



FACULTAD DE  
**DISEÑO**

**LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA “PLAZA COMERCIAL LIDO” Y SU  
INFLUENCIA EN LAS PRÁCTICAS SOCIALES DE LOS COMERCIANTES EN EL  
PERIODO 2018 A 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO(A) EN IMAGEN, ARTE, CULTURA Y SOCIEDAD**

**MAESTRÍA EN IMAGEN, ARTE, CULTURA Y SOCIEDAD  
P R E S E N T A  
LIC. LUIS ALFONSO GUTIÉRREZ AGUILAR**

**Director(a) de tesis  
Dra. María Araceli Barbosa Sánchez**

Cuernavaca, Morelos

Enero, 2021

La Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad (IMACS) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) de CONACYT.

Agradezco a CONACYT como patrocinador del proyecto realizado como tesis de maestría durante el programa de estudio de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Sibel antes que todo, por mantenerme siempre a flote, por todo su amor, por ser mi motivación, soy todo gracias a ti.**

**Abue, también gracias por todos los buenos consejos.**

**A mis mentores, les agradezco el haber compartido sus experiencias y consejos.**

**A mis amigos de magia, siempre trabajando por triunfar juntos.**

**A todas las personas que me apoyaron en este extraordinario y maravilloso proceso de vida.**

## ÍNDICE

Introducción.....	7
Pregunta de investigación .....	9
Objetivo general .....	9
Objetivos particulares .....	9
Justificación .....	10
Capítulo 1.- Antecedentes, La Plaza Lido .....	14
1.1 Breve desarrollo histórico de los mercados en la zona centro del país .....	16
1.1.2 Llegada a Cuernavaca, construcción del Mercado Juárez .....	20
1.2 Crecimiento urbano en Cuernavaca y nacimiento de Plaza Lido.....	20
1.2.1 Traslado del Mercado Juárez y creación del Mercado Adolfo López Mateos	21
1.3 Periodo de comercio informal, obtención de permiso de uso de suelo y actualidad económica del comercio en Plaza Lido.....	21
1.4 La violencia en México, y su impacto en la actividad comercial.....	23
1.5 La pelea del narcotráfico por el dominio de la capital Morelense.....	27
1.6 El entorno ambiental de la Plaza Lido, su contexto social, político e identitario...	30
1.6.1 Hechos delictivos del 8 de mayo de 2019 en el Centro Histórico de la ciudad de Cuernavaca .....	32
1.6.2 Hechos delictivos del 10 de septiembre de 2019 al interior de la Plaza Lido y retiro del trabajo de campo .....	33

Capítulo 2.- Marco Teórico .....	36
2.1 De la psicología ambiental .....	36
2.1.2 Psicología Ambiental en la actualidad .....	40
2.1.3 La apropiación del espacio físico y simbólico desde la psicología ambiental	41
2.2 De las Representaciones Sociales de Moscovici .....	43
2.2.1 De las representaciones sociales de Jodelet .....	45
2.3 De la identidad como distinguibilidad .....	46
2.3.1 La distinguibilidad cualitativa .....	49
2.4 De la percepción .....	50
Capítulo 3.- Método y desarrollo .....	52
3.1 Metodología general .....	53
3.2 Hipótesis .....	54
3.3 Teoría Fundamentada .....	54
3.4 Técnica de recopilación de datos Exploración de Factores Psicosociales.....	57
3.5 Alea lacta Est y Readaptación .....	58
3.5.1 Entrevista.....	60
3.6 Teoría Semántica.....	61
Capítulo 4.- Resultados y análisis .....	62
4.1 La dinámica del proceso compra venta y la percepción transparente .....	63
4.2 Resultados a partir de datos y categorización .....	65

4.3 Análisis de categorías.....	66
4.3.1 Comerciantes.....	66
4.3.2 Usuarios.....	69
4.4 Interpretación del discurso a partir de la Teoría Semántica.....	71
4.5 La sociedad transparente.....	76
4.5.1 En el ejercicio de la transparencia.....	78
Conclusiones.....	79
Cronograma.....	86
Bibliografía.....	88
Bibliografía Online.....	90
Anexos y Tablas de Datos Participantes.....	92

## **Introducción**

El centro de Cuernavaca cuenta con una amplia gama de lugares que han sido testigos de la evolución social, económica y cultural del primer cuadro de la ciudad de Cuernavaca, Morelos en México. Uno de esos lugares es la Plaza Comercial Lido, la cual, hoy en día se encuentra en un estado de sobrevivencia ante el crecimiento urbano de la ciudad, un estado que se ha visto afectado por diversos factores sociales que se ven reflejados en las conductas de los comerciantes de dicho lugar, desde esta perspectiva, la imagen de las representaciones sociales nos permite comprender cómo es que tanto el lugar como sus ocupantes se enfrentan a este proceso de cambio a través del tiempo, y cómo dichos cambios se ven reflejados en la distinguibilidad cotidiana de los comerciantes. Lamentablemente, también tenemos que hablar de la violencia que azota al territorio nacional, y que en los últimos años ha hecho mella en el tejido social mexicano; el estado de Morelos es testigo fiel de las atrocidades que se han suscitado y el sector comercial ha sido uno de los más afectados ante dicha problemática.

En un inicio se pretendía generar una línea de aplicación de conocimientos multidisciplinares (Arte, Sociología, Psicología, entre otras) a través de una metodología de investigación de corte cualitativo y cuantitativo. Se propuso un estudio de tipo correlacional (explicativo parcial) con enfoque mixto debido a la naturaleza del posgrado y las características del proyecto, el cual, de acuerdo con Hernández Sampieri (2014) al ser de carácter multidisciplinar maneja diversos valores y aproximaciones al objeto de estudio. Con un diseño que consiste en integración múltiple, tomando una muestra aleatoria de tamaño representativa (integrada por comerciantes y trabajadores dentro de Plaza Lido) y una muestra pequeña (integrada por público en general con conocimiento

de Plaza Lido) para comparar el nivel de apropiación simbólica de las representaciones sociales por parte de los comerciantes y su influencia en las prácticas sociales de comercio y cuál es la percepción que tiene el público en general de dichas representaciones sociales.

Sin embargo; a partir de los eventos delictivos<sup>1</sup> que se vivieron en los meses finales del 2018 y mediados del 2019, tanto al interior de la plaza, como en zonas aledañas a la misma, la metodología se vio forzada a recibir un cambio de orientación debido a que la consecuencia inmediata de los delitos mencionados. El nuevo enfoque pasó a ser de carácter descriptivo ya que obedece a la descripción de las situaciones y eventos que generaron el fenómeno que se pretende analizar, y de cómo el ambiente psicofísico influye en dicho fenómeno (la violencia producto de la influencia del narcotráfico en las representaciones sociales de la plaza). Su mayor finalidad es poder predecir situaciones con características similares para una pertinente intervención.

La investigación en cierta medida contiene una parte de cada tipo de estudio según Sampieri, sin embargo, las líneas de investigación predominantes son correlacional y descriptiva debido al contexto, objeto de estudio y formas de manifestación del fenómeno que se analiza. Son las que mejor se acercan al fenómeno ya que ambas dependen directamente del evento

<sup>1</sup> <https://www.animalpolitico.com/2019/05/disparan-a-manifestantes-zocalo-cuernavaca-lesionados/>

## **Pregunta de investigación**

¿Cuál es la influencia de las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” en las prácticas sociales de los comerciantes?

## **Objetivo general**

Analizar las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” para comprender cómo influyen en las prácticas sociales de los comerciantes, y cómo estas acciones sociales afectan directamente en la imagen conductual y que a su vez influye en la conducta colectiva, e influyen en las representaciones sociales, para identificar las imágenes conductuales (percepción) que podrían estar generando conflictos en las relaciones sociales de la plaza, y de la percepción del público consumidor del lugar

## **Objetivos particulares**

- Determinar los factores psicosociales y psicoambientales que conforman las representaciones sociales en “Plaza Comercial Lido”.
- Analizar las prácticas sociales para encontrar factores psicosociales de los comerciantes de la “Plaza Comercial Lido”
- Identificar las imágenes conductuales (percepción) que podrían estar generando conflictos en las relaciones sociales del lugar
- Concientizar sobre la importancia de gestionar entornos psicofísicos sanos

## **Justificación**

El presente proyecto de investigación busca analizar los factores psicosociales y psicoambientales que influyen en las representaciones sociales a través de la imagen conductual (percepción) y su contenido simbólico en “Plaza Comercial Lido”, así como explicar la importancia en la producción de la imagen de esta plaza para los comerciantes y su influencia en las prácticas sociales al interior de ésta.

La “Plaza Comercial Lido” es un punto de interés común de una gran parte de los usuarios de la zona centro de la ciudad de Cuernavaca; se sabe popularmente que en dicha plaza se pueden encontrar diversos artículos y servicios a precios accesibles; sin embargo, a pesar de que está dirigido a un público consumidor en general, una vez dentro de la plaza la dinámica social tiende a presentar un momento de elección para el consumidor, el espacio psicofísico obliga a quienes visitan dicho lugar a generar una percepción inmediata del entorno, es decir, la integración del ambiente de la plaza con los comerciantes y los consumidores en general, depende de múltiples factores psicosociales y psicoambientales que en conjunto crean una interpretación de la realidad del lugar.

La imagen que proyecta el lugar se encuentra permeada por los diferentes productos y servicios que se ofertan en la plaza, cada sector contiene su propia representación simbólica que forma parte del conglomerado. Dicha imagen que se menciona de la plaza está cargada por diversos elementos simbólicos y conductuales que al entrar en interacción producen lo que podemos llamar imagen conductual, la cual, se transforma en un elemento observable. Este tipo de características tanto visuales

como conductuales que en conjunto producen un tipo específico de comportamiento, podemos definir las y observarlas en lo que Bourdieu llamó “habitus”<sup>2</sup>.

