.1.3. ¿Que tan importante es la construcción del edificio delegacional (antiguo palacio municipal)? 1 2 3 4 5
		2.1.4. DISEÑO DEL EDIFICIO DELEGACIONAL	2.1.4. ¿Que tan funcional es el diseño del edificio delegacional? 1 2 3 4 5
		2.1.5. HOMOGENIZACIÓN DE FACHADAS	2.1.5. ¿Que tan atractivo es el color que se empleó en la homogenización de fachadas? 1 2 3 4 5
		2.1.6. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN PINTA DE FACHADAS	2.1.6. ¿Que tan importante es la participación ciudadana en la homogenización de fachadas? 1 2 3 4 5
		2.1.7. REMODELACIÓN DE LOS EMBARCADEROS	2.1.7. ¿Que tan atractiva es la imagen que proyectan los embarcaderos, con su remodelación? 1 2 3

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
			4 5
		2.1.8. IMAGEN DE EMBARCADEROS	2.1.8. ¿Qué tan aceptado es para ti, la remodelación de embarcaderos? 1 2 3 4 5
	2.2. DESARROLLO ECONÓMICO	2.2.1. IMPULSAR EL TURISMO CULTURAL	2.2.1. ¿Qué tan importante es impulsar el turismo cultural? 1 2 3 4 5
		2.2.2. TURISMO CULTURAL	2.2.2. ¿Qué tan factible es impulsar el turismo cultural? 1 2 3 4 5
	2.3. REORDENAMIENTO DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA	2.2.3. DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS, ARTESANOS Y ECO-TURÍSTICAS	2.2.3. ¿Qué tan importante es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas? 1 2 3 4 5
		2.2.4. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO ECONÓMICO	2.2.4. ¿Qué tan factible es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas? 1 2 3 4 5
		2.2.5. DESARROLLO DE NUEVAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2.2.5. ¿Qué tan importante es el desarrollo de nuevas actividades económicas

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
		VINCULADAS AL TURISMO Y AL ECOTURISMO	vinculadas al turismo y al ecoturismo? 1 2 3 4 5
		2.2.6. TURISMO Y ECOTURISMO, ALTERNATIVA ECONÓMICA	2.2.6. ¿Qué tan factible es desarrollar actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo? 1 2 3 4 5
		2.3.1. CREACIÓN DE ESPACIOS ADECUADOS PARA EL COMERCIO	2.3.1. ¿Qué tan necesario es la creación de espacios adecuados para el comercio informal? 1 2 3 4 5
		2.3.2. FACTIBILIDAD DE ESPACIOS PARA EL COMERCIO	2.3.2. ¿Qué tan factible es la creación de espacios adecuados para el comercio informal? 1 2 3 4 5
		2.3.3. REUBICACIÓN DEL COMERCIO INFORMAL EN ESPACIOS ADECUADOS	2.3.3. ¿Qué tan importante es el proyecto de reubicación del comercio informal en espacios adecuados? 1 2 3 4 5
		2.3.4. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO DE REUBICACIÓN DEL COMERCIO	2.3.4. ¿Qué tan factible es la reubicación del comercio informal en espacios adecuados? 1 2

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
			3 4 5
3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	3.1. Sexo		3.1.1. Indica que sexo eres: M () F ()
	3.2. Edad		3.2.1. Indica entre que rango de edad te encuentras: a) 21-30 () b) 31-40 () c) 41-50 () d) 51-60 ()
	3.3. Posición política		3.3.1. Indica por cual partido político votaste en las pasadas elecciones: a) PRI () b) PAN () c) PRD () d) PVEM () e) Otros ()
	3.4. Lugar de nacimiento		3.4.1. Eres nativo de Xochimilco Si () No ()
	3.5. Nivel de escolaridad		3.5.1. Indica tu nivel de escolaridad Básica () Media Superior () Superior () Posgrado () Doctorado ()
	3.6. Posición Económica		3.6.1. ¿Tiene casa particular? a) Sí () b) No ()
	3.7. Lugar de residencia		3.7.1. ¿En que pueblo, barrio o colonia vive? _____
	3.8. Posición Familiar		3.8.1. ¿Cuál es el lugar que ocupa en su familia? a) Padre de familia () b) Hijo de familia ()
	3.9. Tipo de organización		3.9.1. ¿A que tipo de organización pertenece? a) Política () b) Humanista ()

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
			c) Cultural () d) Ambiental ()
	3.10. Ocupación		3.10.1. A qué te dedicas _____ _____

3.5 Arboreación

La arboreación es una técnica que permite establecer el orden en que aparecerán los reactivos en el cuestionario. Para ello se establecerán los criterios, una tabla de equivalencias entre el número del reactivo en el cuestionario y el número de reactivo en la tabla de especificaciones, y el diagrama de flujo que indicará como deberá ser contestado el cuestionario.

3.5.1 Criterios de arboreación

Los lineamientos para ordenar los reactivos en el cuestionario serán:

1. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que midan los aspectos más generales y posteriormente los reactivos que midan los aspectos más específicos
2. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que hayan sido elaborados de manera más sencilla y posteriormente los más complejos
3. Se colocarán en primer lugar los reactivos correspondientes al concepto 3 que son los datos sociodemográficos, debido a que se considera que no afectan las respuestas de los reactivos posteriores
4. Se colocarán los reactivos de concepto 1 (conocimiento) alternándolo con los reactivos del concepto 2 (opinión), siempre y cuando correspondan al mismo indicador o categoría, debido a que se considera importante no confundir al encuestado.

3.5.2 Tabla de equivalencias

Reactivo del cuestionario	Reactivo de la tabla de especificaciones
1	3.1.1.
2	3.2.1.
3	3.7.1.
4	3.8.1.
5	3.5.1.
6	3.4.1.
7	3.9.1.
8	3.6.1.
9	3.3.1.
10	1.1.2.
11	2.1.3.
12	2.1.4.
13	1.1.1.
14	2.1.1.
15	2.1.2.
16	1.1.3.
17	2.1.6.
18	2.1.5.
19	1.1.4.
20	2.1.7.
21	2.1.8.
22	1.3.1.
23	2.3.1.
24	2.3.2.
25	1.3.2.
26	2.3.3.
27	2.3.4.
28	1.2.1.
29	2.2.1.
30	2.2.2.
31	1.2.3.
32	2.2.5.
33	2.2.6.
34	1.2.2.
35	2.2.3.
36	2.2.4.

3.5.3 Diagrama de flujo de la arboreación

En el diagrama de flujo se utilizarán los siguientes símbolos:

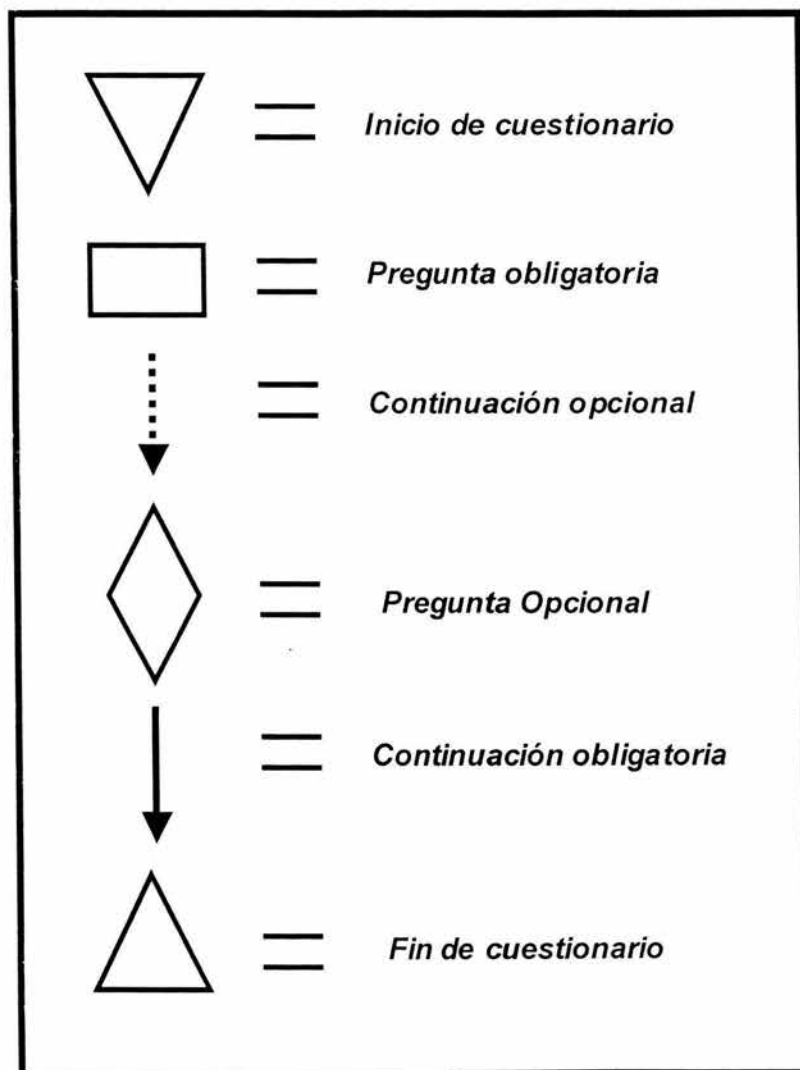
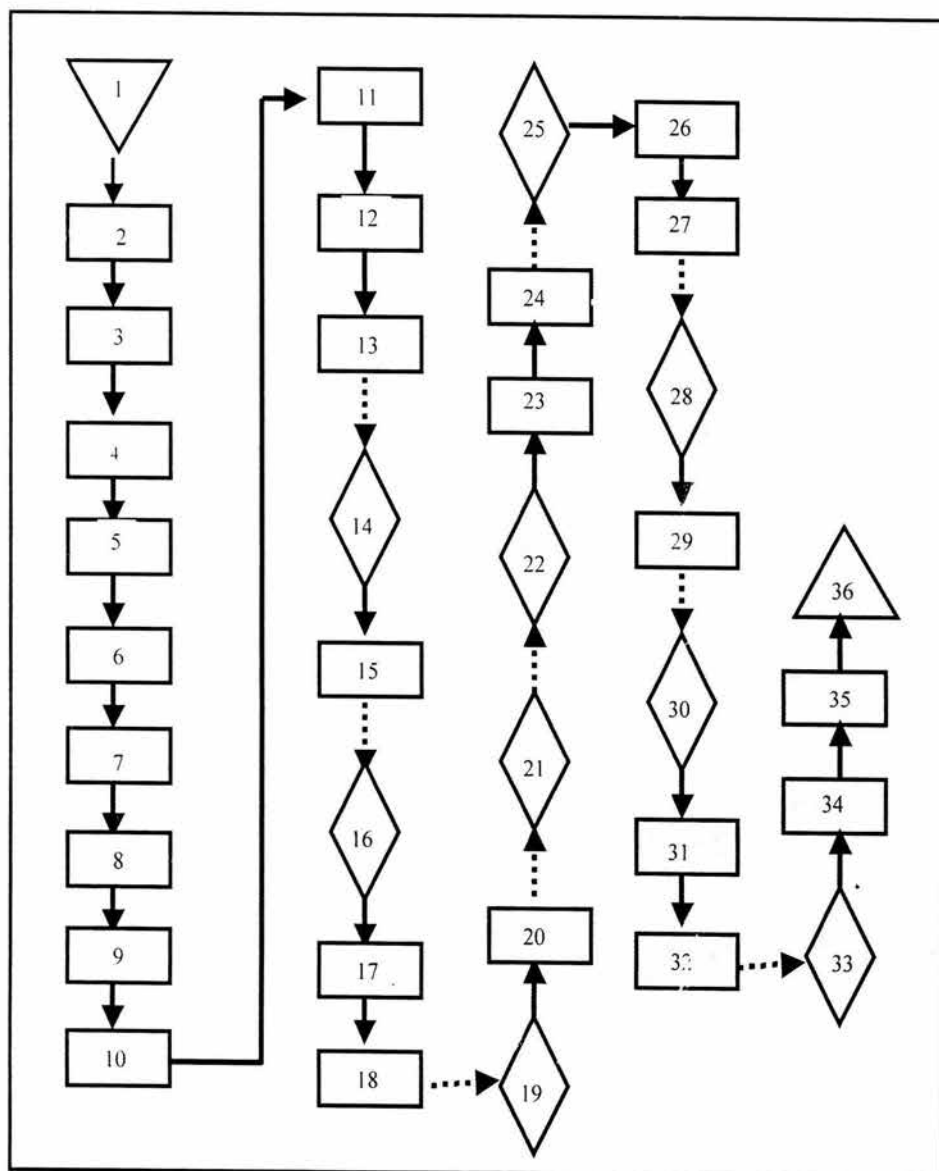


Diagrama de Flujo



3.6 Cuestionario Piloto

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CAMPUS ACATLÁN
SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN
«LA OPINIÓN PÚBLICA»

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del Proyecto de Rescate Integral del Centro Histórico de Xochimilco. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad, en caso de que usted desee conocer los resultados obtenidos, tenga la amabilidad de comunicarse con Francisco Reyes Altamirano al teléfono 58446014.

Instrucciones: Le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una «X» en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

1. Indique su sexo: M () F ()	2. Entre que rango de edad se encuentra: a) 21-30 () b) 31-40 () c) 41-50 () d) 51-60 ()	3. Indique por que partido votó en las elecciones pasadas: a) PRD () b) PAN () c) PRI () d) PVEM () e) OTROS ()
4. Es nativo de Xochimilco Sí () No ()	5. Indica tu nivel de escolaridad Básica () Media Superior () Superior () Posgrado () Doctorado ()	6. Tiene casa particular a) Sí () b) No ()
7. ¿Cuál es el lugar que ocupa en su familia? a) Padre de familia () b) Hijo de familia ()	8. ¿En qué pueblo, barrio o colonia vive? _____	9. ¿A qué tipo de organización pertenece? a) Política () b) Humanista () c) Cultural () d) Ambiental ()

10. Para la recuperación del antiguo palacio municipal, se están realizando trabajos de:

- a) Reubicación del Foro Cultural Quetzalcóatl ()
- b) Remodelamiento del Foro Cultural Quetzalcóatl ()
- c) Fortalecimiento de la cimentación del Foro Cultural Quetzalcóatl ()

11.¿Qué tan importante es la construcción del edificio delegacional (antiguo palacio municipal)?					
12.¿Qué tan funcional es el diseño del edificio delegacional?					

13. Para el mejoramiento de la Imagen Urbana, se están realizando trabajos de:

- a) Construcción de edificios, colocación de lámparas, construcción de monumentos y homogenización telefónica ()
- b) Reconstrucción de banquetas y guarniciones; adoquinado de calles, remodelación de mercados y homogenización de fachadas ()
- c) Construcción de un centro turístico, construcción del edificio delegacional, homogenización de fachadas y retiro de espectaculares ()

		2			
14.¿Qué tan importante es el mejoramiento de la imagen urbana?					
15.¿Qué tan importante es la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana?					

16. Para la homogenización de fachadas, se realizó:

- a) Se pintaron los comercios y mercados de un mismo color con la participación de la ciudadanía y la autorización del INAH ()
- b) Aplanados en las paredes de las casas y comercios, además de pintar las fachadas con la participación de autoridades delegacionales ()
- c) Se pintaron las fachadas de las casas, comercios y mercados de un solo color, el cual fue autorizado por el INAH, además se contó con la participación de autoridades delegacionales y vecinos ()

17.¿Qué tan importante es la participación ciudadana en la homogenización de fachadas?					
18.¿Qué tan atractivo es el color que se empleó en la homogenización de fachadas?					

19. Los trabajos de remodelación de embarcaderos consistieron en:

- a) Impermeabilización de techos, construcción de oficinas turísticas, pintura de embarcaderos, y construcción de sanitarios ()

- b) Pinta de los embarcaderos, construcción de rampas para minusválidos, impermeabilización de techos y rehabilitación del alumbrado ()
- c) Rehabilitación de rampas para minusválidos, creación del manual del comportamiento turístico, construcción de casetas de vigilancia y limpieza de canales ()

20.¿Qué tan atractiva es la imagen que proyectan los embarcaderos, con su remodelación?					
21.¿Qué tan aceptado es para ti, la remodelación de embarcaderos?					

22. Para la creación de espacios adecuados para el comercio, se pretende:

- a) Realizar exposiciones con productos Xochimilcas para ponerlas a la venta en distintas demarcaciones ()
- b) Realizar un nuevo padrón para reubicar el comercio informal en el Centro Histórico ()
- c) Ordenar en espacios concertados y adecuados el comercio informal para dejar libre el espacio público ()

23.¿Qué tan necesario es la creación de espacios adecuados para el comercio informal?					
24.¿Qué tan factible es la creación de espacios adecuados para el comercio informal?					

25. Para la reubicación del comercio informal se pretende:

- a) Hacer operativos constantes, establecer vigilancia permanente y realizar un padrón de comerciantes ()
- b) Acordar con los comerciantes, crear espacios adecuados para el comercio, utilizando créditos accesibles o esquemas de fideicomiso ()
- c) Otorgar créditos para formalizar los comercios, autorizar permisos por año y reubicar únicamente a los comerciantes originarios de Xochimilco ()

26. ¿Qué tan importante es el proyecto de reubicación del comercio informal en espacios adecuados?					
27. ¿Qué tan factible es la reubicación del comercio informal en espacios adecuados?					

28. Con el fin de impulsar el turismo cultural, se pretende:

- a) Organizar recorridos por la zona chinampera, realizar cursos de comercialización y realizar eventos turísticos ()
- b) Organizar eventos deportivos, ofrecer cursos de capacitación y dar visitas guiadas a embarcaderos ()
- c) Organizar eventos artísticos y culturales de amplio reconocimiento de manera permanente en las plazas, parques y espacios abiertos ()

29. ¿Qué tan importante es impulsar el turismo cultural?					
30. ¿Qué tan factible es impulsar el turismo cultural?					

31. Para el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, se pretende:

- a) Construir espacios para la comercialización de artesanías y productos Xochimilcas ()
- b) Reordenar el comercio informal, conservar los edificios antiguos, la naturaleza y recuperar la tradición turística ()
- c) Establecer zonas que requieren orientación turística y recuperar los espacios de reserva ecológica para el beneficio de la ciudadanía ()

32. ¿Qué tan importante es el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo?					
33. ¿Qué tan factible es desarrollar actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo?					

34. Para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, se realizarán:

- a) Se otorgarán créditos para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()
- b) Se acordará con instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()
- c) Se realizarán talleres de organización empresarial, con el apoyo de instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()

35. ¿Qué tan importante es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas?

36. ¿Qué tan factible es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas?

3.6.1 Procedimiento de Aplicación

El cuestionario fue aplicado personalmente, se ubico la muestra piloto que fue de 10 personas, las cuales presentaban características similares a los líderes de organizaciones no gubernamentales.

Al entregar el primer cuestionario, el encuestado, contó el número de hojas, después se dedicó a leer las instrucciones e inició la contestación. El tiempo aproximado que tardó en contestarlo fue de 15 minutos, sin embargo cuando llegó a la pregunta tres, se tardó un poco, pero al final optó por marcar su respuesta.

El segundo cuestionario, fue aplicado en la oficina del encuestado, le pedí amablemente que me contestará un cuestionario para saber su opinión sobre el Proyecto de Rescate Integral del Centro Histórico de Xochimilco, sin más explicaciones, recibió el cuestionario y dijo que estaba un poco extenso, después preguntó que si el estudio era para algún partido, mi contestación fue negarlo. Después leyó las instrucciones y empezó a contestarlo, pasando 12 minutos me lo devolvió diciendo que estaba un poco difícil saber los trabajos que se hicieron realmente.

Con el tercer cuestionario no hubo problema, tardó 13 minutos en contestarlo y no hizo ningún comentario sobre el mismo.

El cuarto cuestionario, igual que los anteriores, explique con que fin se aplicaba, lo mismo sucedió, contó el numero de hojas, leyó las instrucciones y lo contestó, sin embargo al final me hizo el comentario que había unas preguntas que tienen como respuesta verdadera dos opciones, por lo que la confundía a la hora de contestarlo. La duda surgió en la pregunta 10 y 19.

El quinto cuestionario fue entregado a un funcionario de la Delegación, el cual se metió a su oficina y posteriormente me lo regresó, por lo que no pude ver sus reacciones y sus comentarios sobre el mismo.

En el cuestionario 6, me presenté como estudiante de la Universidad, le explique el motivo del cuestionario, me preguntó que cuanto se podría tardar y le contesté que aproximadamente 10 minutos. Aceptó recibir el cuestionario y al igual que los demás contó el numero de hojas y lo empezó a contestar.

En el séptimo cuestionario, también causó confusión la pregunta 10, ya que me dijo el encuestado que si podría marcar dos opciones, puesto que las dos eran correctas, además contó el numero de hojas.

Con los demás cuestionarios fue la misma táctica, todos coincidían en que estaba un poco extenso, pero les era fácil contestarlo al leer las instrucciones, sin embargo en algunas preguntas se confundían, por que la respuesta podrían ser dos y me decían que si era necesario señalar sólo una.

Cabe mencionar que los encuestados, se intimidaban cuando veían la pregunta de su posición política, la cual dudaban en contestar, la opción fue que la contestaran al último. cuando se las pedía.

Cabe señalar que se les hizo más fácil contestar el cuestionario una vez leídas las instrucciones, así como al señalarles que no habían respuestas falsas o verdaderas, ya que no se preocupaban por poner una cruz en el recuadro que decidían.

3.6.2 Tablas de Resultados de Piloteo

Las tablas de resultados de piloteo se presentan en el anexo de esta investigación CD ROM.

3.6.3 Corrección al Cuestionario Piloto

En el cuestionario piloto se realizaron los cambios que ameritaba, primero se dio un nuevo esquema presentando los datos sociodemográficos del encuestado en primer lugar, también, se puso en última instancia la posición política, debido que el encuestado ve esta opción como partidista, el segundo cambio que presenta, es la de las opciones de respuesta ya que estas eran confusas, debido a que el primer cuestionario piloto presentó dos opciones de respuesta verdadera, principalmente en la pregunta 10.

Asimismo, se le agregó un dato sociodemográfico, la ocupación de los integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales, esto por considerar que puede influir de manera directa en la respuesta del encuestado.

Finalmente, el formato siguió siendo el mismo, pues se les facilitó en la contestación, y se agregó el logotipo de la UNAM y de la ENEP Acatlán.

3.7 Cuestionario Final

continuación se presenta el cuestionario final:



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS ACATLÁN

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN



«LA OPINIÓN PÚBLICA»

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del Proyecto de Rescate Integral del Centro Histórico de Xochimilco. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad, en caso de que usted desee conocer los resultados obtenidos, tenga la amabilidad de comunicarse con Francisco Reyes Altamirano al teléfono 58446014.

Instrucciones: Le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una «X» en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

1. Indique su sexo: M () F ()	2. Entre que rango de edad se encuentra: a) 21-30 () b) 31-40 () c) 41-50 () d) 51-60 ()	3. Cuál es su ocupación _____
4. Es nativo de Xochimilco Sí () No ()	5. Indica tu nivel de escolaridad Básica () Media Superior () Superior () Posgrado () Doctorado ()	6. Tiene automóvil particular a. Sí () b. No ()
7. ¿Cuál es el lugar que ocupa en su familia? a) Padre de familia () b) Hijo de familia ()	8. ¿En qué pueblo, barrio o colonia vive? _____	9. ¿A qué tipo de organización pertenece? a) Política () b) Humanista () c) Cultural () d) Ambiental ()

10. Para la recuperación del antiguo palacio municipal, se están realizando trabajos de:
- a) Reubicación del Foro Cultural Quetzalcóatl ()
 - b) Reestructuración del Foro Cultural Quetzalcóatl ()
 - c) Remodelación y fortalecimiento de la cimentación del Foro Cultural Quetzalcóatl ()

11.¿Qué tan importante es la construcción del edificio delegacional (antiguo palacio municipal)?					
12.¿Qué tan funcional es el diseño del edificio delegacional?					

13. Para el mejoramiento de la Imagen Urbana, se están realizando trabajos de:

- a) Construcción de edificios, colocación de lámparas, construcción de monumentos y homogenización telefónica ()
- b) Reconstrucción de banquetas y guarniciones; adoquinado de calles, remodelación de mercados y homogenización de fachadas ()
- c) Construcción de un centro turístico, construcción del edificio delegacional, homogenización de fachadas y retiro de espectaculares ()

		2			
14.¿Qué tan importante es el mejoramiento de la imagen urbana?					
15.¿Qué tan importante es la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana?					

16. Para la homogenización de fachadas, se realizó:

- a) Se pintaron los comercios y mercados de un mismo color con la participación de la ciudadanía y la autorización del INAH ()
- b) Aplanados en las paredes de las casas y comercios, además de pintar las fachadas con la participación de autoridades delegacionales ()
- c) Se pintaron las fachadas de las casas, comercios y mercados de un solo color, el cual fue autorizado por el INAH, además se contó con la participación de autoridades delegacionales y vecinos ()

	1	2			
17.¿Qué tan importante es la participación ciudadana en la homogenización de fachadas?					
18.¿Qué tan atractivo es el color que se empleó en la homogenización de fachadas?					

19. Los trabajos de remodelación de embarcaderos consistieron en:

- a) Impermeabilización de techos, construcción de oficinas turísticas, pintura de embarcaderos, y construcción de sanitarios ()
- b) Pintura de los embarcaderos, construcción de rampas para minusválidos, impermeabilización de techos y rehabilitación del alumbrado ()
- c) Rehabilitación de rampas para minusválidos, creación del manual del comportamiento turístico, construcción de casetas de vigilancia y limpieza de canales ()

	1	2	3	4	5
20. ¿Qué tan atractiva es la imagen que proyectan los embarcaderos con su remodelación?					
21. ¿Qué tan aceptado es para ti, la remodelación de embarcaderos?					

22. Para la creación de espacios adecuados para el comercio informal, se pretende:

- a) Realizar exposiciones con productos Xochimilcas para ponerlas a la venta en distintas demarcaciones ()
- b) Realizar un nuevo padrón para reubicar el comercio informal en el Centro Histórico ()
- c) Ordenar en espacios concertados y adecuados el comercio informal para dejar libre el espacio público ()

	1	2	3	4	5
23. ¿Qué tan necesario es la creación de espacios adecuados para el comercio informal?					
24. ¿Qué tan factible es la creación de espacios adecuados para el comercio informal?					

25. Para la reubicación del comercio informal se pretende:

- a) Hacer operativos constantes, establecer vigilancia permanente y realizar un padrón de comerciantes ()
- b) Acordar con los comerciantes, crear espacios adecuados para el comercio, utilizando créditos accesibles o esquemas de fideicomiso ()

- c) Otorgar créditos para formalizar los comercios, autorizar permisos por año y reubicar únicamente a los comerciantes originarios de Xochimilco ()

	1	2	3	4	5
26.¿Qué tan importante es el proyecto de reubicación del comercio informal en espacios adecuados?					
27.¿Qué tan factible es la reubicación del comercio informal en espacios adecuados?					