Para comprender con mayor claridad porque nos referimos a la imagen conductual como “habitus”, debemos considerar que la interpretación de las representaciones sociales se basa en la observación, apreciación de la cotidianeidad ordinaria, que a su vez se manifiesta en nuestra conducta diaria, adquiriendo un conocimiento social que permea y define la forma en que dichas representaciones se muestran hacia lo exterior de la plaza, y cómo los receptores que en este caso es el público en general, transforman esta información y generan su propio criterio del lugar, en este sentido la imagen conductual de la plaza, es aquella que los usuarios crean por medio de la percepción de los elementos de la plaza, y que se construye a través de la experiencia.

En este sentido, es importante comprender cómo es que este “habitus” construye lo que Giménez denomina como “distinguibilidad”, la cual se caracteriza por contener una unidad distinguible de cualquier otro espacio y contexto, dicha unidad concentra una variedad de elementos como los visuales, cognitivos, conductuales y sociales, dichos elementos encuentran su punto de convergencia en lo que Holahan (2006) denomina espacio y entorno psicofísico, que dicho en otras palabras se puede interpretar como el análisis de la conducta en función del espacio físico. Cuando todos los elementos anteriores se conjugan y asumen como propios se genera una participación específica en la sociedad, y es aquí donde la importancia del presente trabajo adquiere gran relevancia, ya que reconocer cómo es que el espacio psicofísico del entorno de la plaza

<sup>2</sup>“Habitus”: Por habitus Bourdieu se refiere al conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él.

está influyendo en el “habitus” de las practicas sociales de los comerciantes, nos permitirá generar estrategias de reconocimiento y prevención de agentes dañinos para el entorno y su ambiente.

Actualmente, de acuerdo con los propios comerciantes, la plaza se encuentra en una situación financiera crítica, debido a la presencia de nuevos centros comerciales en el primer cuadro de Cuernavaca, ya que se ha propiciado el acceso a nuevos servicios comerciales que han afectado la venta en la plaza. La creciente ola de violencia en el país y su cada vez mayor afectación a la vida del comercio legal, han generado un ambiente de incertidumbre y abandono en el seno de los comerciantes de Plaza Lido. Ante dicha situación, la identidad, así como el contexto social y cultural de la plaza, se encuentran en un proceso de reestructuración social, económica y cultural. Aunado a lo anterior, la situación actual en los mercados económicos y geopolíticos, han colapsado ante la imposibilidad del ser humano de mantener un entorno que propicie la salud como eje central de la sociedad; ante dichas situaciones, nuevamente la realidad nos da una muestra de la constante evasión de un tejido social dañado, ante la evidente modificación de las dinámicas sociales y de convivencia, no podemos evadir que sin duda también tendrán un impacto en como los entornos ambientales son redefinidos tanto para su uso como su nueva significación, lo que nos permite concluir en que la oportunidad por crear una imagen concientizada desde la resignificación misma del espacio y la imagen que percibimos de este, es de gran relevancia para la preservación del conocimiento histórico y cultural de la plaza.

Este estudio pretende servir de punto de partido para que se incentive a la población en general, con especial atención a la comunidad local de la ciudad de Cuernavaca, a iniciar nuevos estudios en otras plazas y espacios de comercio no solo

del primer cuadro de la ciudad. Asimismo, existe una gran importancia en todos los sectores y espacios públicos de la ciudad donde se pueda realizar investigación para el beneficio y progreso de la comunidad en general. Con la misma relevancia, de lo antes mencionado, se pretende generar un ejercicio de concientización para la recuperación de espacios públicos que se encuentren en abandono, los cuales, deben cumplir con las reglas de salud y los nuevos modos de convivencia dentro de la nueva normalidad causada por la pandemia.

## **Capítulo 1.- Antecedentes, La Plaza Lido**

*“A Cuernavaca voy, dulce retiro,  
cuando, por veleidad o desaliento,  
cedo al afán de interrumpir el cuento  
y dar a mi relato algún respiro.*

*A Cuernavaca voy, que sólo aspiro  
a disfrutar sus auras un momento:  
pausa de libertad y esparcimiento  
a la breve distancia de un suspiro.*

*Ni campo ni ciudad, cima ni hondura;  
beata soledad, quietud que aplaca  
o mansa compañía sin hartura.*

*Tibieza vegetal donde se hamaca  
el ser en filosófica medida...  
¡A Cuernavaca voy, a Cuernavaca!*

**Alfonso Reyes**

El primer capítulo muestra un contexto general del proceso de evolución histórica de las dinámicas de comercio y los espacios en donde estas se llevan a cabo, y cómo dichas dinámicas han ido modificándose con el paso del tiempo y el cambio social, haciendo constante énfasis en el espacio psicofísico del lugar como el principal factor que influye en la dinámica social y de comercio. Desde los inicios del comercio en México con los primeros mercados, hasta llegar a la actualidad con sus propias formas y lugares de comercio, hemos visto como diversos fenómenos sociales han sido participes de la constante evolución social, así como los nuevos modos de comercio y los espacios destinados a dicha práctica. Lamentablemente el fenómeno que ha crecido con mayor rapidez y ha pasado a formar parte del tejido social y las prácticas comerciales, es la violencia; específicamente abordando la violencia como un fenómeno que se ha normalizado como parte de la vida diaria en el territorio nacional, así como su llegada a la ciudad de Cuernavaca, se describen los sucesos que acontecieron durante el proceso de investigación y el trabajo de campo, culminando con una notable influencia del fenómeno de la violencia en la presente investigación.

## **1.1 Breve desarrollo histórico de los mercados en la zona centro del país**

A través de la historia de la humanidad, los mercados públicos han sido los principales centros de abasto de productos propios de la canasta básica, vestimenta, herramientas, artesanías, entre otros, México cuenta con su propia historia de los mercados, y es imposible negar el folclor único de la mexicanidad en los mercados del país. Es a partir de los procesos de urbanización durante la segunda mitad del siglo XX, que es posible observar con mayor claridad como las costumbres de compra iniciaron un proceso de cambio; pasando del mercado público hacia los establecimientos comerciales formales, dando lugar así, a un grupo moderno que compite con los establecimientos tradicionales (Bocanegra y Vázquez, 2003: p.19). Destacando, en particular, el surgimiento de las tiendas de autoservicio, los centros comerciales y supermercados modernos que se han constituido en una importante competencia para los mercados públicos (Hernández, 2005 en Garza-Bueno, 2013: p.698).

En la parte final del siglo XV e inicios del siglo XVI, en el lago de Texcoco existían, alrededor de la majestuosa Tenochtitlán, una gran cantidad de puertos agrícolas y pesqueros; y era en la gran ciudad de Tenochtitlán donde todos se reunían diversos representantes de las poblaciones aledañas para pagar tributo al señorío del Imperio Mexica. La gran conglomeración de multitudes que se reunían en la capital azteca, permitían las condiciones más que favorables para el intercambio de productos, entre los ejemplos de dichos productos podemos mencionar: pieles finas de jaguar, venado y ocelote, plumas de quetzal, colibrí, tecolote y guacamaya, metales valiosos como el oro y la plata, mantas de algodón bordadas con adornos de diversos materiales, pliegos de papel amate, semillas de diversos tipos como maíz, calabaza y chile, diversas especies

animales como los perros Xoloitzcuintlis ( perro azteca ), guajolotes, conejos, incluso se podía encontrar una variedad de insectos entre los que se podían encontrar chapulines, escamoles y hormigas que eran parte de la cultura alimentaria de la época; de igual manera existían productos con funciones precisas como puntas de flecha y navajas construidas con filosa obsidiana, así como joyas de oro, turquesa y jade, todos los elementos antes mencionados eran parte de un intenso comercio que se practicaba en el mercado al aire libre a través del trueque, una actividad que formaba parte de la vida cotidiana. Fue durante esta época de prosperidad de la cultura Mexica que los pueblos aledaños como Chalco, Xochimilco, Texcoco, Azcapotzalco, Iztapalapa, entre otros se convirtieron en plazas comerciales que ofrecían las mercancías mencionadas.

A la llegada de los españoles e inicio de la conquista, se vivió la destrucción de la plaza Tlatelolco y otras plazas comerciales, lo que generó una nueva dinámica de comercio y se comenzaron a construir nuevos centros de consumo, hecho que se convirtió en el punto de salida para dejar en el olvido lo que había sido la forma de práctica comercial entre los pueblos antes de la conquista.

Con los nuevos centros de consumo se dio paso a nuevas formas y estructuras de comercio. De acuerdo con Arias (1998), el primer mercado público en la ciudad de México fue el tianguis de Juan Velásquez, nombre que recibió gracias a un personaje de aquella época; en el lugar de esa plaza, actualmente está el Palacio de Bellas Artes. Con el crecimiento de la ciudad de México y su nula planeación trazado urbano, el mercado se situó en lo que era el corazón de la ciudad, lo que hoy en día se conoce como Plaza Mayor. Este lugar se convirtió en el centro comercial más importante durante la época de la colonia y en él era posible encontrar desde productos básicos hasta mercancías

importadas y de lujo, productos agrícolas y ganaderos locales y de otras regiones, además de una gran variedad de servicios. De esta forma, la tradición prehispánica que en su momento logró reunir todo el intercambio de bienes y servicios en las plazas públicas, se unió con la tradición europea de mercado llegada con la colonia. De acuerdo con Arias (1998), en estas nuevas plazas públicas era posible encontrar todas las mercancías de la tierra, cultivadas y producidas, de origen prehispánico, europeo e incluso asiático. Mercados como “El Baratillo”, destinado para la población de bajos recursos, “El Parián” con mercancías importadas, “El Volador” junto a la Plaza Mayor o el mercado de Santa Catarina, junto a un pequeño lago de la orilla norte de la capital conocido como “La Lagunilla” comenzaron a establecerse. Una de las principales características de estos mercados es que colocaban la mercancía en cajones de madera y tenían una estructura que consistía en un techo sólido para protegerse de la intemperie.