28. Con el fin de impulsar el turismo cultural, se pretende:

- a) Organizar recorridos por la zona chinampera, realizar cursos de comercialización y realizar eventos turísticos ()
- b) Organizar eventos deportivos, ofrecer cursos de capacitación y dar visitas guiadas a embarcaderos ()
- c) Organizar eventos artísticos y culturales de amplio reconocimiento de manera permanente en las plazas, parques y espacios abiertos ()

	1	2	3	4	5
29.¿Qué tan importante es impulsar el turismo cultural?					
30.¿Qué tan factible es impulsar el turismo cultural?					

31. Para el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, se pretende:

- a) Construir espacios para la comercialización de artesanías y productos Xochimilcas ()
- b) Reordenar el comercio informal, conservar los edificios antiguos, la naturaleza y recuperar la tradición turística ()
- c) Establecer zonas que requieren orientación turística y recuperar los espacios de reserva ecológica para el beneficio de la ciudadanía ()

32. ¿Qué tan importante es el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo?					
33. ¿Qué tan factible es desarrollar actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo?					

34. Para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, se realizarán:

- a) Se otorgarán créditos para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()
- b) Se acordará con instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()
- c) Se realizarán talleres de organización empresarial, con el apoyo de instituciones nacionales y extranjeras, públicas y privadas para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, ecoturísticas y de productores agrícolas y artesanales ()

35. ¿Qué tan importante es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas?					
36. ¿Qué tan factible es el desarrollo de la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas?					

37. Indique por que partido votó en las elecciones pasadas:

- a) PRD ()
- b) PAN ()
- c) PRI ()
- d) PVEM ()
- e) OTROS ()

Capítulo 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS



CAPÍTULO 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS

En este capítulo se describe el proceso de levantamiento de datos en relación con el objetivo de la investigación que es: conocer la Opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

Para esto, es importante definir los conceptos que se utilizarán en este capítulo como es: población, marcos muestrales, universo y el tipo de levantamiento que se utilizará para esta investigación.

4.1 Población

De acuerdo con la investigación, se definirá a la población como «el conjunto de todos los elementos que componen un grupo común de características y que conforman el universo para el propósito del problema de investigación».⁹⁶

Por lo anterior queda decir que la población de este estudio son los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco.

⁹⁶ Material proporcionado en el «Módulo IV, del Seminario Taller Extracurricular de titulación la Opinión Pública», México. ENEP Acatlán. Octubre, 2003.

Las características de esta población a estudiar, se muestran a continuación:

- Los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales, coordinarán los esfuerzos para el rescate general de Xochimilco.
- Tienen como misión, coordinar los esfuerzos para el rescate general de Xochimilco, en aspectos relativos al: patrimonio cultural de la humanidad, arqueología, monumentos y costumbres; recursos naturales, lagunas, chinampas, canales y apantles; bienes e imagen urbana; la integrabilidad de las zonas lacustres y de montaña, aspectos entendidos hoy por la UNESCO como el patrimonio tangible e intangible, así como organización social, económica, productiva y los beneficios para el resto de la sociedad mexicana.
- Están involucrados en acciones que vigilan los trabajos delegacionales.
- Son integrantes de organizaciones que buscan objetivos específicos como son: Conservación del medio ambiente, respeto a los derechos humanos, conservación es comunales, preservación de la cultura y tradiciones de Xochimilco, entre otros.
- Buscan estar en constante comunicación con los habitantes y con los mismos agremiados de su organización.
- No reciben ayuda gubernamental, ni tampoco de la iniciativa privada.
- De acuerdo a un listado de los individuos que conforman el Consejo Consultivo Ciudadano para el Rescate Integral de Xochimilco, se pudo conocer los nombres, teléfonos, dirección de residencia, dirección de correo electrónico y tipo de organización a la que pertenecen.

- Este documento es el marco muestral de esta investigación, el cual facilita la localización y la comunicación para contactar a las unidades muestrales.
- Dentro del marco muestral, se encuentran enlistadas 62 personas, de las cuales 47 son representantes de organizaciones no gubernamentales. Para este estudio se considerará solo una persona por organización y no se tomará en cuenta los demás integrantes por ser independientes, integrantes de la misma organización (ya considerada) y gubernamentales.

4.2 Tipo de levantamiento de datos

Existen dos tipos de levantamiento que son por censo y muestral, dentro de este último se encuentra la probabilística y la no probabilística. La naturaleza de este estudio lleva a utilizar el tipo de **levantamiento por censo** que es «el proceso de examinar a cada miembro de una determinada población. Consiste en contar y recibir información sobre las características de toda la población en un momento específico.

«El censo se encarga de trabajar con la descripción de los parámetros entendiendo como parámetro las características de la población a encuestar».⁹⁷

Los criterios que se tomaron para realizar este tipo de levantamiento fue:

- El número total de los elementos del marco muestral, el cual es de 47.
- La disponibilidad del tiempo para recabar toda la información.
- Contar con un marco muestral que contiene los datos necesarios para la localización de los encuestados.

⁹⁷ Material proporcionado en el **Módulo IV del Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública**. México, ENEP Acatlán, Octubre, 2003.

4.3 Criterio para el levantamiento

El presente estudio de Opinión Pública se realizará de acuerdo al instrumento que es un cuestionario en papel, el cual se aplicará a los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco.

Esta característica y las consideradas en el marco muestral, muestran que los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano son personas muy ocupadas, por lo que se realizará:

- Se buscará contactarlos vía telefónica para hacer cita y se les pueda aplicar en su disponibilidad de su tiempo.
 - Sólo se insistirá tres veces para hacer cita.
 - El levantamiento de datos se realizará durante el periodo que abarca del 06 al 18 de Octubre del 2003.
- Se contactará por las tardes para aplicar por las mañanas.
 - El cuestionario se aplicará de manera personal.
 - La cita se hará vía telefónica u en su defecto se visitará de manera personal.
 - Se contactará por las tardes para aplicar por las mañanas.
 - El cuestionario se aplicará de manera personal.
 - La cita se hará vía telefónica u en su defecto se visitará de manera personal.
 - En el caso de los que no cuenten con línea telefónica se hará cita personalmente.
- Los cuestionarios serán foliados consecutivamente del 01 al 47.
- Se llevará un control de aplicación, el cual consistirá en registrar los pormenores en el momento de contestar el cuestionario.

4.4 Reporte del levantamiento

El levantamiento de datos se inició el día 7 de octubre del 2003, con la aplicación de tres cuestionarios, los cuales habían sido concertados el día 6 de octubre del mismo año, por vía telefónica.

El día 8 de octubre, se llamó por teléfono a 15 integrantes del Consejo Consultivo, de los cuales, sólo 10 se lograron localizar para concertar la cita en la semana, es decir, aceptaban contestar el cuestionario, únicamente en su disponibilidad de su tiempo, por lo que algunos se aplicaron en la mañana y otros por la tarde en sus domicilios.

Asimismo, como se fueron aplicando los cuestionarios se les fue llamando por teléfono a los restantes. 5 fueron llamados el día 9 de octubre, 15 el día 10 de octubre, 7 el día 11 de octubre y 10 el día 12 de octubre. Durante este proceso, se encontró con la problemática de que algunos no se localizaban en su domicilio, y otros eran números equivocados o no existía. En total fueron 5 teléfonos en los que contestaron que estaba equivocado y 2 no existían los números como tal.

Sólo en un caso, el encuestado pidió que se le dejara el cuestionario ya que no tenía tiempo para contestarlo en el momento, dijo que se podría recoger al día siguiente en su domicilio, sin embargo no se logró recogerlo en el tiempo dispuesto, ya que el Integrante del Consejo Consultivo Ciudadano, no se encontró en su hogar durante las tres visitas que se hicieron.

Una vez encontrando esta problemática, se optó por buscar a los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano en sus domicilios, sin embargo, no se corrió con suerte ya que los domicilios no se encontraban bien especificados en el marco muestral, y los habitantes que se encontraban en esas direcciones, no correspondía a la persona buscada.

El proceso de aplicación terminó el día 19 de octubre del 2002, las observaciones generales de la aplicación se dan a continuación:

Los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, recibían el cuestionario no sin antes preguntar el objetivo del estudio.

- Se les decía una breve explicación de lo que trataba la investigación.
- Los encuestados recibían el cuestionario, el cual veían un poco extenso.
- Preguntaban algunas dudas que se les presentaba durante la contestación del cuestionario.
- Una vez contestado, daban una opinión acerca del estudio.
- El cuestionario era contestado en su totalidad.
- Había participación de los encuestados.
- Algunos decían que parecía un estudio de carácter político.
- Otros desconfiaron del estudio, ya que decían que no cualquiera debía tener los datos específicos del Consejo Consultivo Ciudadano.
- El tiempo promedio en que se llevaban contestando el cuestionario fue de 15 a 20 minutos.
- En 4 casos, pidieron que se les dejara el cuestionario para ser recogido al día siguiente, cabe mencionar que no todos estuvieron al día siguiente por lo que fue necesario acudir dos veces al mismo lugar y en 1 caso tres veces.
- Los encuestados, pidieron el teléfono que se daba en el cuestionario para consultar los resultados del estudio.
- El día 19 de octubre a las 19:00 horas se terminó de hacer el levantamiento de datos.

4.6 Reporte de gastos

Este apartado tiene como fin, dar a conocer los gastos que se generaron durante el levantamiento de datos, es decir, el total de dinero que se utilizó para encuestar a los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco.

En la siguiente tabla se muestran las cifras:

concepto	Costo por unidad	Total de unidades	Costo total
Transporte	Vehículo particular	47 (recorridos)	\$ 200.00 (tanque lleno)
Comida	\$25 (comida)	14 (comidas)	\$ 350.00
Copias	\$0.50 (copia)	188 (copias)	\$ 94.00
teléfono	\$1.48 (llamada)	50 (llamadas)	\$ 74.00
total			\$ 718.00

4.7 Lectura de datos

A continuación se describirá el proceso de análisis de resultados empleado para la presente investigación, los cuales contienen los datos más importantes arrojados por el análisis.

Ya levantado los datos, a través del cuestionario, se procedió a abalizarlos, para ello se realizaron los siguientes pasos:

- Se elaboró una base de datos en hoja de cálculo Excel 2000, con fin de capturar las 37 respuestas de cada uno de los 39 cuestionarios.
- Se supervisó los 39 cuestionarios según su folio y sus resultados, con el propósito de garantizar la adecuada captura.
- Ya capturados los resultados de la población a estudiar, se realizó el cruce de datos por medio de filtros, de lo cual se obtuvo:

- a) Resultados generales de conocimiento y opinión.
- b) Resultado de acuerdo a los indicadores y las variables sociodemográficas: sexo, edad, ocupación, lugar de nacimiento, nivel de escolaridad, nivel económico, posición familiar, lugar de residencia, tipo de organización y posición política.

- c) Resultados por categoría, mismos que validan las hipótesis alternativas, formuladas desde el capítulo 3 de esta investigación.

4.7.1 Resultados generales por indicador

De acuerdo al procedimiento antes mencionado, se obtuvieron los resultados de condición: si conoce y no conoce por indicador, en donde las cantidades que se muestran son los porcentajes de la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la delegación Xochimilco, con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco.

Cabe aclarar, que el conocimiento de la población se cuantifica del 1 al 100 por ciento, así como a la opinión se mide en una escala del 1 al 5, donde 1 es el valor mínimo y 5 el máximo, lo anterior se presenta a continuación:

El 82.05% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen los trabajos para el mejoramiento de la imagen urbana, lo cuantifican con un 4.46 su importancia y con un 4.71, la participación ciudadana; mientras que el 17.94% de la población que no conoce, cuantifican la importancia en un 4.57 y la participación ciudadana en un 4.71.

El 53.84% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal, cuantifican con un 3.66, la importancia de la construcción del palacio municipal y con un 2.90 la funcionalidad en el diseño del palacio municipal; mientras que el 46.15% de la población que no conoce, cuantifican con un 3.22, la importancia que tiene la construcción del palacio municipal (edificio delegacional) y con un 2.05 su funcionalidad en el diseño.

El 71.79% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen los

trabajos de homogenización de fachadas, cuantifican con un 2.82, el atractivo del color que se empleo en la homogenización de fachadas y con un 4.57 la importancia de la participación ciudadana en la homogenización de fachadas; mientras que el 28.20% de la población que no conoce, cuantifican con un 3.18, el atractivo del color que se empleó y con un 4.54 la importancia de la participación ciudadana en estos trabajos.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, cuantifican con un 3.26, el atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos con su remodelación y con un 3.03 la aceptación de la remodelación; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, cuantifican con un 3.46, el atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con un 3.69 la aceptación de la remodelación de embarcaderos.

El 36.23% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen lo que se pretende hacer para impulsar el turismo cultural, cuantifican con un 4.48, lo importante que es impulsar el turismo cultural y con un 4.48 lo factible que es impulsar el turismo cultural; mientras que el 35.81% de la población que no conoce, cuantifican con un 4.64, lo importante que es impulsar el turismo cultural y con un 4.14 lo factible que es impulsar el turismo cultural.

El 33.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen lo que se realizará para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, cuantifican con un 4.53, la importancia de desarrollar la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas y con un 4.46 lo factible que es desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turística ; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, cuantifican con un 4.65, la importancia de desarrollar la micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas y con un 4.19 lo factible que es desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turística.

El 64.10% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, cuantifican con un 4.24, la importancia de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, y con un 4.24 lo factible que es desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 35.89% de la población que no conoce, cuantifican con un 4.71, la importancia de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo y con un 4.5 lo factible que es desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo.

El 82.05% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen lo que se pretende realizar en la creación de espacios adecuados para el comercio informal, cuantifican con un 4.84, la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con un 4.40 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 17.94% de la población que no conoce, cuantifican con un 4.42 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con un 3.57 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que sí conocen lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, cuantifican con un 4.5, la importancia del proyecto de reubicación del comercio informal y con un 4.34 la factibilidad de la reubicación del comercio informal; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, cuantifican con un 4.07, la importancia del proyecto de reubicación del comercio informal y con un 3.92 la factibilidad de la reubicación del comercio informal.

4.7.2 Resultados generales por categoría

El 68.58% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con 4.02; mientras el 31.41% que no conoce, tiene una opinión de 3.54.

El 53.84% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, la evalúa con 4.34; mientras el 46.12% que no conoce, tiene una opinión de 4.23.

El 74.35% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.02; mientras el 25.63% que no conoce, tiene una opinión de 4.62.

4.7.3 Resultados específicos por indicador- variable sociodemográfica

Variable sexo

Hombres

El 81.25% de la población hombres que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.46, la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con un 4.73 la participación ciudadana; mientras el 18.75% que no conoce, evalúa con un 4.66 la importancia y con un 4.83 la participación ciudadana.

El 46.86% de la población hombres que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), la evalúa con un 3.8, respecto a la importancia de la construcción y con 3 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 53.12% que no conoce, evalúa con un 3.23 la importancia de la construcción y con un 2 el diseño.

El 68.75% de la población hombres que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, la evalúa con un 2.81, respecto al atractivo del color que se emplea y 4.54 la participación ciudadana; mientras el 31.25% que no conoce, evalúa con un 3.2 el atractivo del color y con 4.7 la participación ciudadana.

El 65.62% de la población hombres que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, la evalúa con un 3.14, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.95 su aceptación personal; mientras el 34.37% que no conoce, evalúa con un 3.27 el atractivo y con 3.63 su aceptación personal.

El 65.5% de la población hombres que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.35, la importancia y con 4.35 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras el 37.5% que no conoce, evalúa con un 4.58 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 34.37% de la población hombres que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y ecoturísticas, evalúa con un 4.54, la importancia y con 4.45 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras el 65.6% que no conoce, evalúa con un 4.61 la importancia y la factibilidad con un 4.23.

El 78.75% de la población hombres que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.13, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 31.25% que no conoce, lo evalúa con un 4.8 la importancia y con 4.5 la factibilidad.

El 87.5% de la población hombres que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.82, la necesidad y con 4.32 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras el 12.5% que no conoce, evalúa con un 4.75 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3.25 la factibilidad.

El 62.5% de la población hombres que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.55, la importancia y con 4.4 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 37.5% que no conoce, evalúa con un 4.08 la importancia y con 3.91 la factibilidad.

Mujeres

El 85.71% de la población mujeres que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.5, su importancia y con un 4.66 la participación ciudadana; mientras el 14.28% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 85.7% de la población mujeres que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), la evalúa con un 3.33, respecto a la importancia de la construcción y con un 2.66, respecto al diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 14.28% que no conoce, evalúa con un 3 su importancia y diseño.

El 85.7% de la población mujeres que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 4.66, la participación ciudadana y con un 2.83 el atractivo del color que se empleó; mientras el 14.28% que no conoce, evalúa con un 3 la participación ciudadana y el atractivo del color.

El 71.42% de la población mujeres que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.8, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con un 3.4 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras el 28.57% que no conoce, evalúa con un 4.5 el atractivo de la imagen que proyectan y 4 su aceptación personal.

El 71.42% de la población mujeres que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 5, la importancia y factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras el 28.57% que no conoce, lo evalúa con un 5.

El 28.57% de la población mujeres que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-

turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras el 71.42% que no conoce, evalúa con un 4.8 su importancia y con 4 la factibilidad.

El 42.85% de la población mujeres que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 5, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 57.14% que no conoce, lo evalúa con un 4.5.

El 57.14% de la población mujeres que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras el 42.85% que no conoce, lo evalúa con un 4.

El 85.71% de la población mujeres que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.33, la importancia y con 4.16 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 14.28% que no conoce, lo evalúa con un 4.

Variable edad

21-30

El 80% de la población de 21 a 30 años que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 3.5, su importancia y con 5 la participación ciudadana; mientras el 20% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 80% de la población de 21 a 30 años que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 4.5, respecto a la importancia de la construcción y 4 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 20% que no conoce, evalúa con un 1 su importancia y diseño.

El 60% de la población de 21 a 30 años que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 4, la participación ciudadana y con 3.33 el atractivo del color que se emplea; mientras el 40% que no conoce, evalúa con un 4 la participación ciudadana y 3 el atractivo del color.

El 40% de la población de 21 a 30 años que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.5, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 4 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras el 60% que no conoce, evalúa con un 4 el atractivo de la imagen que proyectan y con 3.66 su aceptación personal.

El 80% de la población de 21 a 30 años que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4, la importancia y con 4.5 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras el 20% que no conoce, lo evalúa con un 5.

El 100% de la población de 21 a 30 años que no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turisticas, evalúa con un 4.8, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turisticas.

El 60% de la población de 21 a 30 años que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.33, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 40% que no conoce, lo evalúa con un 5.

El 20% de la población de 21 a 30 años que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras el 80% que no conoce, evalúa con un 4.5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3 la factibilidad.

El 80% de la población de 21 a 30 años que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.5, la importancia y con 3.5 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 20% que no conoce, lo evalúa con un 5 la importancia y con 1 la factibilidad.

31-40

El 88% de la población de 31 a 40 años que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.59, su importancia y con 4.63 la participación ciudadana; mientras el 12% que no conoce, evalúa con un 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 56% de la población de 31 a 40 años que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 3.35, respecto a la importancia de la construcción y 4.42 en el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 44% que no conoce, evalúa con un 3.18 su importancia y 1.90 el diseño.

El 80% de la población de 31 a 40 años que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.65, el atractivo del color que se empleó y con 4.65 la participación ciudadana; mientras el 20% que no conoce, evalúa con un 3.2 el atractivo del color y con 4.6 la participación ciudadana.

El 72% de la población de 31 a 40 años que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.05, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.77 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras el 28% que no conoce, evalúa con un 3.42 el atractivo de la imagen que proyectan y 3.85 su aceptación personal.

El 56% de la población de 31 a 40 años que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.28, la importancia y 4.57 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras el 44% que no conoce, evalúa con un 4.54 la importancia y 4.09 la factibilidad.

El 44% de la población de 31 a 40 años que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.54, la importancia y 4.45 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 56% de la población que no conoce, evalúa con un 4.71 la importancia y 4.5 la factibilidad.

El 72% de la población de 31 a 40 años que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.27, la importancia y 4.22 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 28% que no conoce, evalúa con un 4.57 la importancia y factibilidad.

El 88% de la población de 31 a 40 años que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.81, la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y 4.45 la factibilidad; mientras el 12% que no conoce, evalúa con un 4.33 la necesidad y factibilidad.

El 68% de la población de 31 a 40 años que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.41, la importancia y con 4.47 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 32% que no conoce, evalúa con un 3.87 la importancia y con 4.25 la factibilidad.

41-50

El 71.42% de la población de 41 a 50 años que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 3.28, su importancia y 4.42 la participación ciudadana; mientras el 28.57% que no conoce, evalúa con un 4.5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 5 la participación ciudadana.

El 42.85% de la población de 41 a 50 años que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 4, respecto a la importancia de la construcción y 3.66 en el diseño del palacio

municipal (edificio delegacional)); mientras el 57.14% que no conoce, evalúa con un 3.5 su importancia y 3 en el diseño.

El 42.85% de la población de 41 a 50 años que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.66, el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana; mientras el 57.14% que no conoce, evalúa con un 3.25 el atractivo del color y con 4.75 la participación ciudadana.

El 85.71% de la población de 41 a 50 años que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.83, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.5 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras el 14.28% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo de la imagen que proyectan y con 4 su aceptación personal.

El 100% de la población de 41 a 50 años que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.57, la importancia y con 4.28 la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 28.57% de la población de 41 a 50 años que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 71.14% de la población que no conoce, lo evalúa con un 4.4 la importancia y con un 3.6 la factibilidad.

El 57.14% de la población de 41 a 50 años que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4, la importancia y con 4.25 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 42.85% que no conoce, evalúa con un 4.66 la importancia y con 4.33 su factibilidad.

El 100% de la población de 41 a 50 años que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.85, la

necesidad y con 4.14 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 57.14% de la población de 41 a 50 años que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.75, la importancia y con 4.5 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 42.85% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 4.33 la factibilidad.

51-60

El 50% de la población de 51 a 60 años que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4, su importancia y con 5 la participación ciudadana; mientras el 50% que no conoce, evalúa con un 5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 100% de la población de 51 a 60 años que no conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 2.5, la importancia de la construcción y con 1.5 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional).

El 100% de la población de 51 a 60 años que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.5, el atractivo del color que se empleó y con 4 la participación ciudadana.

El 100% de la población de 51 a 60 años que no conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos.

El 100% de la población de 51 a 60 años que no conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 5, la importancia y con 4 la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 100% de la población de 51 a 60 años que no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4 la factibilidad de

desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y ecoturísticas.

El 100% de la población de 51 a 60 años que no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 5, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo.

El 100% de la población de 51 a 60 años que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.5 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 50% de la población de 51 a 60 años que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 5, la importancia y factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 50% que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 3 la factibilidad.

Variable posición política

PAN (Partido de Acción Nacional)

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 5, su importancia y participación ciudadana.

El 66.66% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 4.5, respecto a la importancia de la construcción y diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 3 su importancia y con 2 su diseño.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3, el atractivo del color y con 4.33 la participación ciudadana.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.33, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.33 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4, la importancia y con 4.33 la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 33.33% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con un 4.5.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.33, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.66, la necesidad y factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 100% de la población del PAN (Partido de Acción Nacional) que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.33, la importancia y con 4.66 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

PRD (Partido de la Revolución Democrática)

El 76% de la población del PRD que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.52, su importancia y con 4.73 la

participación ciudadana; mientras el 24% que no conoce, evalúa con un 4.5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 4.66 la participación ciudadana.

El 44% de la población del PRD que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 3.63, respecto a la importancia de la construcción y 2.72 en el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 56% que no conoce, evalúa con un 3.5 su importancia y 2.14 su diseño.

El 76% de la población del PRD que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.78, el atractivo del color que se empleó y con 4.68 la participación ciudadana; mientras el 24% que no conoce, evalúa con un 3.33 el atractivo del color y con 4.16 la participación ciudadana.

El 60% de la población del PRD que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 4.46, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y 3.24 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras el 40% que no conoce, evalúa con un 3.4 el atractivo de la imagen que proyectan y 3.7 su aceptación personal.

El 60% de la población del PRD que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.6, la importancia y factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 40% de la población del PRD que no conoce, evalúa con 4.5 su importancia y con 4 la factibilidad.

El 28% de la población del PRD que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.42, la importancia y 4.28 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 72% de la población que no conoce, evalúa con un 4.61 la importancia y con 4.11 la factibilidad.

El 56% de la población del PRD que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa

con un 4.14, la importancia y con 4.21 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras el 44% que no conoce, evalúa con un 4.72 la importancia y con 4.36 la factibilidad.

El 88% de la población del PRD que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.81, la necesidad y con 4.31 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 12% de la población que no conoce, lo evalúa con 4.

El 68% de la población del PRD que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.47, la importancia y con 4.29 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 32% que no conoce, evalúa con un 3.87 la importancia y con 4.12 la factibilidad.

PRI (Partido Revolucionario Institucional)

El 100% de la población del PRI que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.66, su importancia y participación ciudadana.

El 66.66% de la población del PRI que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 2.5, respecto a la importancia de la construcción y con 2 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 2 su importancia y con 1 su diseño.

El 66.66% de la población del PRI que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.5, el atractivo del color y con 4.5 la participación ciudadana; mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 1 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 100% de la población del PRI que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los

embarcaderos y con 2.23 su aceptación personal sobre la remodelación de embarcaderos.

El 100% de la población del PRI que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.33, la importancia y con 4.66 la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 66.66% de la población del PRI que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y ecoturísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y con 5 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, lo evalúa con un 4.

El 100% de la población del PRI que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.33, la importancia y con 4.66 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo.

El 100% de la población del PRI que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con 5, la necesidad y con 4.66 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 33.33% de la población del PRI que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4, la importancia y con 5 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 66.66% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 4.5 la factibilidad.

OTROS (Otros Partidos Políticos)

El 87.5% de la población de otros partidos, que conocen los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4, su importancia y con 4.57 la participación ciudadana; mientras que el 12.5% que no conocen, lo evalúan con 5.

El 75% de la población de otros partidos, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con un 3.83, respecto a la importancia de la construcción y con 3 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 25% que no conoce, evalúa con un 2 su importancia y diseño.

El 50% de la población de otros partidos, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3, el atractivo del color y con 4.25 la participación ciudadana; mientras el 50% que no conoce, evalúa con un 3.5 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 62.5% de la población de otros partidos, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 2.8, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 37.5% que no conoce, lo evalúa con 3.66.

El 50% de la población de otros partidos, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 50% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.5 la factibilidad.