En las décadas siguientes, se construyeron nuevos mercados con más y mejores materiales, en el año de 1703 se inauguró “El Parián” en la plaza mayor, que resultó insuficiente para el total de los comerciantes, los que terminaron por invadir el edificio Virreinal y la Catedral. De esta forma, el comercio en la ciudad de México se fue transformando, apareció el barrio de “Tepito”, donde se vendía ropa, alimentos y todo tipo de mercancías usadas. El mercado “El Parián” desapareció en 1843 durante la guerra de independencia y debido a la escasez de mercancías provenientes de Oriente y Europa, se originó una disminución en la cantidad y variedad de productos ofertados en el mercado, situación que llevó a su decaída finalizando en su desaparición, dando paso a buscar nuevos modelos y espacios comerciales. Ya bien entrado el siglo XIX, el antiguo convento de “La Merced” formó parte de las nuevas propiedades del ayuntamiento, gracias al triunfo de la causa liberal del movimiento político de la época.

Fue en este inmueble que se creó una plaza al aire libre para los comerciantes. Este edificio sería, más tarde, el antecedente del mercado de “La Merced”. Arias (1998) señala que el mercado de “La Merced” fue construido en 1880, a finales del primer período presidencial de Porfirio Díaz; en su construcción se utilizaron las técnicas más nuevas, con lo que se originó la primera ola modernizadora en los mercados públicos en cuanto a estructura y planeación urbana. Un suceso importante se da en año 1891, cuando fue inaugurado en la ciudad de México “El Palacio de Hierro”, un nuevo tipo de centro comercial que se construyó de acuerdo con el estilo de los grandes almacenes de París.

Esto simbolizaba una nueva significación en la común práctica del consumo, con lo que las formas de comercio en el país comenzaban a modificarse. Fue así, que el comercio en tiendas y en los distintos establecimientos dedicados a esta práctica fue aumentando de manera conjunta al incremento en la población de la ciudad. La mayor demanda de bienes contribuyó a un cambio en las costumbres y hábitos de los habitantes de la ciudad de México. Dicha forma de prácticas comerciales prevaleció durante varias décadas como el modelo a seguir, hasta que el constante crecimiento urbano y desarrollo social generaron nuevas formas y alternativas de comercio. Fue en el año de 1970 cuando comenzaron a construirse las tiendas de autoservicio y los grandes almacenes, junto con las plazas comerciales, todos estos influenciados por el estilo comercial estadounidense, el cuál obedece a la filosofía del “american way of life” que no es más que la falacia del consumismo desmedido, lo que conllevó a una reestructuración en la dinámica de los mercados mexicanos.

### ***1.1.2 Llegada a Cuernavaca, construcción del Mercado Juárez***

Fue en 1909 cuando por mandato del entonces gobernador del estado Don Pablo Escandón el Mercado Juárez fue construido y de inmediato se convirtió en el punto de encuentro comercial para los habitantes de la ciudad de Cuernavaca; ubicado en la actual calle de Guerrero y con acceso por las calles de Arteaga y Degollado, el Mercado Juárez fue testigo de generaciones de compradores que día con día se aventuraron en la búsqueda de saciar las necesidades del consumidor.

### **1.2 Crecimiento urbano en Cuernavaca y nacimiento de Plaza Lido**

En el año de 1964, y ante la creciente urbanización de la ciudad de Cuernavaca, fue necesario trasladar este punto de comercio a una ubicación que pudiera solventar las necesidades de una población emergente, fue así como en el año de 1964 el Mercado Juárez dio un paso en la historia para dar vida a lo que es el actual Mercado Adolfo López Mateos. Las antiguas instalaciones del Mercado Juárez pasaron en ese momento a dar lugar a una joven y aventurada Plaza Lido.

Durante varias décadas dicha plaza fue la cuna del ambulante y comercio informal, esto debido a que en su mayoría los comerciantes no pertenecían a algún grupo o sindicato de comerciantes, creando así una comunidad de comerciantes que se oponían a la burocracia y apoyaban el libre comercio.

### ***1.2.1 Traslado del Mercado Juárez y creación del Mercado Adolfo López Mateos***

En mayo de 1964, el entonces presidente Adolfo López Mateos inauguró uno de los mercados más emblemáticos que existen en el estado. La ceremonia como era de esperarse contó con la presencia del presidente que cedería su nombre para dicho complejo comercial, sin embargo, la transición no fue nada sencilla, en un inicio los locatarios se mostraban inciertos a dejar sus lugares de trabajo, mientras algunos argumentaban que dar paso a la modernidad era la solución, lo cierto es que no habría podido existir la historia del mercado Adolfo López Mateos sin la esencia que se trasladó del mercado Juárez, y a su vez Plaza Lido no existiría si no fuese por la expansión de complejos comerciales en Cuernavaca.

### **1.3 Periodo de comercio informal, obtención de permiso de uso de suelo y actualidad económica del comercio en Plaza Lido**

Después de varios años de gestiones sociales, políticas y económicas, se concretó finalmente el acuerdo para terminar con la informalidad del comercio al interior de Plaza Lido, dicho acuerdo significó un triunfo no solo para los comerciantes de la plaza, también lo fue para todo aquel comerciante que se encuentra en la informalidad, esto debido a que solo se obtuvo un permiso de uso de suelo comercial, dejando de lado las licencias comerciales, lo que implica que se consiguió un permiso de venta sin regulación de los productos que se ofrecen, incluso hoy en día, dicha laguna permite a los comerciantes informales apropiarse de varios puntos de venta específicos, amparándose bajo las licencias de uso de suelo comercial. Obteniendo el permiso oficial de uso de suelo

comercial el 31 de julio del año 2006, Plaza Lido ha sobrevivido a través de los años como un punto de convergencia tanto comercial como social; abandonado por las autoridades e incluso creando un espacio abierto al público, pero a su vez encerrado entre las paredes de los comercios emergentes de los últimos años, convirtiendo así Plaza Lido en un lugar de encuentro lleno de historia.

*“Puedes comprar hasta lo que no venden y te venden hasta lo que no tienen”* es una frase de dominio popular entre los consumidores de dicha plaza, la esencia comunitaria del lugar se mantiene firme ya que desde su fundación el propósito fundamental de dicha plaza ha sido el acceso a productos en su mayoría importados y a bajos costos con accesibilidad a todo público consumidor, de igual manera, no podemos evadir el hecho antes mencionado de la no legislación de los productos que se ofrecen, ya que a partir de esta situación se abrió la posibilidad a la llegada del mercado negro.

De acuerdo con Astudillo Moya (2012) *“mercado negro”* es el término que se utiliza para describir la venta clandestina e ilegal de bienes o servicios, con la constante de estar violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por las empresas y sus gobiernos. A partir de dicho concepto podemos afirmar que un *mercado negro* es aquel en el que se intercambian bienes y servicios cuya producción y/o distribución es ilegal.

Al estar compuestos por transacciones ilegales, los mercados negros tienden a aparecer en aquellos países o sectores con legislaciones más intervencionistas. La prohibición de ciertos productos hace que aquellos que lo demandan solo puedan acudir a mercados ilegales (mercados negros) para adquirirlos. Los mercados negros varían en tamaño según el país. Al estar constituidos por transacciones ilegales, sus componentes

intentan esconder sus acciones del gobierno y sus leyes de salud, economía y seguridad entre otros, por lo que medir su tamaño resulta muy difícil al momento de registrar actividades ya que al igual que operan fuera de la legalidad, lo hacen fuera de los sistemas económicos de mercado globales.

En este punto es importante mencionar que una de las principales características del entorno ambiental del comercio informal es la clandestinidad, por lo cual, el ambiente de la plaza ya presenta situaciones normalizadas del mercado negro absorbiendo distintos negocios del lugar, situación que deriva en una forma de vida forzada a través de la ilegalidad.

#### **1.4 La violencia en México, y su impacto en la actividad comercial**

##### ***Violencia normalizada***

La actualidad que vive la sociedad mexicana con respecto a la violencia, es simplemente un reflejo de la cruda realidad de lo que hoy en día se vive en el territorio nacional; es de llamar la atención que esta problemática ha evolucionado a niveles estratosféricos al grado de considerarlo como parte de la cotidianidad de nuestra vida diaria, es de sobra saber que no es una problemática reciente la ola de violencia que día a día cobra las vidas de cientos de personas que hoy ya se calculan como cientos de miles, incluso, la cifra de muertes en México está por alcanzar niveles que se calculan en millones, cifras que solo se tiene como precedente en eventos bélicos de magnitud mundial, es decir, la violencia que existe en México producto del narcotráfico ha desatado una guerra sin cuartel que se estima podría alcanzar niveles de holocausto.

Es importante contextualizar y definir a que nos referimos con violencia, ya que existen diversos modos de ejercer y manifestar formas de violencia, las situaciones pueden presentarse dependiendo de su contexto y sus consecuencias suelen resultar devastadoras en cualquier ámbito.

La Organización Mundial de la Salud, a través de la campaña global permanente de prevención de la violencia (OMS/WHO) define el concepto de violencia como: *El uso intencional de la fuerza física, amenazas contra uno mismo, otra persona, un grupo o una comunidad que tiene como consecuencia o es muy probable que tenga como consecuencia un traumatismo, daños psicológicos, problemas de desarrollo o la muerte*<sup>3</sup>. Una vez definido el concepto de violencia, es necesario mencionar que existen varias subcategorías de formas de violencia, entre las cuales, se encuentra la violencia económica; de acuerdo con Almenares (1999), los diferentes grados, niveles y concepciones de la violencia se encuentran en correspondencia con los valores, normas y creencias de cada país, época y estado socioeconómico.

En el año 2003, durante la jornada internacional de la Organización Panamericana de la Salud, se presentó el ***informe mundial sobre la violencia y la salud***, el cual describe la violencia económica como cualquier acto que incite o concrete ataques por parte de grupos más grandes motivados por el afán de lucro económico, tales como los llevados a cabo con la finalidad de trastornar las actividades económicas, negar el acceso a servicios esenciales o crear división económica y fragmentación social.

<sup>3</sup> <https://www.who.int/topics/violence/es/>

Una vez definidos los conceptos anteriores, es posible analizar la relación que existe entre la violencia económica y el crimen organizado, en este sentido hablar del narcotráfico resulta en una relación directa de una forma de violencia, la económica, y los modos de ejercerla directamente con los participantes, es decir, las formas de violencia con las que opera el narcotráfico resultan en crímenes tales como el robo, la extorsión, amenazas y en el peor de los casos el homicidio, todo lo anterior con un solo objetivo, generar ganancias a través del crimen ejerciendo violencia económica a través de otros modos de violencia como la física, emocional, interpersonal o colectiva.

El poder del narcotráfico a través de la violencia actualmente es una historia cientos de miles de vidas perdidas, sin embargo, el cuestionamiento en turno resulta en la evidente normalización de la violencia en el país. Tomando en cuenta lo mencionado por Almenares (1999) podemos reflexionar como es que en la época actual, el negocio del narcotráfico opera a la vista de todos ante la mayor impunidad posible, lo anterior, aunado a la crisis socioeconómica que vive el país, hace que los ciudadanos sobre todos los que se encuentran en dificultades económicas o sectores marginados, consideren la opción laboral del narcotráfico como una salida viable a los problemas económicos; mientras menos opciones de trabajo existan, mientras las condiciones de una vida digna no estén al alcance de toda la población, el narcotráfico seguirá dominando una gran parte de la economía del país. La realidad social en la actualidad refleja un estado de pasividad absoluta ante los estragos del narcotráfico, los valores de la sociedad mexicana parecen no tener ningún impacto en la concientización de los ciudadanos, más allá de intentar concebir una posible solución, asumir el crimen organizado como parte de la normalidad cotidiana pare el resultado inminente, sin embargo, la historia nos

muestra que la realidad actual del narcotráfico, es el resultado de años de ignorar una problemática que ahora resulta insostenible.

La historia del narcotráfico en México remonta sus orígenes a la década de los años 20, época en donde se vivió una reestructuración postrevolución en todo el país, la cual se caracterizó por la incapacidad del estado por mantener la ley y el orden entre la sociedad. Sin embargo, nos enfocaremos en la temporalidad comprendida entre los años 2006 y 2012; el sexenio de gobierno de Felipe Calderón Hinojosa, de acuerdo con Valdez (2013), el periodo comprendido entre los años 1990 a 2006, representa la época de la fragmentación de los carteles y el nacimiento de las nuevas células criminales en el país; dicha situación generó numerosos bandos en la lucha por el poder. Ciertamente se habla de un secuestro parcial del estado durante dicho periodo, la historia es fiel testigo de lo acontecido en los años 90s, diversos eventos marcaron la presencia del narco en el país como una realidad incluso cultural, los asesinatos Juan Jesús Posadas Ocampo víctima de un supuesto fuego cruzado entre grupos delictivos rivales y de José Francisco Ruiz Massieu, personaje celebre de la política mexicana, muerto supuestamente por enemistades con líderes políticos vinculados con el crimen organizado son la prueba contundente de cómo el estado cedió el poder ante el poder y dominio absoluto del narcotráfico, quizá un momento que sin duda sirve de referencia para denotar la incapacidad del estado por atender la problemática del crimen organizado, es aquel que en el año de 1997 relata la contratación por parte del entonces fiscal de la PGR Pablo Chapa Bezanilla de una “vidente” para el proceso de investigación del homicidio del ya mencionado personaje José Francisco Ruiz Massieu, dicho evento es una herida profunda en la credibilidad y sobre todo seriedad con que el estado atiende las

necesidades de la población, sin duda, aquel día la justicia mexicana fue el hazmerreír a nivel global.

### **1.5 La pelea del narcotráfico por el dominio de la capital Morelense**

Morelos es históricamente un estado ocupado por el narcotráfico, en el año de 1997 la relación que existía con el entonces capo más buscado en México Amado Carrillo alias “el señor de los cielos”, con el entonces gobernador del estado Jorge Carrillo Olea, permitió las condiciones necesarias para que nuevos grupos delictivos inundaran territorio morelense, con el pasar de los años la lista de criminales relacionados con los gobernantes sucesores solo fue en incremento, basta con mencionar algunos ejemplos como lo son la relación conocida entre el entonces gobernador del estado Sergio Estrada Cajigal con el capo líder del Cartel de Guadalajara Juan José Esparragoza Moreno alias “el azul”, quien facilitó el acceso a grupos delictivos en la zona, de igual manera, el sucesor de Estrada Cajigal, Marco Adame García siguió con esta línea de relaciones criminales narcopolíticas, en esta ocasión el grupo delictivo del Cartel de Sinaloa fue el señalado de tener infiltrados en el organigrama del gobierno morelense. Fue durante el sexenio de Adame García, que los llamados cobros por “derecho de piso” se dispararon a niveles exorbitantes, generando la primera oleada de afectaciones económicas en cadena producto de la incesable inseguridad que se vivió.

El estado de Morelos comenzó a tener una gran importancia en el mapa de los grupos criminales organizados al grado de ser necesaria la intervención del ejército mexicano para salvaguardar la integridad de los civiles antes los constantes enfrentamientos entre carteles en el estado, siendo la ciudad de Cuernavaca la más

afectada por dichos enfrentamientos, de acuerdo a los artículos referidos en la revista Proceso en su edición del mes de diciembre del 2009, existen dos razones que sobresalen como las principales acciones que iniciaron con el efecto dominó que culmina con la realidad violenta que hoy vivimos: El primero fue el abatimiento por parte de las fuerzas especiales de marina de México de Arturo Beltrán Leyva, conocido capo con largo historial delictivo perteneciente en sus inicios al Cartel de Sinaloa, quien después de varios recorridos en el mundo del narcotráfico terminó por afianzar su presencia al fundar su propio Cartel con la colaboración de varios de sus hermanos, y las facilidades obtenidas durante la gestión de Adame García en el estado, dando así paso al nacimiento y rápida fragmentación del Cartel de los Beltrán Leyva; el segundo es la ubicación geográfica del estado de Morelos como referente del centro del país, ya que al estar en un punto estratégicamente céntrico, permite ocupar al estado como un centro de redistribución nacional de droga hacia distintos puntos de la república.

Se presume según reportes emitidos por la Secretaría de Seguridad Pública, que Beltrán Leyva tenía pleno conocimiento de las ventajas estratégicas de la ubicación geográfica del estado de Morelos, razón suficiente para establecer su denominado bunker de operaciones, el cual fue cateado y clausurado al momento de su muerte en diciembre del 2009. La muerte del capo abrió paso a nuevos grupos delictivos para intentar hacerse del control y dominio de la plaza del estado, iniciando una de las épocas más violentas y sanguinarias que se recuerde haya vivido el estado desde los tiempos de la Revolución Mexicana en el estado, desembocando en un mar de violencia e inseguridad que sigue en la actualidad.

Ante la violencia e inseguridad instauradas en el estado, más los grupos delictivos operando con la mayor impunidad permitida posible, la población quedó a merced de ser víctimas en diversos ámbitos sociales. En concreto, la industria del comercio ha sido una de las más afectadas ante dicha situación; los recurrentes cobros de piso, las bajas ventas al igual que las escasas oportunidades laborales, han provocado en el sector empresarial daños que cada vez van en aumento, y que la realidad social objetiva indica que no se avecina una pronta solución al problema. Ante esta situación son cientos los negocios que han cerrado sus puertas ante el temor de ser víctimas del crimen organizado, en otros casos han abandonado el estado en busca de mejores opciones, y en el más lamentable de los casos son absorbidos por la dinámica del narcotráfico forzándolos a ser parte la cadena de distribución.

De acuerdo con Shedler (2015) las definiciones convencionales en la ciencia política hablan de guerras civiles cuando las confrontaciones entre un grupo armado y el Estado no llegan a una solución rápida y pacífica, basta con hacer referencia a las cantidades exorbitantes de personas afectadas producto de dicho enfrentamiento, no solo las muertes, también los desplazamientos forzados, las desapariciones forzadas, los secuestros y todo daño colateral que afecte a la sociedad civil, nos muestra que ya existe una guerra civil oculta en el tejido social.

El estado de Morelos no es ajeno a la problemática que vive todo el territorio nacional producto del narcotráfico, lamentablemente, hoy en día es común ver en los diarios noticias que involucran a la delincuencia organizada, crímenes a diario, ajustes de cuentas entre grupos criminales, narco mantas, entre otros; la situación con respecto a la inseguridad en el estado es cada vez más delicada, los cobros de piso son una

actividad ilícita que va en un aumento exorbitante, las peleas por las denominadas “plazas” entre grupos criminales, los cuales ejercen el trabajo de brazo armado de los distintos carteles que azotan el país, han provocado un terror en la población, una población que a diario vive en la incertidumbre de la vida cotidiana que se desarrolla en conjunto con la violencia producto de la delincuencia.

La actualidad en la economía morelense es que el narcotráfico está infiltrado en todos los sectores y todos los niveles socioeconómicos, la Plaza Lido no es ajena a dichas problemáticas y ante la incertidumbre y el abandono, la impunidad es libre de vivir en el ambiente.

## **1.6 El entorno ambiental de la Plaza Lido, su contexto social, político e identitario**

Según Shedler (2015) la presencia del narcotráfico en México puede ser vista como una especie de dictadura, en la cual, el dominio del gobierno está dividido entre los diferentes carteles que azotan no solo al territorio nacional, sino a varios países circundantes e incluso fuera del continente, es decir, la dictadura del narco no conoce de fronteras.