El 37.5% de la población de otros partidos, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 5, la importancia y con 4.66 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 62.5% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.4 la factibilidad.

El 62.5% de la población de otros partidos, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4.4, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 37.5% de la población que no conoce, evalúa con un 4.66 la importancia y con 5 la factibilidad.

El 50% de la población de otros partidos, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y 4.5 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 50% de la población que no conoce, evalúa con un 4.75 la necesidad y con 3.25 la factibilidad.

El 62.5% de la población de otros partidos, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.8, la importancia y con 4.2 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 37.5% que no conoce, evalúa con un 4.66 la importancia y con 3 la factibilidad.

Variable lugar de nacimiento

Población no nativa de Xochimilco

El 100% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, y evalúa con un 5, su importancia y la participación ciudadana.

El 60% de la población encuestada que no es nativa de Xochimilco, conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 5, la importancia de la construcción y con 4.33 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 40% que no conoce, evalúa con un 3 su importancia y con 2 el diseño.

El 80% de la población encuestada que no es nativa de Xochimilco, conoce los trabajos de homogenización de fachadas, por lo que evalúa con un 3, el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana; mientras el 20% que no conoce, evalúa con un 5 el atractivo del color y la participación ciudadana.

El 40% de la población no nativa de Xochimilco, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 4, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 5 su aceptación personal de la remodelación de

embarcaderos; mientras que el 60% que no conoce, evalúa con 3.66 el atractivo del color y con 4.66 su aceptación personal.

El 40% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 5, la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 60% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.66 la factibilidad.

El 20% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 5, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 80% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.75 la factibilidad.

El 40% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realiza: para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con un 4, la importancia y con 4.5 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 60% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.66 la factibilidad.

El 100% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y 4.6 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 80% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 5, la importancia y con 4.75 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 20% que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y la factibilidad.

Población nativa de Xochimilco

El 79.41% de la población nativa de Xochimilco, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.37, su importancia y con 4.66 la participación ciudadana; mientras que el 20.5% de la población nativa que no

conoce, evalúa con 4.37 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 4.71 la participación ciudadana.

El 52.94% de la población encuestada nativa de Xochimilco, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.44, la importancia de la construcción y con 2.66 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional); mientras el 47.05% que no conoce, evalúa con un 3.25 su importancia y con 2.06 el diseño.

El 70.5% de la población encuestada nativa de Xochimilco, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 4.79, el atractivo del color y con 4.5 la participación ciudadana; mientras el 29.41% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y con 4.5 la participación ciudadana.

El 70.58% de la población nativa de Xochimilco, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.2, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.87 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 29.41% que no conoce, evalúa con 3.4 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 67.64% de la población nativa de Xochimilco, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con un 4.43, la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 32.35% de la población que no conoce, evalúa con un 4.54 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 35.29% de la población nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4.41 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 64.7% de la población que no conoce, evalúa con un 4.59 la importancia y con 4.09 la factibilidad.

El 67.64% de la población nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al

ecoturismo, evalúa con un 4.26, la importancia y con 4.21 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 32.35% de la población que no conoce, evalúa con un 4.63 la importancia y con 4.45 la factibilidad.

El 79.41% de la población nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.81, la necesidad y con 4.37 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 20.58% de la población que no conoce, evalúa con 4.42 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3.57 la factibilidad de crear estos espacios.

El 64.7% de la población nativa de Xochimilco, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.4, la importancia y con 4.27 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 35.29% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 3.86 la factibilidad.

Variable nivel de escolaridad

Nivel de escolaridad básica

El 72.72% de la población nivel básico de escolaridad, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.25, su importancia y con 4.5 la participación ciudadana; mientras que el 27.27% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 18.18% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3, la importancia de la construcción y el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 81.81% que no conoce, evalúa con un 3.77 su importancia y con 2.44 el diseño.

El 63.63% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.14, el atractivo del color y con 4 la

participación ciudadana; mientras el 36.36% que no conoce, evalúa con un 3.25 el atractivo del color y con 4.25 la participación ciudadana.

El 63.63% de la población de nivel básico de escolaridad, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.71, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.14 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 36.36% que no conoce, evalúa con 3.25 el atractivo del color y con 3 su aceptación personal.

El 45.45% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4 la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 54.54% de la población que no conoce, evalúa con un 4.16 la importancia y con 3.66 la factibilidad.

El 18.18% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 81.81% de la población que no conoce, evalúa con 4.22 la importancia y con 3.77 la factibilidad.

El 63.63% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 3.85, la importancia y la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 36.36% de la población que no conoce, evalúa con 4.4 la importancia y con 3.75 la factibilidad.

El 90% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.6, la necesidad y con 4.3 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 10% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 54.54% de la población de nivel básico de escolaridad, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4, la importancia y con 4.33 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 45.45% que no conoce, evalúa con un 3.8 la importancia y factibilidad.

Nivel de escolaridad media superior

El 85.71% de la población de nivel media superior, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.66, su importancia y con 4.83 la participación ciudadana; mientras que el 14.28% de la población nativa que no conoce, evalúa con 5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 71.42% de la población de nivel media superior, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 4.2, la importancia de la construcción y 3.8 en el diseño del palacio municipal (edificio delegacional); mientras el 28.57% que no conoce, evalúa con un 3.5 su importancia y con 3 el diseño.

El 71.42% de la población de nivel media superior, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.2, el atractivo del color y con 4.6 la participación ciudadana; mientras el 28.57% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y con 4 la participación ciudadana.

El 57.14% de la población de nivel media superior, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.75, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 42.85% que no conoce, evalúa con 4 el atractivo del color y con 3.66 su aceptación personal.

El 85.71% de la población de nivel media superior, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.66 la importancia y con 4.33 la factibilidad

de impulsar el turismo cultural; mientras que el 14.28% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 42.85% de la población de nivel media superior, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.33, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 57.14% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 85.71% de la población de nivel media superior, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.16, la importancia y con 4.33 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 14.28% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 71.42% de la población de nivel media superior, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.8 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 28.57% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 2.5 la factibilidad de crear estos espacios.

El 85.71% de la población de nivel media superior, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 14.28% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y 5 la factibilidad.

Nivel de escolaridad superior

El 83.33% de la población de nivel superior, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.53, su importancia y con 4.8 la participación ciudadana; mientras que el 16.66% de la población nativa que no

conoce, evalúa con 4.33 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 4.66 la participación ciudadana.

El 66.66% de la población de nivel superior, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.66, la importancia de la construcción y con 2.5 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 2.33 su importancia y con 1.33 el diseño.

El 83.33% de la población de nivel superior, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.66, el atractivo del color y con 4.8 la participación ciudadana; mientras el 16.66% que no conoce, evalúa con un 2.33 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 77.77% de la población de nivel superior, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.07, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.78 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 22.22% que no conoce, evalúa con 2.5 el atractivo del color y con 3.75 su aceptación personal.

El 72.72% de la población de nivel superior, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.53 la importancia y con 4.69 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 27.27% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y 4.4 la factibilidad.

El 38.88% de la población de nivel superior, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.57, la importancia y con 4.58 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 61.11% de la población que no conoce, evalúa con 4.81 la importancia y con 4.45 la factibilidad.

El 55.55% de la población de nivel superior, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo,

evalúa con 4.4, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 44.44% de la población que no conoce, evalúa con 4.75 la importancia y factibilidad.

El 77.77% de la población de nivel superior, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.92, la necesidad y con 4.28 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 22.22% de la población que no conoce, evalúa con 4.75 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 4 la factibilidad de crear estos espacios.

El 61.11% de la población de nivel superior, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.63, la importancia y la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 38.88% que no conoce, evalúa con un 2.28 la importancia y 3.85 la factibilidad.

Nivel de escolaridad posgrado

El 100% de la población de nivel posgrado, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.33, su importancia y con 4.66 la participación ciudadana.

El 66.66% de la población de nivel posgrado, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3, la importancia de la construcción y el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 3 su importancia y con 1 el diseño.

El 33.33% de la población de nivel posgrado, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 1, el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana; mientras el 66.66% que no conoce, evalúa con un 4.5 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 33.33% de la población de nivel posgrado, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 1, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 66.66% que no conoce, evalúa con 5 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 33.33% de la población de nivel posgrado, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 5 la importancia y factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y 4.5 la factibilidad.

El 33.33% de la población de nivel posgrado, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 5, la importancia y factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 66.66% de la población de nivel posgrado, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 5, la importancia y con 4.5 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 100% de la población de nivel posgrado, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.66 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal.

El 100% de la población de nivel posgrado, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 5, la importancia y con 4 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

Variable posición económica

Con automóvil

El 84% de la población con automóvil, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.61, su importancia y con 4.71 la participación ciudadana; mientras que el 16% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4.4 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 4.75 la participación ciudadana.

El 56% de la población con automóvil, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.53, la importancia de la construcción y con 2.71 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 44% que no conoce, evalúa con un 3.18 su importancia y con 2 el diseño.

El 76% de la población con automóvil, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.63, el atractivo del color y con 4.73 la participación ciudadana; mientras el 24% que no conoce, evalúa con un 3.33 el atractivo del color y con 4.83 la participación ciudadana.

El 80% de la población con automóvil, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.3, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 20% que no conoce, evalúa con 3.8 el atractivo del color y con 4.2 su aceptación personal.

El 76% de la población con automóvil, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.36 la importancia y con 4.47 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 24% de la población que no conoce, evalúa con un 4.83 la importancia y con 4.33 la factibilidad.

El 36% de la población con automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.55, la importancia y con 4.44 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas;

mientras que el 64% de la población que no conoce, evalúa con 4.62 la importancia y con 4.31 la factibilidad.

El 72% de la población con automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.38, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 28% de la población que no conoce, evalúa con 4.71 la importancia y la factibilidad.

El 92% de la población con automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal evalúa con un 4.91, la necesidad y con 4.3 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 8% de la población que no conoce, evalúa con 4.5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 68% de la población con automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.52, la importancia y con 4.47 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 32% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 4.25 la factibilidad.

Sin automóvil

El 78.57% de la población sin automóvil, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.18, su importancia y con 4.72 la participación ciudadana; mientras que el 21.42% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 50% de la población sin automóvil, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.85, la importancia de la construcción y con 3.28 el diseño del palacio municipal

(edificio delegacional)); mientras el 50% que no conoce, evalúa con un 3.28 su importancia y con 2.14 el diseño.

El 64.28% de la población sin automóvil, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.22, el atractivo del color y con 4.42 la participación ciudadana; mientras el 35.71% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y con 4.2 la participación ciudadana.

El 42.85% de la población sin automóvil, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.17, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.16 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 57.14% que no conoce, evalúa con 3.25 el atractivo del color y con 3.37 su aceptación personal.

El 42.85% de la población sin automóvil, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.83 la importancia y con 4.5 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 57.14% de la población que no conoce, evalúa con un 4.5 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 28.57% de la población sin automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 71.42% de la población que no conoce, evalúa con 4.7 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 50% de la población sin automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 3.85, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 50% de la población que no conoce, evalúa con 4.71 la importancia y 4.28 la factibilidad.

El 64.28% de la población sin automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.66, la

necesidad y la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 35.71% de la población que no conoce, evalúa con 4.4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3.2 la factibilidad de crear estos espacios.

El 64.28% de la población sin automóvil, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.44, la importancia y con 4.11 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 35.71% que no conoce, evalúa con un 4.2 la importancia y con 3.4 la factibilidad.

Variable posición familiar

Padre de familia

El 82.35% de la población padre de familia, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 3.39, su importancia y con 4.67 la participación ciudadana; mientras que el 17.64% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 4.83 la participación ciudadana.

El 47.05% de la población padre de familia, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.5, la importancia de la construcción y con 3.68 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 52.94% que no conoce, evalúa con un 3.22 su importancia y con 2.05 el diseño.

El 73.52% de la población padre de familia, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.76, el atractivo del color y con 4.64 la participación ciudadana; mientras el 26.47% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y con 4.44 la participación ciudadana.

El 70.58% de la población padre de familia, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.29, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.04 su aceptación personal de la remodelación

de embarcaderos; mientras que el 29.41% que no conoce, **evalúa** con 3.2 el atractivo del color y con 3.5 su **aceptación** personal.

El 64.7% de la población padre de familia, que **conoce** lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, **evalúa** con 4.40 la importancia y con 4.5 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 35.2% de la población que no conoce, **evalúa** con un 4.58 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 38.23% de la población padre de familia, que **conoce** lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, **evalúa** con un 4.53, la importancia y con 4.46 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 61.76% de la población que no conoce, **evalúa** con 4.61 la importancia y con 4.14 la factibilidad.

El 64.70% de la población padre de familia, que **conoce** lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, **evalúa** con 4.22, la importancia y la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras **que** el 35.29% de la población que no conoce, **evalúa** con 4.66 la importancia y con 4.41 la factibilidad.

El 88.23% de la población padre de familia, que **conoce** lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, **evalúa** con un 4.83, la necesidad y con 4.36 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras **que** el 11.76% de la población que no conoce, **evalúa** con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 2.25 la factibilidad de crear estos espacios.

El 61.76% de la población padre de familia, que **conoce** lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, **evalúa** con un 4.42, la importancia y con 4.38 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 28.23% que no conoce, **evalúa** con un 4.07 la importancia y con 3.92 la factibilidad.

Hijo de familia

El 80% de la población hijo de familiar, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 5, su importancia y la participación ciudadana; mientras que el 20% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 100% de la población hijo de familia, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 4.2, la importancia de la construcción y con 3.6 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)).