Debido a esta dictadura que imponen los grupos criminales del narcotráfico, se pierde el sentido del valor humano del individuo para convertirse en meras herramientas y fuerza de trabajo, dicho en otras palabras, el individuo pasa a ser un elemento desechable y fácil de reemplazar. *“En las dictaduras sabemos que los ciudadanos no son ciudadanos, son sujetos. No tienen voz ni voto. No eligen al dictador ni aprueban sus políticas. No tienen responsabilidad directa en la represión estatal. Son objetos de violencia, no sus ejecutores. De todos modos, aun en las dictaduras, los individuos son*

*más que víctimas pasivas del régimen. De muchas maneras pueden colaborar en su producción”* (Schedler, “En la niebla de la guerra. Los ciudadanos ante la violencia criminal organizada” Ciudad de México, CIDE Investigación e Ideas, 2da Edición, 2015:14)

Lo anterior mencionado por Schedler, es el reflejo mismo de la realidad que viven los comerciantes no solo de la Plaza Lido, es un saber popular entre los comerciantes del estado, que el cobro de piso por parte de grupos delictivos es la principal problemática que afecta directamente a la economía de la entidad, dicho factor aunado a la problemática del aumento estratosférico del comercio ambulante informal en diferentes puntos del estado, ha provocado que los comerciantes del estado sean desplazados de sus negocios, o en el caso menos fortuito, se convierten en un medio de producción del narcotráfico.

Ante dicha situación, la Plaza Lido presenta un ambiente hermético y reservado, según cifras del comité Pro Centro de Cuernavaca, en los primeros 6 meses del año 2019, las ventas han caído en un 300 %, lo que representa una cifra aproximada de 10 a 15 negocios al mes que clausuran actividades en el primer cuadro de la ciudad de Cuernavaca, siendo la inseguridad la principal razón del cierre definitivo de varios locales comerciales. Ante dicha situación, el panorama no es alentador si se toma en cuenta que la violencia es una situación que se ha normalizado al interior de la plaza como parte de la cotidianeidad, los factores políticos y sociales convergen en un mar de dudas por parte de los comerciantes de la plaza, quienes prefieren tomar conductas indiferentes ante la evidente situación de violencia que viven día con día, es decir, al aceptar la violencia

como algo normalizado dentro de su contexto, dejan de considerarlo como una amenaza latente con hechos aislados.

La influencia del espacio psicofísico en la plaza actualmente se puede observar y analizar desde distintos puntos de reflexión, a simple vista podemos observar el hermetismo que presenta el lugar en función de su estructura, no es de extrañarse que exista una sensación de encierro ya que el acceso mismo a la plaza es a través de pasillos, es decir, a pesar de ser un punto de acceso público y comercial, la estructura principal se encuentra rodeada por diversos elementos que bloquean los puntos de acceso a excepción de la zona norte, única sección con su entrada propia, de este modo concluimos que, los aparentes efectos de encierro aunados al uso de locales comerciales por parte de la delincuencia organizada, han sido determinantes para que en la actualidad exista una conducta temerosa e incierta, producto del deterioro ambiental de la plaza.

### ***1.6.1 Hechos delictivos del 8 de mayo de 2019 en el Centro Histórico de la ciudad de Cuernavaca***

Durante la mañana del 8 de mayo de 2019, en el zócalo de la ciudad de Cuernavaca se pretendía llevar a cabo una manifestación por parte de varios sectores comerciales del primer cuadro, esto con el objetivo de hacer un llamado a las autoridades para atender la problemática que viven los comerciantes del centro histórico, por ejemplo, inseguridad, competencia desleal, falta de apoyo en infraestructura y sobre todo las bajas ventas.

Aproximadamente a las 10 de la mañana se registró un atentado en contra del ciudadano Roberto Castrejón, personaje conocido como líder y representante social de

los comerciantes del centro histórico de Cuernavaca. A raíz de las heridas sufridas por impacto de bala, el Sr Castrejón perdió la vida unas horas más tarde en el nosocomio de la ciudad, el Hospital Dr. José Parres.

Derivado de dichos eventos, se generó un clima de temor, incertidumbre y aislamiento por parte de los comerciantes de la zona, incluidos los comerciantes de Plaza Lido, es por lo anterior mencionado que el instrumento no se pudo aplicar en el tiempo y forma previstos. Los comerciantes se negaban a responder cualquier tipo de encuesta o entrevista que tuviera relación con su actividad, el miedo a recibir represalias aunado a los hechos violentos generó una total desconfianza entre los locatarios, incluso un sector de la población se mostró descontenta con el hecho de ser cuestionados ya que aseguraban que existía un filtro de información, todo lo anterior con la intención de ligar los hechos delictivos con el curso de la investigación.

El hecho antes mencionado obligó a buscar nuevas alternativas para la aplicación de instrumentos y su interpretación, la investigación tomó un giro diferente en su curso a raíz de dicho evento, no sin antes mencionar que generó nuevas líneas de investigación, así como nuevos elementos y factores de análisis.

### ***1.6.2 Hechos delictivos del 10 de septiembre de 2019 al interior de la Plaza Lido y retiro del trabajo de campo***

Durante el curso del día de 10 de septiembre, nuevamente ocurrieron hechos lamentables que terminaron con la vida de dos personas al interior de Plaza Lido, una

vez más podemos constatar como la violencia que cimbra al estado de Morelos ha dejado una profunda brecha en el tejido social de la capital morelense.

Alrededor de las 15:00 horas del día antes mencionado, un grupo de tres personas ingresó a la plaza por la entrada ubicada en calle Guerrero del centro de Cuernavaca, según testigos, los integrantes de dicho grupo fueron los victimarios quienes al ingresar en la plaza, de inmediato se dirigieron directamente a la zona de los sanitarios, lugar en el cual se encontraban las dos víctimas dentro de un establecimiento que fungía como bodega, al cruzarse las dos partes de inmediato se escucharon varios disparos de arma de fuego dejando como resultado dos personas fallecidas en dicho lugar, así como una ola de pánico que se desató entre los locatarios debido a la situación. Al sitio acudieron elementos del Cuerpo Médico de Emergencias de la Cruz Roja, elementos de la Policía del Estado de Morelos, así como peritos forenses de dicha organización; los primeros solo realizaron los procesos protocolarios para determinar la muerte de ambas víctimas, a su vez, los cuerpos periciales encontraron varios casquillos de bala de arma de fuego de calibres 9 y 22 milímetros. Al interior del local donde se llevó a cabo el crimen se encontraron según los reportes policiales, varios paquetes en pequeñas bolsas de plástico con diferentes tipos de droga como “cristal, tachas y cocaína” de igual manera se encontró un recipiente con marihuana en su interior.

Derivado del hecho antes mencionado junto a los no menos lamentables hechos del día 8 de mayo de 2019, la dinámica para poder realizar el trabajo de campo se vio severamente afectada; entre las principales problemáticas que se presentaron se encuentran: total y absoluto rechazo a brindar cualquier tipo de información a cualquier persona desconocida o ajena a la plaza, cuestionar la constante presencia que se tenía

en el lugar y el gran hermetismo con el que manejan la información al interior de la plaza, entre otros. Dichas problemáticas junto con la desconfianza y la incertidumbre que se viven al interior de la plaza crearon una situación en el que se considera al investigador como una amenaza latente. Dicha situación junto a la no menos importante condición económica que atraviesa la plaza concluyó que el lugar para realizar el trabajo de campo perdiera gran parte de la viabilidad para llevarse a cabo.

Debido a las problemáticas suscitadas, y ante la situación de riesgo inminente al recolectar información, se optó por no volver a la plaza por cuestiones de seguridad e integridad.

## **Capítulo 2.- Marco Teórico**

En este segundo capítulo, se abarcan las teorías que fundamentan lo propuesto en la presente investigación, la cual, tiene entre sus objetivos particulares determinar los factores psicosociales y psicoambientales que conforman las representaciones sociales al interior de la Plaza Lido, por este motivo se eligió la psicología ambiental como disciplina base, analizar los factores psicoambientales, y la teoría de las representaciones sociales para el análisis de los actores psicosociales.

En cuanto al análisis de los factores psicoambientales se refiere, se toma como referencia el trabajo de Charles J. Holahan en *Psicología Ambiental: Un enfoque general* (2000), trabajo en el que se describe de manera precisa las posibles formas de conducta, y cómo estas se definen a partir de un espacio físico con características específicas, como lo es Plaza Lido. Para el análisis de los elementos de las representaciones sociales, se eligió la Teoría de las Representaciones Sociales propuesta por Serge Moscovici (1967) así como el enfoque urbano de las representaciones sociales propuesto en el trabajo Jodelet (1984). Con el objetivo de encontrar un elemento propio de las representaciones sociales del lugar, el cual, contara con características únicas, observables y en su caso medibles, se optó por incorporar el concepto de distinguibilidad propuesto por Gilberto Giménez (1997).

### **2.1 De la psicología ambiental**

La psicología ambiental es una de las más recientes ramas de la psicología encargada de estudiar las relaciones del individuo con el entorno físico, a través de procesos psicológicos como la percepción, el aprendizaje y la cognición, entre otros.

La psicología ambiental representa un intento de la psicología por ubicar al sujeto en un contexto más amplio que el del simple trabajo explicativo de los procesos individuales, para incorporarlo en el plano de su relación con el ambiente complejo, como es el caso de la ciudad y ofrecer explicaciones a fenómenos tales como las actitudes y formas de incorporación al entorno urbano.

Lograr una definición concreta de Psicología Ambiental es tema de gran complejidad. En la práctica, la psicología ambiental presenta ciertas dificultades avaladas por varias constataciones que afectan al propio contenido de la definición, esto debido a parte de la subjetividad que presenta el método de la psicología ambiental, ya que existen ciertos elementos que por su naturaleza interpretativa de tipo cualitativo entra en conflicto con la rigidez de las ciencias exactas.

Es importante mencionar, su ubicación fronteriza con otras disciplinas la sitúa en un área de difícil delimitación por lo que se refiere a un campo de investigación coherente (Stokols, 1995). Resultado de ello es que la participación interdisciplinar es considerada generalmente como uno de los rasgos definidores de la propia Psicología Ambiental (Holahan, 1982; Proshansky, 1990).

De igual manera es importante mencionar el hecho de que la Psicología Ambiental, como ámbito disciplinar, tiene una historia no extensa. Su consolidación se produce alrededor de la década de los años 60 y, por lo tanto, la denominación que apunta Wohlwill (1970) como "área de embrión" puede, en buena medida, mantener su vigencia actualmente, al menos por lo que se refiere a un campo de investigación diferenciado a nivel teórico (Ittelson, 1995).

Los estudios pioneros y la tradición investigativa en psicología ambiental encuentran sus cimientos en las aproximaciones conductuales, realizadas en la primera

mitad del siglo XX, interesadas en desarrollar el modelo Estímulo-Respuesta alrededor del desempeño de los sujetos en ambientes específicos.

Desde sus inicios y por su carácter eminentemente aplicado, se ha definido por un marcado pragmatismo, por el estudio y la resolución de aspectos concretos y por una predisposición abierta al abordaje de nuevas cuestiones ambientales que se han ido suscitando al generarse nuevas demandas sociales respecto al tema, actualmente, dichas demandas obedecen a la necesidad primaria del respeto al derecho a un ambiente que propicie la salud tanto a nivel individual como colectivo.

Por último, la disciplina se ha caracterizado por una multiplicidad de enfoques, tanto teóricos como metodológicos y de ámbitos de aplicación que a menudo dificultan una visión integrada y unitaria de la materia, aunque, una vez más, la multiplicidad metodológica sea asumida como una característica propia (Holahan, 1982; Altman, 1990).

Actualmente, el conjunto de aportaciones concretadas a la Psicología Ambiental permite que tengamos a nuestra disposición un considerable número de definiciones de esta disciplina. Entre las definiciones al uso, varios autores se refieren a su objeto en términos de búsqueda y análisis de las relaciones o interrelaciones entre las personas y los entornos físicos (Holahan, 1982, 1986; Stokols y Altman, 1987; Proshansky, 1990) o específicamente respecto a los entornos construidos (Proshansky, 1976). Otras definiciones (Canter y Craik, 1981) focalizan su atención en el estudio de las transacciones entre acciones y experiencias humanas y los aspectos pertinentes del espacio sociofísico, adoptando un enfoque más social de la disciplina. Por último, citaremos la definición que ofrecen Stokols y Altman en la introducción al *Handbook of*

*Environmental Psychology* según la cual, Psicología Ambiental se refiere al "estudio de la conducta y bienestar humanos en relación con el entorno sociofísico" (Stokols y Altman, 1987, p. 1).

Una forma de sintetizar los elementos básicos de la psicología ambiental y que a su vez sirven de punto de partida para el trabajo multidisciplinar (Artes, Cultura, Sociedad) se presentan de la siguiente manera:

- El énfasis en la conexión entre la Psicología Ambiental y la Psicología Social se encuentra en los procesos psicosociales (Canter, 1988).
- La multiplicidad de formas de entender las relaciones entre las personas y los entornos físicos, tanto en espacio como imagen.
- La necesidad de atender, como señala Proshansky (1990) a varios niveles de análisis: un nivel individual, un segundo grupal y un tercero referido a grandes grupos de personas o comunidades.
- La necesaria ubicación de la Psicología Ambiental en un ámbito multidisciplinar, sin dejar de lado su propia identidad, ocupando un lugar específico y diferenciado dentro de las ciencias socioambientales.

De esta manera puede entenderse la Psicología Ambiental como la disciplina que tiene por objeto el estudio y la comprensión de los procesos psicosociales derivados de las relaciones, interacciones y transacciones entre las personas, grupos sociales o comunidades y sus entornos sociofísicos. Como disciplina científica comparte con otras disciplinas un campo de estudio común configurado por el conjunto de fenómenos que implican directamente a las personas con sus entornos.

### **2.1.2 Psicología Ambiental en la actualidad**

A pesar de la multiplicidad de definiciones, orientaciones, metodológicas y de investigación, la Psicología Ambiental actual comparte una serie de características o puntos de encuentro:

1. Enfoque holístico, molar, tanto de la persona como del entorno.
2. Consideración del rol activo de la persona en su relación con el entorno.
3. Multiplicidad de métodos de investigación, así como de técnicas de recogida y análisis de datos, consecuencia de la complejidad de los fenómenos objeto de estudio.
4. Carácter necesariamente interdisciplinar.
5. Ampliación de los ámbitos de investigación. Además de los ya clásicos referidos a la ciudad y entornos concretos (hospitales, lugares de trabajo, escuelas, etc.) la psicología ambiental actual toma como ámbito los entornos naturales, así como temas referidos a comportamientos proambientales, marketing y gestión ambiental, etc.
6. Tendencia creciente a centrarse en los aspectos sociales por encima de los meramente individuales.
7. Mayor énfasis en las perspectivas organísmica y, especialmente, transaccional, intentando superar las dificultades teóricas, epistemológicas y metodológicas que esta última plantea.

Así, Proshansky (1990) hace notar cómo actualmente profesionales provenientes de la arquitectura, la geografía, el diseño, las artes o la planificación social, así como de la psicología, se definen ellos mismos como psicólogos ambientales.

### ***2.1.3 La apropiación del espacio físico y simbólico desde la psicología ambiental***

Uno de los aspectos claves que giran en torno a la psicología ambiental tiene que ver con la apropiación del espacio, y más aún en una época en la que la alienación o el extrañamiento frente a ciertos espacios de interrelación se han transformado en el pan de cada día en la cotidianidad de las personas.

En ese orden de ideas la Psicología Ambiental nos invita a pensarnos un tanto más a fondo el tema de la apropiación del espacio, analicemos lo siguiente: al momento de estar en un sitio que nos es ajeno a nuestra vida cotidiana como una cafetería no hay nada más cómodo para el usuario que “relajarse” y crear su propio concepto del lugar y el espacio, razón por la cual se elige el lugar; en otras palabras a formar una representación de apropiación de ese espacio y en definitiva sentirse bien consigo mismo en ese lugar. Para la presente investigación el consumidor actúa como participante observador directo e indirecto, ya que se crea un concepto propio de la plaza como referente de comercio, y de igual manera crea un concepto a partir de la influencia del lugar y los comerciantes.

Es muy propio del ser humano el querer retornar a espacios que han sido gratos con anterioridad debido a una experiencia que se vivió en aquella zona, un punto a favor en lo que respecta al apego o apropiación de espacios, fundamento más que básico para quienes se encargan de, por ejemplo, mejorar la productividad de los trabajadores, diseñar aulas de clase para los estudiantes e incluso siguiendo la temática de Plaza Lido como un espacio unificado, los encargados de diseñar, mantener y mejorar la imagen de la plaza.

Finalmente podemos concluir que de igual manera para la Psicología Ambiental los contenidos simbólicos que el espacio ejerce sobre las representaciones sociales y el modo de comprensión de la persona son ejes sobre los que se ajustan una serie de bases o columnas en las que se tiende a reforzar o desforzar un modo de interpretación del mundo, ya sea por ejemplo para promover la productividad en el trabajo de apropiación del espacio, producción de la imagen o en su defecto a obtener resultados contrarios, como una imagen de rechazo y de representaciones negativas.

Para la plaza desde la psicología ambiental, podemos analizar el fenómeno del espacio y la apropiación de este en función de las imágenes conductuales y cómo se perciben. Por una parte, podemos observar una estructura física caracterizada por el encierro, según Holahan (2006) los ambientes altamente personalizados reflejan los intereses, opiniones y personalidades de sus ocupantes, con base en esta premisa, podemos observar y distinguir la posibilidad de un espacio altamente apropiado, asociados en su mayoría los comercios que ofrecen servicios personalizados, y los espacios con detalles mínimos de apropiación de espacio, cubriendo únicamente los elementos necesarios para el ejercicio de compra venta.

La variedad de imágenes conductuales que se presenta en la plaza con ambientes y simbolismos genera lo que se conoce como *situación de conducta*, la cual de acuerdo con Barker y Wright (1955) se caracteriza por presentar un patrón particular de conducta junto con las características ambientales y temporales que lo rodean, en este sentido, las imágenes conductuales que se presentan en dichas situaciones se pueden observar cómo se encuentran influenciadas por su apropiación del espacio dentro de la plaza, y la

significación del espacio mismo en su cotidianeidad tanto individual como colectiva, siendo el ambiente el regulador de dichos comportamientos.

## **2.2 De las Representaciones Sociales de Moscovici**

El concepto de Representación Social fue acuñado por Serge Moscovici en su libro *El psicoanálisis, su imagen y su público*, publicado en el año de 1961 por Presses Universitaires de France y fue hasta el año de 1979 cuando su versión castellana vio la luz de la mano de Editorial Huemul de Buenos Aires, Argentina. En el trabajo de Moscovici se muestran las particularidades de su ya nombrada teoría de las representaciones sociales, y cómo un nuevo campo de estudio de las ciencias sociales apareció a la vista de todos los investigadores en algo tan cotidiano como lo es el conocimiento popular.

Para Moscovici, los orígenes del concepto *Representaciones Sociales* descansan en la noción de Emile Durkheim de Representaciones Colectivas. Para Durkheim, la sociedad requiere de un pensamiento organizado que permita la integración colectiva. Las representaciones colectivas condensan la forma de pensamiento que domina en una sociedad y que se difunde entre todos sus integrantes. El individuo se forma como persona mediante la incorporación de este pensamiento colectivo, constituido por normas, valores, creencias, mitos, entre otros factores, todos con características propias del contexto social, el colectivo necesita lo individual para construirse y el individuo a su vez lo necesita para reafirmarse como parte del grupo a través de la otredad.