El 60% de la población hijo de familia, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.33, el atractivo del color y con 4 la participación ciudadana; mientras el 40% que no conoce, evalúa con un 4 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 40% de la población hijo de familia, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 60% que no conoce, evalúa con 4.33 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 60% de la población hijo de familia, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 5 la importancia y con 4.33 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 40% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y factibilidad.

El 100% de la población hijo de familia, que no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.8, la importancia y con 4.4 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas.

El 60% de la población hijo de familia, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.33, la importancia y con 5 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades

económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 40% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 40% de la población hijo de familia, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 60% de la población que no conoce, evalúa con 5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 4 la factibilidad de crear estos espacios.

El 100% de la población hijo de familia, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.8, la importancia y con 4.2 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

Tipo de organización

ONG política

El 93.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.71, su importancia y con 4.78 la participación ciudadana; mientras que el 6.66% de la población nativa que no conoce, evalúa con 5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 73.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.72, la importancia de la construcción y con 2.81 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 26.66% que no conoce, evalúa con un 2.75 su importancia y con 1.5 el diseño.

El 93.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 4.71, el atractivo del color y con 4.78 la participación ciudadana; mientras el 6.66% que no conoce, evalúa con un 4 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 66.66% de la población de organizaciones políticas, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.4, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.3 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 33.33% que no conoce, evalúa con 3.8 el atractivo del color y con 3.2 su aceptación personal.

El 80% de la población de organizaciones políticas, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.66 la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 20% de la población que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y con 4.33 la factibilidad.

El 33.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.4, la importancia y con 4.2 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con 4.8 la importancia y con 4.4 la factibilidad.

El 46.66% de la población de organizaciones políticas, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.42, la importancia y con 4.14 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 53.33% de la población que no conoce, evalúa con 4.75 la importancia y factibilidad.

El 93.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.92, la necesidad y con 4.21 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 6.66% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 73.33% de la población de organizaciones políticas, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.63, la

importancia y con 4.45 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 26.66% que no conoce, evalúa con un 4.25 la importancia y con 4.4 la factibilidad.

ONG cultural

El 66.66% de la población de organizaciones culturales, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4, su importancia y con 4.66 la participación ciudadana; mientras que el 33.33% de la población nativa que no conoce, evalúa con 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con 5 la participación ciudadana.

El 44.44% de la población de organizaciones culturales, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 2.75, la importancia de la construcción y con 2.81 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 55.55% que no conoce, evalúa con un 3.4 su importancia y con 2 el diseño.

El 66.66% de la población de organizaciones culturales, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.66, el atractivo del color y con 4.66 la participación ciudadana; mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 77.77% de la población de organizaciones culturales, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 2.42, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.57 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 22.22% que no conoce, evalúa con 3 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 55.55% de la población de organizaciones culturales, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.4 la importancia y con 4.2 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 44.44% de la población que no conoce, evalúa con un 4.75 la importancia y con 4.5 la factibilidad.

El 44.44% de la población de organizaciones culturales, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 5, la importancia y con 4.75 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 55.55% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y con 4.6 la factibilidad.

El 66.66% de la población de organizaciones culturales, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.33, la importancia y con 4.16 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 66.66% de la población de organizaciones culturales, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.66 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3 la factibilidad de crear estos espacios.

El 66.66% de la población de organizaciones culturales, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.83, la importancia y con 4.16 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 33.33% que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 3.33 la factibilidad.

ONG ambiental

El 74% de la población de organizaciones ambientales, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.44, su importancia y con 4.77 la participación ciudadana; mientras que el 25% de la población nativa que no

conoce, evalúa con 4.33 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana.

El 41.66% de la población de organizaciones ambientales, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 4, la importancia de la construcción y con 3.4 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras el 58.33% que no conoce, evalúa con un 3.42 su importancia y con 2.28 el diseño.

El 50% de la población de organizaciones ambientales, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.16, el atractivo del color y con 3.83 la participación ciudadana; mientras el 50% que no conoce, evalúa con un 3.16 el atractivo del color y con 4.5 la participación ciudadana.

El 66.66% de la población de organizaciones ambientales, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.75, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 33.33% que no conoce, evalúa con 4 el atractivo del color y con 3.75 su aceptación personal.

El 58.33% de la población de organizaciones ambientales, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.14 la importancia y con 4.28 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 41.66% de la población que no conoce, evalúa con un 4.6 la importancia y con 4.2 la factibilidad.

El 16.66% de la población de organizaciones ambientales, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4, la importancia y con 4.5 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 83.33% de la población que no conoce, evalúa con 4.3 la importancia y con 3.7 la factibilidad.

El 75% de la población de organizaciones ambientales, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.22, la importancia y con 4.44 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 25% de la población que no conoce, evalúa con 4.33 la importancia y con 3.33 la factibilidad.

El 83.33% de la población de organizaciones ambientales, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.6, la necesidad y con 4.5 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 16.66% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 58.33% de la población de organizaciones ambientales, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.42, la importancia y la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 41.66% que no conoce, evalúa con un 3.8 la importancia y con 4 la factibilidad.

ONG humanista

El 100% de la población de organizaciones humanistas, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.33, su importancia y participación ciudadana.

El 33.33% de la población de organizaciones humanistas, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 5, la importancia de la construcción y con 3 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional); mientras el 66.66% que no conoce, evalúa con un 3 su importancia y con 2.5 el diseño.

El 66.66% de la población de organizaciones humanistas, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3, el atractivo del color y con 5 la

participación ciudadana; mientras el 33.33% que no conoce, evalúa con un 3 el atractivo del color y la participación ciudadana.

El 33.33% de la población de organizaciones humanistas, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 4, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y a su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 66.66% que no conoce, evalúa con 2 el atractivo del color y con 3 su aceptación personal.

El 33.33% de la población de organizaciones humanistas, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 5 la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con un 4 la importancia y con 3 la factibilidad.

El 66.66% de la población de organizaciones humanistas, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 3, la importancia y la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 100% de la población de organizaciones humanistas, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 3.66, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo.

El 66.66% de la población de organizaciones humanistas, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.5 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 66.66% de la población de organizaciones humanistas, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 3, la importancia y con 4 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 33.33% que no conoce, evalúa con un 5 la importancia y factibilidad.

Ocupación

Ocupación profesionista

El 88.23% de la población de ocupación profesionista, que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.4, su importancia y con 4.73 su participación ciudadana; mientras que el 13.33 % de ocupación profesionista que no conocen, cuantifica con un 4.5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y con un 5 la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana.

El 58.82% de la población de ocupación profesionista, que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.5, la importancia de la construcción y con 2.7 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras que el 41.17% que no conoce, evalúa con un 2.71 su importancia y con 1.57 el diseño.

El 82.35% de la población de ocupación profesionista, que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.64, el atractivo del color y con 4.85 la participación ciudadana; mientras el 17.64% que no conoce, evalúa con un 2.66 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 76.47% de la población de ocupación profesionista, que conocen los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.69 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 23.52% que no conoce, evalúa con 3 el atractivo del color y con 4.25 su aceptación personal.

El 76.47% de la población de ocupación profesionalista, que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.53 la importancia y con 4.69 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 23.52% de la población que no conoce, evalúa con un 4.75 la importancia y con 4.25 la factibilidad.

El 47.05% de la población de ocupación profesionalista, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.62, la importancia y la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 52.94% de la población que no conoce, evalúa con 4.88 la importancia y con 4.44 la factibilidad.

El 58.82% de la población de ocupación profesionalista, que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.3, la importancia y con 4.4 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 41.17% de la población que no conoce, evalúa con 4.71 la importancia y factibilidad.

El 88.23% de la población de ocupación profesionalista, que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.93, la necesidad y con 4.46 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 11.76% de la población que no conoce, evalúa con 4.5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3 la factibilidad de crear estos espacios.

El 64.70% de la población de ocupación profesionalista, que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.63, la importancia y con 4.36 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 35.29% que no conoce, evalúa con un 4.16 la importancia y con 4 la factibilidad.

Ocupación estudiante

El 66.66% de la población que estudia y conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 5, su importancia y su participación ciudadana; mientras que el 33.33 % de estudiantes que no conocen, cuantifican con un 4 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana.

El 100% de la población que estudia y conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 5, la importancia de la construcción y con 4.33 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional).

El 100% de la población que estudia y conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3.33, el atractivo del color y con 4 la participación ciudadana.

El 33.33% de la población que estudia y conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 5, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 5 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 66.66% que no conoce, evalúa con 4 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 100% de la población que estudia y conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 5 la importancia y con 4.33 la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 100% de la población que estudia, y no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.66, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas.

El 66.66% de la población que estudia y conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4, la importancia y la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas

vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 33.33% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 33.33% de la población que estudia y conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 66.66% de la población que no conoce, evalúa con 5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3.5 la factibilidad de crear estos espacios.

El 100% de la población que estudia y conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.66, la importancia y con 3.66 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

Ocupación empleado

El 87.5% de la población empleada y que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.71, su importancia y con 4.85 la participación ciudadana; mientras que el 12.5% de empleados que no conocen, cuantifican con un 5 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana.

El 50% de la población empleada y que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3.75, la importancia de la construcción y con 2.5 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras que el 50% de la población que no conoce, cuantifica con un 3.25 la importancia de la construcción y con 2.25 el diseño del edificio delegacional.

El 75% de la población empleada y que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.83, el atractivo del color y con 4.83 la participación ciudadana; mientras que el 25% de la población que no conoce, cuantifica con 3 el atractivo del color y con 4 la participación ciudadana.

El 75% de la población empleada y que conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.5, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los

embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 25% que no conoce, evalúa con 3.5 el atractivo del color y con 3 su aceptación personal.

El 62.5% de la población empleada y que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.2 la importancia y con 4.4 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 37.5, evalúa con 5 la importancia y con 4.33 la factibilidad.

El 50% de la población empleada y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y ecoturísticas, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4.25 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 50% de la población que no conoce, cuantifica con un 4.75 la importancia y con 4.25 la factibilidad.

El 87.5% de la población empleada y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.42, la importancia y con 4.28 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 12.5% de la población que no conoce, evalúa con 5 la importancia y factibilidad.

El 87.5% de la población empleada y que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 5, la necesidad y con 4.28 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 12.5% de la población que no conoce, evalúa con 3 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 75% de la población empleada y que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.33, la importancia y con 4.5 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 25% de la población que no conoce, evalúa con 4.5 la importancia del proyecto de reubicación del comercio informal y con 4 la factibilidad.

Ocupación productor y comerciante

El 66.66% de la población productora y comerciante que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4, su importancia y con 4.33 la participación ciudadana; mientras que el 33.33% de la población que no conocen, cuantifican con un 4.66 la importancia del mejoramiento de la imagen urbana y la participación ciudadana en el mejoramiento de la imagen urbana.

El 22.22% de la población productora y comerciante que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3, la importancia de la construcción y el diseño del palacio municipal (edificio delegacional)); mientras que el 77.77% de la población que no conoce, cuantifica con un 3.71 la importancia de la construcción y con 2.42 el diseño del edificio delegacional.

El 55.55% de la población productora y comerciante que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 3, el atractivo del color y con 3.8 la participación ciudadana; mientras que el 44.44% de la población que no conoce, cuantifica con 3.25 el atractivo del color y con 4.25 la participación ciudadana.

El 55.55% de la población productora y comerciante que conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.8, respecto al atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.4 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 44.44% que no conoce, evalúa con 3.25 el atractivo del color y con 3 su aceptación personal.

El 44.44% de la población productora y comerciante que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.25 la importancia y con 4 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 55.55% de la población que no conoce, evalúa con 4.2 la importancia y con 3.6 la factibilidad.

El 11.11% de la población productora y comerciante que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4, la importancia y la factibilidad de desarrollar

las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 88.88% de la población que no conoce, cuantifica con un 4.25 la importancia y con 3.75 la factibilidad.

El 55.55% de la población productora y comerciante que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 3.8, la importancia y factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 44.44% de la población que no conoce, evalúa con 4.5 la importancia y con 3.75 la factibilidad.

El 88.88% de la población productora y comerciante que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.5, la necesidad y con 4.25 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 11.11% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 44.44% de la población productora y comerciante que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4, la importancia y con 4.25 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 55.55% de la población que no conoce, evalúa con 3.8 la importancia del proyecto de reubicación del comercio informal y la factibilidad.

Ocupación desempleado

El 100% de la población desempleada que conoce los trabajos que se realizan para el Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 5, su importancia y la participación ciudadana.

El 100% de la población desempleada que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3, la importancia de la construcción y con 5 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional).

El 100% de la población **desempleada** que no conoce los trabajos de homogenización de fachadas, **evalúa** con un 4, el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 50% de la población **desempleada** que conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, **evalúa** con un 1, **respecto al** atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 50% **que** no conoce, **evalúa** con 5 el atractivo del color y su aceptación personal.

El 100% de la población **desempleada** que no conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, **evalúa** con 5 la importancia y la factibilidad de impulsar el turismo cultural.

El 100% de la población **desempleada** que no conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, **evalúa** con un 5, la **importancia** y la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas.

El 50% de la población **desempleada** que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, **evalúa** con 5, la **importancia** y **factibilidad** de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al **turismo** y al **ecoturismo**; mientras que el 50% de la población que no conoce, **evalúa** con 5 la **importancia** y **factibilidad**.

El 50% de la población **desempleada** que conoce lo que se pretende realizar para crear **espacios** adecuados para el comercio informal, **evalúa** con un 5, la necesidad y factibilidad **de** crear **espacios** adecuados para el comercio informal; mientras que el 50% de la población que no conoce, **evalúa** con 5 la necesidad de crear **espacios** adecuados **para** el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 100% de la población **desempleada** que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, **evalúa** con un 5, la importancia y factibilidad del proyecto **de** reubicación del **comercio** informal.