Las representaciones colectivas son el pensamiento social incorporado en cada una de las personas con una particularidad específica. Sin embargo, Moscovici considera

que en la sociedad contemporánea las variantes del pensamiento social son cualitativamente distintas a las de otro tipo de sociedades. La vida social necesita de un pensamiento organizado, pero para Moscovici, Durkheim no analizó las distintas formas de pensamiento organizado. Situación que resulta en enunciar que no todas las formas de pensamiento organizado son representaciones sociales. De igual forma, no toda producción humana es equivalente, la existente diferencia histórica que existe entre el mito y la ciencia, y que a su vez tienen la religión como un tercero en discordia, resulta en una gran posibilidad de combinación de factores psicosociales y psicoambientales que resultan en los elementos organizados que menciona Moscovici como necesarios para la producción correcta de las representaciones sociales. El concepto de representación colectiva integra todas estas producciones intelectuales y humanas, pero no son similares, es por este motivo que Moscovici le dio un giro al concepto de representación colectiva considerando la peculiaridad de la sociedad moderna, específicamente de la sociedad francesa posterior a la segunda guerra mundial. Si el mito era, para las personas de las sociedades llamadas premodernas, su conocimiento total, las representaciones sociales son, para la persona contemporánea, sólo una vía para captar el mundo concreto, porque hay otras formas que no son representaciones sociales, por ejemplo como se mencionó previamente la religión, el mito, la ciencia, integrando las nuevas formas de representaciones sociales y colectivas de la posmodernidad, como lo son las redes sociales y el ciber espacio en la actualidad. Las representaciones sociales son producto de la sociedad contemporánea industrial, una sociedad que actualmente vive la época del hiperconsumo, situación que se ve reflejada en los modos de producir representaciones sociales en un modelo económico capitalista y conectado a través de la tecnología global. Moscovici no considera que alguna

producción humana esté por encima de otra, simplemente indica que se trata de elaboraciones distintas y que, en la sociedad contemporánea posmoderna, la ciencia invade al pensamiento de la persona ordinaria y cotidiana, generando de este modo la singularidad característica del nuevo sentido común, el conocimiento ordinario, el conocimiento popular.

### **2.2.1 De las representaciones sociales de Jodelet**

De acuerdo con Jodelet (1984), las representaciones sociales corresponden a una forma específica de conocimiento, el conocimiento ordinario, que es incluido en la categoría del sentido común y tiene como particularidad la de ser socialmente construido y compartido en el seno de diferentes grupos. Esta forma de conocimiento tiene una raíz y un objetivo práctico: apoyándose en la experiencia de las personas, sirve de referencia de lectura de la realidad y de guía de acción en la vida práctica y cotidiana.

“Representar es sustituir a estar en lugar de. En este sentido, la representación es el representante mental de algo: objeto, persona, acontecimiento, imagen, etc. Por esta razón, la representación está emparentada con el signo, con el símbolo” (Jodelet, “La representación social. Fenómenos, concepto y teoría” Barcelona, Paídos, 1984: 475).

Kevin Lynch (1998) propone algunos conceptos clave como punto de referencia, entre ellos, **imagen pública**, **observadores participantes**, **identidad** y las **unidades de la imagen**.

La representación simbólica que cubre la plaza alcanza dimensiones que incluso pueden rebasar lo estipulado por las leyes, es decir, en dicha plaza se puede comprar diversos

productos que no están dentro del marco legal, aún con esta situación, algunos de estos productos se encuentran a la vista del público como parte de la venta cotidiana de los comerciantes.

A través de la noción de observador participante (comerciantes y consumidores) es posible construir la idea de un sujeto protagonista de la imagen no solo como una representación si no como un productor directo, en este caso siendo un consumidor de la imagen.

En la Plaza Lido podemos observar como aparentemente las representaciones sociales entre los comerciantes se encuentra influenciada por el giro comercial, a pesar de ser un ambiente de comercio colectivo, existe una dinámica de conocimientos ordinarios integrados por la experiencia y cotidianeidad de sus integrantes de forma aislada e independiente entre varios grupos. La imagen pública que se presenta del lugar contiene pocos simbolismos que puedan asociarse con la dinámica social del lugar, Jodelet (1984) menciona que la representación social es la representación social de algo, por lo que partiendo de dicho concepto resulta interesante observar y analizar cómo socialmente se ha construido una dinámica de representaciones sociales segmentadas, en las que su experiencia se encuentra representada a través de los comerciantes que operan dentro del marco de la legalidad y quienes lo hacen fuera de este, sin embargo, el usuario si tiene la posibilidad de unificar los elementos y crear su propia interpretación de la representación social.

### **2.3 De la identidad como distinguibilidad**

De acuerdo con Gilberto Giménez, para lograr una aproximación al concepto de identidad, es necesario situar la problemática de la identidad en la intersección de una teoría de la cultura y de una teoría de los actores sociales; concebir la identidad como elemento de una teoría de la cultura distintivamente internalizada como “habitus” (Bourdieu, 1979, 3-6) o como “representaciones sociales” (Abric, 1994, 16) por los actores sociales, sean estos individuales o colectivos. De este modo, la identidad no sería más que el lado subjetivo de la cultura considerada bajo el ángulo de su función distintiva. La guía más sencilla para adentrarse en la problemática de la identidad quizás sea la que parte de la idea misma de distinguibilidad. En efecto, la identidad se atribuye siempre en primera instancia a una unidad distinguible, cualquiera que ésta sea como grupo o como individuo que forma parte de la sociedad. Las cosas sólo pueden ser distinguidas, definidas, categorizadas y nombradas a partir de rasgos objetivos observables desde el punto de vista del observador externo, que es el de la tercera persona. Dicho de otro modo, las personas no sólo están investidas de una identidad numérica, como las cosas, sino también de una identidad cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social (Habermas 1987, II, 145).

Es importante remarcar, que no basta que las personas se perciban como distintas bajo algún aspecto. También tienen que ser percibidas y reconocidas como tales. Toda identidad (individual o colectiva) requiere la sanción del reconocimiento social para que exista social y públicamente.

Para una aproximación más detallada al concepto de identidad, Giménez sugiere la tipología de Alberto Melucci (1991) quien elaboró una tipología elemental que distingue analíticamente cuatro posibles configuraciones identitarias:

**1.- Identidades Segregadas:** Se observa cuando el actor se identifica y afirma su diferencia independientemente de todo reconocimiento por parte de otros.

**2.- Identidades Hetero-Dirigidas:** Se observa cuando el actor es identificado y reconocido como diferente por los demás, pero él mismo posee una débil capacidad de reconocimiento autónomo.

**3.- Identidades Etiquetadas:** Se observa cuando el actor se auto identifica en forma autónoma, aunque su diversidad ha sido fijada por otros.

**4.- Identidades Desviantes:** Se observa cuando en cuyo caso “existe una adhesión completa a las normas y modelos de comportamiento que proceden de afuera, de los demás; pero la imposibilidad de ponerlas en práctica nos induce a rechazarlos mediante la exasperación de nuestra diversidad”.

Esta tipología de Melucci reviste gran interés, no tanto por su relevancia empírica, sino porque ilustra cómo la identidad de un determinado actor social resulta, en un momento dado, de una especie de transacción entre auto y hetero reconocimiento. La identidad concreta se manifiesta, entonces, bajo configuraciones que varían según la presencia y la intensidad de los polos que la constituyen. De aquí se infiere que, propiamente hablando, la identidad no es una esencia, un atributo o una propiedad

intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional. Es la autopercepción de un sujeto en relación con los otros; a lo que corresponde, a su vez, el reconocimiento y la “aprobación” de los otros sujetos. En suma, la identidad de un actor social emerge y se afirma sólo en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, la cual frecuentemente implica relación desigual y, por ende, luchas y contradicciones.

### ***2.3.1 La distinguibilidad cualitativa***

Dijimos que la identidad de las personas implica una distinguibilidad cualitativa (y no sólo numérica) que se revela, se afirma y se reconoce en los contextos pertinentes de interacción y comunicación social. La idea misma de “distinguibilidad” supone la presencia de elementos, marcas, características o rasgos distintivos que definan de algún modo la especificidad, la unicidad o la no sustituibilidad.

El concepto de “representación social” ha sido desarrollado a través de las últimas décadas por la escuela europea de psicología social, recuperando y operacionalizando un término de Durkheim por mucho tiempo olvidado y encontrado por Moscovici. Se trata de construcciones sociocognitivas propias del pensamiento ingenuo o del “sentido común”, que pueden definirse como “conjunto de informaciones, creencias, opiniones y actitudes a propósito de un objeto determinado” (Abric, 1994, 19). Las representaciones sociales serían, entonces, “una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, y orientada a la práctica, que contribuye a la construcción de una realidad común a un conjunto social” (Jodelet, 1989, 36). Las representaciones sociales así definidas, siempre socialmente contextualizadas e internamente estructuradas sirven

como marcos de percepción, de interpretación de la realidad y también como guías de los comportamientos y prácticas de los agentes sociales. De este modo los psicólogos sociales han podido confirmar una antigua convicción de los etnólogos y de los sociólogos del conocimiento: los hombres piensan, sienten y ven las cosas desde el punto de vista de su grupo de pertenencia o de referencia. Las categorías sociales han sido definidas por Merton como “agregados de posiciones y de estatutos sociales cuyos detentores (o sujetos) no se encuentran en interacción social; éstos responden a las mismas características (de sexo, de edad, de renta, etc.), pero no comparten necesariamente un cuerpo común de normas y valores” (Merton, 1965, 249).

## **2.4 De la percepción**

La percepción es el proceso cognitivo mediante el cual podemos realizar una abstracción de la realidad a través de la experiencia, según Carterette y Friedman (1982), es una parte esencial de la conciencia, es la parte que consta de hechos intratables y, por tanto, constituye la realidad como es experimentada. Esta función de la percepción depende de la actividad de receptores que son afectados por procesos provenientes del mundo físico. La percepción puede entonces definirse como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad del sujeto.