Lugar de residencia (fuera de la cabecera delegacional)

El 100% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.42 su importancia y con 4.64 la participación ciudadana.

El 64.28% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 3, la importancia de la construcción y con 2.33 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional); mientras que el 35.75% de la población que no conoce, evalúa con 3, la importancia de la construcción y con 2 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional).

El 57.14% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.75, el atractivo del color y con 4.87 la participación ciudadana; mientras que el 42.85% de la población que no conoce, evalúa con 3.33 el atractivo del color y con 4.16 la participación ciudadana.

El 57.14% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3, el atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 3.25 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 42.85% que no conoce, evalúa con 3.83 el atractivo del color y con 3.83 su aceptación personal.

El 57.14% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.75 la importancia y con 4.5 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 42.85% de la población que no conoce, evalúa con 4.66 la importancia de impulsar el turismo cultural y con 4.33 la factibilidad de impulsarlo.

El 21.42% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.33, la importancia y la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas,

artesanos y eco-turísticas; mientras que el 78.57% de la población que no conoce, cuantifica con 3.78 la importancia y con 3.28 la factibilidad.

El 35.75% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.2, la importancia y con 4 la factibilidad de desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 64.28% de la población que no conoce, evalúa con 4.77 la importancia y factibilidad.

El 71.42% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.9, la necesidad y 4.1 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 28.57% de la población que no conoce, evalúa con 4 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y la factibilidad de crear estos espacios.

El 85.71% de la población que reside fuera de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.5, la importancia y con 4.16 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

Lugar de residencia (dentro de la cabecera delegacional)

El 72% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de Mejoramiento de la Imagen Urbana, evalúa con un 4.5 su importancia y con 4.77 la participación ciudadana; mientras que el 28% de la población que no conoce, evalúa con un 4.57 la importancia y con 4.71 la participación ciudadana.

El 48% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos que se están realizando para la recuperación del antiguo palacio municipal (edificio delegacional), evalúa con 4.16, la importancia de la construcción y con 3.33 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional); mientras que el 52% de la población

que no conoce, evalúa con 3.3, la importancia de la construcción y con 2 el diseño del palacio municipal (edificio delegacional).

El 80% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de homogenización de fachadas, evalúa con un 2.85, el atractivo del color y con 4.45 la participación ciudadana; mientras que el 20% de la población que no conoce, evalúa con 3 el atractivo del color y con 5 la participación ciudadana.

El 72% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce los trabajos de remodelación de embarcaderos, evalúa con un 3.38, el atractivo de la imagen que proyectan los embarcaderos y con 2.94 su aceptación personal de la remodelación de embarcaderos; mientras que el 28% que no conoce, evalúa con 3.14 el atractivo del color y con 3.57 su aceptación personal.

El 68% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce lo que se va hacer para impulsar el turismo cultural, evalúa con 4.35 la importancia y con 4.47 la factibilidad de impulsar el turismo cultural; mientras que el 32% de la población que no conoce, evalúa con 4.62 la importancia de impulsar el turismo cultural y con 4 la factibilidad de impulsarlo.

El 40% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas, evalúa con un 4.6, la importancia y con 4.5 la factibilidad de desarrollar las micro y pequeñas empresas de productores agrícolas, artesanos y eco-turísticas; mientras que el 60% de la población que no conoce, cuantifica con 4.53 la importancia y con 4.2 la factibilidad.

El 80% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo, evalúa con 4.25, la importancia y con 4.3 la factibilidad de

desarrollar nuevas actividades económicas vinculadas al turismo y al ecoturismo; mientras que el 20% de la población que no conoce, evalúa con 4.6 la importancia y con 4 la factibilidad.

El 88% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para crear espacios adecuados para el comercio informal, evalúa con un 4.81, la necesidad y 4.54 la factibilidad de crear espacios adecuados para el comercio informal; mientras que el 12% de la población que no conoce, evalúa con 5 la necesidad de crear espacios adecuados para el comercio informal y con 3 la factibilidad de crear estos espacios.

El 56% de la población que reside dentro de la cabecera delegacional y que conoce lo que se pretende realizar para la reubicación del comercio informal, evalúa con un 4.5, la importancia y factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal; mientras que el 44% de la población que no conoce, evalúa con 4 la importancia de reubicar el comercio informal y con 3.9 la factibilidad del proyecto de reubicación del comercio informal.

4.7.4. Resultados específicos por categoría- variable sociodemográfica

Variable sexo

Hombres

El 65.62% de la población hombres que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.8; mientras el 34.37% que no conoce, lo evalúa con un 3.68.

El 55.20% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.36; mientras el 44.78% que no conoce, tiene una opinión de 4.45.

El 75% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.52; mientras el 25% que no conoce, tiene una opinión de 3.39.

Mujeres

El 82.13% de la población hombres que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.73; mientras el 17.85% que no conoce, lo evalúa con un 3.56.

El 47.61% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.83; mientras el 52.37% que no conoce, tiene una opinión de 4.63.

El 71.42% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.62; mientras el 28.56% que no conoce, tiene una opinión de 4.55.

Variable edad

21-30

El 65% de la población de 21 a 30 años que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4; mientras el 35% que no conoce, lo evalúa con un 3.08.

El 46.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de 21 a 30 años, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.54; mientras el 53.33% que no conoce, tiene una opinión de 4.8.

El 50% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de 21 a 30 años, que

conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.5; mientras el 50% que no conoce, tiene una opinión de 3.37.

31-40

El 74% de la población de 31 a 40 años que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.51; mientras el 26% que no conoce, lo evalúa con un 3.68.

El 57.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 31 a 40 años de edad, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.38; mientras el 42.66% que no conoce, tiene una opinión de 4.49.

El 78% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 31 a 40 años, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.53; mientras el 22% que no conoce, tiene una opinión de 2.16.

41-50

El 60.70% de la población de 41 a 50 años que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.13; mientras el 39.28% que no conoce, lo evalúa con un 3.87.

El 61.90% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 41 a 50 años de edad, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.35; mientras el 37.99% que no conoce, tiene una opinión de 4.24.

El 78.57% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 41 a 50 años, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.56; mientras el 21.42% que no conoce, tiene una opinión de 4.16.

51-60

El 37.5% de la población de 51 a 60 años que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.87; mientras el 62.5% que no conoce, lo evalúa con un 3.58.

El 100% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 51 a 60 años de edad, que no conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.41.

El 75% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de 51 a 60 años, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.87; mientras el 25% que no conoce, tiene una opinión de 4.

Variable posición política

PAN

El 91.66% de la población panista, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4; mientras que el 8.33% que no conocen, lo cuantifican con 2.5.

El 77.77% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco panistas, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.16; mientras el 22.22% que no conoce, tiene una opinión de 4.5.

El 100% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco panistas, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.57.

PRD

El 64% de la población perredista, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.66; mientras el 36% que no conoce, lo evalúa con un 3.67.

El 48% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco perredistas, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.37; mientras el 52% que no conoce, tiene una opinión de 4.38.

El 78% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco perredistas, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.47; mientras que el 22% que no conocen, lo evalúa con 3.99.

PRI

El 83.33% de la población priista, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.26; mientras el 16.66% que no conoce, lo evalúa con un 2.25.

El 88.88% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco priistas, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.57; mientras el 11.11% que no conoce, tiene una opinión de 4.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco priistas, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.66; mientras que el 33.33% que no conocen, lo evalúa con 4.25.

OTROS

El 68.75% de la población de otros partidos políticos, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.52; mientras el 31.25% que no conoce, lo evalúa con un 3.72.

El 50% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de otros partidos políticos, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.42; mientras el 50% que no conoce, tiene una opinión de 4.76.

El 56.25% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de otros partidos políticos, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.62; mientras que el 43.75% que no conocen, lo evalúa con 4.91.

Variable lugar de nacimiento

No nativo de Xochimilco

El 70% de la población no nativa de Xochimilco, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.54; mientras que el 30% que no conocen, lo cuantifican con 3.88.

El 33.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco no nativos de Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.75; mientras el 66.66% que no conoce, tiene una opinión de 4.84.

El 90% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco no nativos de Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.83; mientras el 10% que no conoce, lo cuantifica con 5.

Nativo Xochimilco

El 68.35% de la población nativa de Xochimilco, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.55; mientras que el 31.59% que no conocen, lo cuantifican con 3.49.

El 56.85% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco nativos de Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.37; mientras el 43.13% que no conoce, tiene una opinión de 4.38.

El 72.05% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco nativos de Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.46; mientras el 27.93% que no conoce, lo cuantifica con 3.95.

Variable nivel de escolaridad

BÁSICA

El 54.54% de la población de nivel básico, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.59; mientras que el 3.65% que no conocen, lo cuantifican con 3.88.

El 42.42% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel básico, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.03; mientras el 57.57% que no conoce, tiene una opinión de 4.

El 72.27% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de escolaridad básico, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.30; mientras el 27.72% que no conoce, lo cuantifica con 3.9.

MEDIA SUPERIOR

El 71.42% de la población de nivel de escolaridad media superior, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.09; mientras que el 28.56% que no conocen, lo cuantifican con 3.89.

El 71.42% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de escolaridad media superior, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.35; mientras el 28.23% que no conoce, tiene una opinión de 4.83.

El 78.56% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de escolaridad media superior, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.57; mientras el 21.42% que no conoce, lo cuantifica con 3.83.

ESCUELA SUPERIOR

El 77.77% de la población de nivel de escolaridad superior, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.59; mientras que el 22.22% que no conocen, lo cuantifican con 3.21.

El 55.71% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de escolaridad superior, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.52; mientras el 44.27% que no conoce, tiene una opinión de 4.69.

El 69.44% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de escolaridad superior, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.61; mientras el 30.55% que no conoce, lo cuantifica con 4.21.

NIVEL POSGRADO

El 58.33% de la población de nivel de posgrado, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.12; mientras que el 41.66% que no conocen, lo cuantifican con 3.91.

El 44.44% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de posgrado, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.91; mientras el 55.55% que no conoce, tiene una opinión de 4.91.

El 100% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco de nivel de posgrado, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.66.

Variable tipo de organización

POLÍTICA

El 81.66% de la población de organizaciones políticas, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.02; mientras que el 18.32% que no conocen, lo cuantifican con 4.9.

El 53.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones políticas no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.41; mientras el 46.66% que no conoce, tiene una opinión de 4.67.

El 83.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones políticas no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.55; mientras el 16.66% que no conoce, lo cuantifica con 4.16.

ONG cultural

El 63.88% de la población de organizaciones culturales, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.27; mientras que el 36.10% que no conocen, lo cuantifican con 3.63.

El 55.55% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones culturales no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.47; mientras el 44.44% que no conoce, tiene una opinión de 4.80.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones culturales no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.66; mientras el 33.33% que no conoce, lo cuantifica con 3.83.

ONG ambiental

El 58.33% de la población de organizaciones ambientales, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.79; mientras que el 41.66% que no conocen, lo cuantifican con 3.84.

El 49.99% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones ambientales no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.26; mientras el 49.99% que no conoce, tiene una opinión de 4.07.

El 70.83% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones ambientales no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.48; mientras el 29.16% que no conoce, lo cuantifica con 3.05.

ONG humanista

El 58.33% de la población de organizaciones humanistas, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.08; mientras que el 41.66% que no conocen, lo cuantifican con 2.75.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones humanistas no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 3.94; mientras el 33.33% que no conoce, tiene una opinión de 4.25.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones humanistas no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.12; mientras el 33.33% que no conoce, lo cuantifica con 4.5.

Variable posición económica

Con auto

El 74% de la población con auto, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.64; mientras que el 26% que no conocen, lo cuantifican con 3.82.

El 61.33% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que cuenta con automóvil y conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.43; mientras el 38.66% que no conoce, tiene una opinión de 4.58.

El 80% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que cuentan con automóvil y conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.55; mientras el 20% que no conoce, lo cuantifica con 4.31.

Sin automóvil

El 48.21% de la población sin auto, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.72; mientras que el 41.06% que no conocen, lo cuantifican con 3.57.

El 40.47% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que no cuenta con automóvil y conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.33; mientras el 59.52% que no conoce, tiene una opinión de 4.36.

El 64.28% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que no cuentan con automóvil y conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.46; mientras el 35.71% que no conoce, lo cuantifica con 3.8.

Posición familiar

Padre de familia

El 68.37% de la población padre de familia, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.62; mientras que el 31.61% que no conocen, lo cuantifican con 3.61.

El 55.87% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, padres de familia que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.38; mientras el 44.11% que no conoce, tiene una opinión de 4.4.

El 74.99% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, padres de familia que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.49; mientras el 28.60% que no conoce, lo cuantifica con 3.81.

Hijo de familia

El 70% de la población hijo de familia, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.89; mientras que el 30% que no conocen, lo cuantifican con 4.27.

El 40% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, hijos de familia que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.49; mientras el 60% que no conoce, tiene una opinión de 4.4.

El 70% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, hijos de familia que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, la evalúa con 4.49; mientras el 40% que no conoce, lo cuantifica con 4.5.

Ocupación

Profesionista

El 76.46% de la población profesionista, que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.56; mientras que el 23.91% que no conocen, lo cuantifican con 3.58.

El 60.78% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, profesionista y que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.52; mientras el 40.21% que no conoce, tiene una opinión de 4.62.

El 76.46% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, de ocupación profesionista que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.59; mientras el 23.52% que no conoce, lo cuantifica con 3.91.

Estudiante

El 74.99% de la población que se ocupa en estudiar y que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 4.58; mientras que el 24.99% que no conocen, lo cuantifican con 4.

El 55.55% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que estudian y que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.33; mientras el 44.44% que no conoce, tiene una opinión de 4.66.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que se ocupa en estudiar y que conoce el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.58; mientras el 33.33% que no conoce, lo cuantifica con 4.25.

Empleado

El 71.87% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano empleados que conocen el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.80; mientras que el 28.12% que no conocen, lo cuantifican con 3.62.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que son empleados y que conoce el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.34; mientras el 33.33% que no conoce, tiene una opinión de 4.72.

El 81.25% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que son empleados y que conocen el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.52; mientras el 18.75% que no conoce, lo cuantifica con 3.62.

Productor y comerciante

El 49.99% de la población productora y comerciante que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.54; mientras que el 49.99% que no conocen, lo cuantifican con 3.65.

El 37.03% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que son productores y comerciantes, que conocen el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 3.97; mientras el 62.95% que no conoce, tiene una opinión de 4.

El 66.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que son productores y comerciantes, que conocen el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.25; mientras el 33.33% que no conoce, lo cuantifica con 3.9.

Desempleado

El 62.5% de la población desempleada que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.33; mientras que el 37.5% que no conocen, lo cuantifican con 4.75.

El 16.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que están desempleados, pero que conocen el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 5; mientras el 83.33% que no conoce, tiene una opinión de 5.

El 75% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que están desempleados, pero que conocen el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 5; mientras el 25% que no conoce, lo cuantifica con 5.

Lugar de residencia

Fuera de la cabecera delegacional

El 69.64% de la población que vive fuera de la cabecera delegacional, (pueblos de Xochimilco) y que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.53; mientras que el 30.36% que no conocen, lo cuantifican con 3.35.

El 27.58% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que viven fuera de la cabecera delegacional (pueblos de la demarcación) y que conocen el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.35; mientras el 61.9% que no conoce, tiene una opinión de 4.26.

El 78.56% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que viven fuera de la cabecera delegacional (pueblos de la demarcación) y que conocen el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.41; mientras el 21.42% que no conoce, lo cuantifica con 4.

Dentro de cabecera delegacional

El 68% de la población que vive dentro de la cabecera delegacional, (barrios de Xochimilco) y que conoce el Rescate del Paisaje, lo evalúa con un 3.79; mientras que el 32% que no conocen, lo cuantifican con 3.66.

El 62.66% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que viven dentro de la cabecera delegacional (barrios de la demarcación) y que conocen el Proyecto de Desarrollo Económico, lo evalúa con 4.41; mientras el 37.33% que no conoce, tiene una opinión de 4.32.

El 72% de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, que viven dentro de la cabecera delegacional (barrios de la demarcación) y que conocen el Proyecto de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, lo evalúa con 4.58; mientras el 28% que no conoce, lo cuantifica con 3.97.

Véase vaciado en tablas en el anexo de este trabajo CD ROM.

CONCLUSIONES

En la presente investigación se ofrecen tres tipos de conclusiones: teóricas-metodológicas, técnicas y temáticas.

Como conclusiones teóricas-metodológicas tenemos que:

1. La Teoría General de Sistemas aportó un análisis sistémico, gracias al cual, se ubicó la Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública y su relación con el sistema comunicativo, concluyendo que la Opinión Pública es un subsistema del sistema comunicativo porque cumple con los parámetros establecidos en cuanto a relación y selección de sus componentes.
2. La Teoría de la Mediación Social, que propone Manuel Martín Serrano, brindó un paradigma capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se construyen al interior de un proceso social, a través de los Planos Mediacionales que plantea la reducción de la disonancia entre lo que se informa y lo que se acontece, estos planos son: el de la situación, de los principios y de la mediación.
3. La Opinión Pública comparte los elementos estructurales del sistema comunicativo: actores, instrumentos, expresiones y representaciones contenidos en el modelo dialéctico de la comunicación.

4. La Teoría General de Sistemas permitió además ubicar histórica, cultural y socialmente a la Delegación Xochimilco, institución sobre la que se basó el estudio de Opinión Pública; así como los elementos de la Opinión Pública: actores: Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, instrumentos: (encuesta de la opinión pública); expresiones: (expresiones respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco) y representaciones: (entendidas como el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social (los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco) y que tienen un significado para alguien, en el referente por investigar (que es el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco).
5. Se concluye que son las expresiones las que permiten colocar a la opinión pública tema central del presente estudio, en el ámbito comunicativo, ya que son precisamente las expresiones emitidas de un grupo social las que importa a la opinión pública.
6. Las expresiones de los actores del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integrante del Centro Histórico de Xochimilco, permitieron ubicar el presente estudio de opinión pública dentro del ámbito comunicativo.
7. La Opinión Pública tiene su campo de acción en cuanto se desenvuelve en la siguiente temática:
 - a) La sobrevivencia del grupo social, ya que permiten la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y de los avances en las diferentes razas.
 - b) La producción de bienes materiales e inmateriales.
 - c) La conservación de la propiedad privada o el Estado (medios de comunicación)
 - d) El Estado (ejercicio del poder y sus consecuencias, formas de acción)
 - e) La cultura
 - f) La ecología (la preservación del medio ambiente)

8. Para definir y construir la tabla de especificaciones fue necesario establecer la relación entre la Teoría General de Sistemas de Manuel Martín Serrano, Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública, desarrollada en el capítulo uno; y el objeto de estudio (marco contextual, en el que se desarrollaron las características del referente, es decir, del Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, que constituyeron las categorías de la tabla de especificaciones.
9. La construcción de la tabla de especificaciones sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas; para la elaboración de un diagrama de arboreación, una lista de equivalencias entre los indicadores y los reactivos y la construcción de un cuestionario piloto.
10. Se concluye que el procedimiento de una prueba piloto sirvió para identificar los errores en la pertinencia de los sujetos a encuestar, el levantamiento de datos y la estructura de los reactivos del cuestionario final.
11. El método de análisis que se empleó es cuantitativo en el que se obtuvieron resultados basados en números, porcentajes y promedios.

Como conclusiones técnicas tenemos:

1. El procedimiento del levantamiento de datos sirvió para comprender las características de la población, el tipo de levantamiento de datos, criterios de recolección de información y el reporte del levantamiento de datos, en donde se definió que:
 - a) Las características de la población permitieron se encuestara al 100% de la población.
 - b) En esta investigación el número de sujetos encuestados fue de: 39 .
2. La técnica para la recolección de información empleada fue: cara a cara.
3. Para el cruce de datos se empleó como herramienta técnica filtros y auto-filtros que sirvieron para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre los indicadores y las variables sociodemográficas; las categorías y las variables

sociodemográficas, y sirvieron para probar o disprobar las hipótesis alternativas. Tomando en consideración como variables independientes las variables sociodemográficas (sexo, edad, posición política, posición familiar, tipo de organización, posición económica, escolaridad, ocupación, lugar de residencia y lugar de nacimiento), así como variables dependientes los conceptos de conocimiento de opinión.

CONCLUSIONES TEMÁTICAS

La cuantificación de los resultados de los filtros permitió validar las hipótesis alternativas consideradas en el capítulo tres en el apartado 3.2 concluyendo que:

El conocimiento del Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, no es el mostrado en las hipótesis alternativas, sino los resultados del análisis cuantitativo, presentados a continuación:

1. Se creía que el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco iba a ser del **90%**, sin embargo se confirmó que es del **65.58%**.
2. Se creía que la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco sería de **4**, sin embargo fue de **4.12**.
3. Se creía que el sexo determinaría en un **20%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, sin embargo se confirmó que lo

determina en un **66.23%** con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.

4. El sexo no determina en **2** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, sino en **4.30** con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco.
5. Se creía que la edad determinaría en un **10%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se determinó en un **64.48%**.
6. La edad no determinó en **4** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco, sino en **3.89** con respecto al Proyecto de Rescate y rehabilitación del centro Histórico de Xochimilco.
7. Se creía que la posición política determinaría en un **90%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se obtuvo una determinación del **70.53%**.
8. La posición política no determinó en **4** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en **4.18**.
9. Se creía que la ocupación determinaría en un **10%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se determinó en un .

10. La ocupación no determinó en 1 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en 4.26.
11. Se creía que el nivel de escolaridad determinaría en un 80% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se determinó en 64.75%.
12. El nivel de escolaridad no determina en 4 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en 4.19.
13. Se creía que la posición económica determinaría en un 20% el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se confirmó que se determina en 62.53.
14. La posición económica no determinó en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en 4.19.
15. Se creía que el lugar de residencia determinaría en un 30% el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo, se confirmó que solo se determina en.
16. El lugar de residencia no determinó en 2 la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de

la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en **4.17**.

17. Se creía que el lugar de nacimiento determinaría en un **20%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se confirmó que solo lo determina en **63.78%**.
18. El lugar de nacimiento no determinó en **2** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en **4.41**.
19. Se creía que el tipo de organización determinaría en un **30%** el conocimiento que tienen los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, pero se confirmó que solo lo determina en **63.9**.
20. El tipo de organización no determinó en **3** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en **4.17**.
21. Se creía que la posición familiar determinaría en un **10%** el conocimiento de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sin embargo se confirmó que la determina en **66.53**.
22. La posición familiar no determinó en **1** la opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales de la Delegación Xochimilco con respecto al Proyecto de Rescate y Rehabilitación del Centro Histórico de Xochimilco, sino en **4.27**.

APRECIACIONES FINALES

De acuerdo a las conclusiones temáticas presentadas anteriormente se puede apreciar que:

El porcentaje de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano, pertenecientes a organizaciones no gubernamentales que conocen el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco es muy bajo.

Para no restarle credibilidad social al Consejo Consultivo Ciudadano, es necesario dar a conocer el Proyecto de Rescate del Centro Histórico al 100% de los Integrantes de dicho Consejo.

La opinión de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano que no conocen el proyecto es de 4.13 una décima mayor de quienes si conocen.

Esto quiere decir que tanto los que conocen como los que no conocen, no están del todo de acuerdo con las acciones que se describen en el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, por lo que será importante conocer sus puntos de vista para mejorar los trabajos, sin embargo en sus parámetros de opinión es aceptable dicho proyecto.

Se puede apreciar que de acuerdo a las variables sociodemográficas, las opiniones de los Integrantes del Consejo Consultivo Ciudadano son distintas, es decir: la

edad, el sexo, la posición política, familiar, económica, escolar, la ocupación, el lugar de residencia, el lugar de nacimiento y el tipo de organización determinan la opinión, por lo que al momento de dar a conocer el Proyecto de Rescate del Centro Histórico, se deben considerar estos aspectos.

Como ejemplo de lo antes expuesto, se aprecia que la mayoría de las mujeres en comparación con los hombres conocen más el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, lo que les permite cuantificar su opinión con un mayor parámetro, sin embargo, en ambos casos, los que conocen cuantifican su opinión con un mayor parámetro, mientras los que no conocen lo cuantifican con un menor parámetro.

En este caso es recomendable dar a conocer el Proyecto de Rescate y Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Xochimilco, ya que entre más conocen mejor opinan.

FUENTES DE CONSULTA

1. Armenta Fraga, Venus. Análisis de la Representaciones contenidos de las expresiones de preceptores de televisión. Tesis de licenciatura. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.
2. Cea D'Ancona, Ma. Ángeles. Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. España: Síntesis, 1998.
3. Hernández Sampieri Roberto, et al. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana de México, 1993.
4. Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría, Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003. Julio, 2003.
5. García Ferrando, Manuel. Introducción a la estadística en sociología. España: Alianza Universidad Textos, 1989.
2. Garzón Lozano, Luis Eduardo. Xochimilco Hoy, Delegación Xochimilco. México, Instituto MORA, 2002. 93 pp.

3. Glauss Gene V. Y Stanley Julián C. Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. México: Prentice may Hispanoamericana, 1994.
4. González Morales, Laura. Apuntes del módulo VI, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública. México, ENEP Acatlán. Octubre, 2003.
5. López Romo, Heriberto. La metodología de la encuesta, en Galindo Cáceres, Jesús (coord.). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: CONACULTA-Addison Wesley Logman, 1998.
6. Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM-ENEP Acatlán, 1995. 227 pp.
7. Martín Serrano, Manuel. La Mediación Social. Madrid: Ed. Akal, 1977. 217 pp.
8. Pérez Cevallos, Juan Manuel. Xochimilco Ayer I. Delegación Xochimilco, Instituto Mora, 2002. 139 pp.
9. Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México: Plaza y Váldes, 1992.
10. Torres Lima, Héctor. Apuntes del módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública. México, ENEP Acatlán. Agosto, 2003.

OTROS ESCRITOS

Material proporcionado en el «Módulo IV, del Seminario Taller Extracurricular de titulación la Opinión Pública». México. ENEP Acatlán. Octubre, 2003.

Monografía, Delegación Xochimilco, Gobierno de la Ciudad de México. 1996.

Página de Internet. www.xochimilco.df.gob.mx

González Romero, Juan, Primer Gobierno Electo, Informe Anual, 2001.

Ponencia, Reflexiones sobre los antecedentes de un primer rescate integral de Xochimilco presentada en el Foro-Seminario para el Rescate de Xochimilco, noviembre, 2002.

Material escrito, obtenido en la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Xochimilco

Enciclopedia Microsoft. Encarta, 2002.

Fotos y diseño, Delegación Xochimilco.

ANEXO CD