La percepción según Barthey (1982) no se usa solo en la psicología, sino que también es un concepto cuyos diversos significados son parte de la cotidianidad del ser

social. De acuerdo con Barthey (1982) la definición que se encuentra en el diccionario puede resumirse en los siguientes conceptos:

- “La percepción es cualquier acto o proceso de conocimiento de objetos, hechos o verdades, ya sea mediante la experiencia sensorial o por el pensamiento; es una conciencia de los objetos, un conocimiento”
- “La percepción es la referencia que una sensación hace a un objeto externo”
- “Un conocimiento inmediato o intuitivo, o juicio; un discernimiento análogo a la percepción sensorial con respecto a su inmediatez y al sentimiento de certidumbre que lo acompaña, frecuentemente implica una observación agradable o una discriminación sutil”.

En el contexto de la Plaza Lido y sus ocupantes, existe una dicotomía entre lo que se interpreta a partir de la abstracción de la realidad por cada una de las partes (comerciantes, usuarios) y la imagen conductual que se percibe de desde las dos partes involucradas en el ejercicio del comercio. Por el lado de la percepción que se tiene de la realidad del comerciante, existe una contradicción entre describir su ambiente como negativo debido a que el entorno presenta dificultades para un desarrollo social sano, sin embargo, de igual manera perciben el ambiente como el adecuado para el ejercicio del comercio, la percepción de los comerciantes de la plaza como un lugar inseguro en el que la violencia se ha normalizado ya que su experiencia lo habla como una percepción de la imagen conductual recurrente del lugar. Por su parte los usuarios de igual manera perciben el lugar como inseguro, donde existe un riesgo constante y presencia de agentes delictivos en la zona, sin embargo, al igual que los comerciantes, los usuarios perciben el lugar como una opción de compra a pesar de los posibles actos de ilegalidad

preceden a algunos productos que se ofertan al interior de la plaza. De esta manera podemos observar cuestionar y analizar cómo el ambiente influye en la percepción de la imagen conductual, y su inferencia en las formas de percibir las representaciones sociales del entorno.

### **Capítulo 3.- Método y desarrollo**

En un inicio se pretendió realizar un proceso de investigación de corte mixto, la idea de utilizar metodologías tanto cualitativas como cuantitativas tenía como objetivo utilizar los datos duros del comercio (costos, impuestos, ventas, giro, etc.) y realizar un proceso de análisis en conjunto con los datos interpretativos propios del método cualitativo, para de esta manera determinar si existe una correlación entre dichos elementos y los factores psicosociales y psicoambientales al interior de la plaza.

Ante ciertos eventos inesperados que infieren directamente en la integridad física y emocional de los participantes, y al no darse las condiciones necesarias de seguridad para realizar el trabajo de campo planeado, fue necesario realizar un trabajo de readaptación de la dirección que seguiría la investigación, el proceso tomó un rumbo de corte cualitativo en su mayoría, no sin antes tomar en cuenta los datos que fueron posibles obtener en la etapa de piloteo, con el objetivo de utilizarlos como referencia en el proceso de análisis, de igual manera, el instrumento de medición fue removido debido

a que no fue posible realizar su aplicación, sin embargo, la técnica de recopilación de datos que requiere dicho instrumento fue la que se aplicó a lo largo del proceso de investigación. Para dicha readaptación se optó por la técnica de la entrevista, la cual, fue realizada dentro de las condiciones adecuadas sin poner en riesgo la integridad de ninguno de los participantes; para el análisis de la información de dicha entrevista se optó por el método de la *teoría semántica*, la cual, al considerar el discurso como su principal punto de análisis por su naturaleza lingüística, representa el método ideal para la aplicación de la interpretación que en conjunto con el método de la *teoría fundamentada*, nos permite realizar un análisis en conjunto del discurso y los datos recolectados.

### **3.1 Metodología general**

Se pretende generar una línea de aplicación de conocimientos multidisciplinarios (Arte, Sociología, Psicología, entre otras) a través de una metodología de investigación de corte cualitativo. Se propone un enfoque mixto secuencial debido a la naturaleza del posgrado y del presente proyecto, el cual, de acuerdo con Hernández Sampieri (2014) al ser de carácter multidisciplinario maneja diversos valores y aproximaciones al objeto de estudio. Con un diseño que consiste en integración múltiple, tomando una muestra aleatoria de tamaño representativa (integrada por comerciantes dentro de Plaza Lido) y una muestra pequeña (integrada por personas que conozcan Plaza Lido) para comparar el nivel de apropiación simbólica de las representaciones sociales por parte de los comerciantes y su influencia en las prácticas sociales.

### **3.2 Hipótesis**

**H1:** Existe un vínculo entre las representaciones sociales y la producción de la imagen de Plaza Lido que influye en las prácticas sociales de los comerciantes.

**HO:** No existe un vínculo entre las representaciones sociales y la producción de la imagen de Plaza Lido que influye en las prácticas sociales de los comerciantes.

### **3.3 Teoría Fundamentada**

Se eligió el método de la teoría fundamentada para el análisis debido a su naturaleza de conexión directa con los datos. La teoría fundamentada se originó con el trabajo de Barney Glaser y Anselm Strauss publicado en el libro *The Discovery of Grounded Theory* del año 1967 mientras colaboraban en la Escuela de Sociología de Chicago, trabajo que se vio fuertemente influenciado por el desarrollo del interaccionismo simbólico suscitado a principios del siglo XX. Dicha teoría se encuentra enfocada en el método de investigación cualitativa, este método de investigación es popular en varias disciplinas científicas no solo las sociales. Este enfoque de investigación requiere un acercamiento íntimo con objeto de estudio ya que más allá de los datos recolectados se analizan las acciones generadas por el mismo, en la teoría fundamentada no se pretende controlar variables sino entender por qué ocurren los eventos sociales y como se perciben desde la perspectiva de las personas involucradas en esta situación, de igual manera, al momento de escuchar los testimonios, se deben evitar imperativamente los prejuicios personales ya que esto puede restringir la historia y su significado, generando un sesgo de confiabilidad en los datos. Durante el proceso de investigación, la experiencia y como

esta se percibe es la base para realizar el análisis, el procesamiento de datos requiere la deconstrucción de los datos, la comparación constante y la reconstrucción de estos. El propósito de la teoría fundamentada se encuentra en la interpretación de las propias vivencias de las personas que generalmente son objeto de estudio.

Al dividir este método de investigación por etapas, generamos la posibilidad de describir las causa y factores que generan los eventos y las situaciones de estudio, para posteriormente dar paso al proceso de codificación abierta dividida en categoría y muestreo abierto, con el objetivo de indagar a profundidad en busca de descubrimientos con la mayor precisión posible. El ordenamiento conceptual de la teoría fundamentada consiste en, la codificación axial y el muestreo de incidentes y eventos, estas etapas, como en todo el planteamiento de dicha teoría, se vinculan a inferir más allá del simple testimonio del objeto de estudio, se relaciona las categorías de investigación con todos los antecedentes del tema de estudio. Finalmente, se encuentra el esquema teórico, se explica la codificación selectiva y el muestreo discriminado en estas subetapas y se explican los comportamientos del objeto de estudio y se plantea la pregunta sobre las causas del fenómeno para realizar el análisis comparativo.

De acuerdo con Strauss y Corbin (2002), la aplicación de la teoría fundamentada para el análisis en la investigación cualitativa, no se deben seguir las partes del proceso como si fuesen mandamientos dogmáticos, al contrario, invita al investigador a aplicar la libertad del pensamiento usando como guía las técnicas que los autores sugieren para la comprensión de la realidad social

A continuación, se describen los tres elementos más importantes para considerar como guía durante el proceso metodológico de la teoría fundamentada con base a la

propuesta Strauss – Corbin. “La teoría fundamentada no es una teoría, sino una metodología para descubrir teorías que dormitan en los datos” (Strauss, 2004:51).

**Descripción:** uso de palabras para expresar imágenes mentales de un acontecimiento, un aspecto del panorama, una escena, experiencia, emoción o sensación; el relato se hace desde la perspectiva de la persona que realiza la descripción.

**Ordenamiento conceptual:** organización (y si es el caso, clasificación) de los datos, de acuerdo con un conjunto selectivo y especificado de propiedades y sus dimensiones.

**Teoría:** conjunto de conceptos bien desarrollados vinculados por medio de oraciones de relación, las cuales juntas constituyen un marco conceptual integrado que puede usarse para explicar o predecir fenómenos.

Es importante comprender que la descripción es la base de interpretaciones más abstractas de los datos y de construcción de teoría, aunque no necesariamente ha de ser así. La descripción, por su propia naturaleza, incorpora conceptos, al menos de manera implícita que se desarrollan y se conjugan con cada elemento del proceso de investigación de manera constante.

Si bien es cierto que Strauss y Corbin (2002) mencionaron que no es dogmático seguir las partes del proceso, es imperativo cumplir con los elementos básicos para la aplicación e interpretación de la teoría. Dichos elementos se dividen en cuatro apartados, la codificación abierta de los datos o información, la codificación axial de la información,

codificación selectiva y la matriz condicionada, los cuales, en conjunto permiten formular una posible interpretación de la realidad basada meramente en la experiencia de los participantes. Dicha interpretación se realiza a partir de la observación como técnica de recolección de datos.

### **3.4 Técnica de recopilación de datos Exploración de Factores Psicosociales**

El instrumento es una adaptación de un diseño previo de Juárez-García, A., Flores Jiménez, C. A. y Hindrichs, I. Publicado en Exploración de factores psicosociales del trabajo mediante una técnica de análisis mixto: La transformación de categorías en variables, I. Hindrichs (coord.), Entre el campo y la teoría. Estrategias de categorización inductiva y deductiva en investigación cualitativa, México, El Colegio Mexiquense (2019).

La adaptación se llevó a cabo considerando tres elementos básicos para su categorización, el comercio como fuente de trabajo, la autopercepción y el trabajo informal. Una vez analizadas las categorías que se mencionaron anteriormente, se dio paso a la redacción adaptada al contexto donde se aplicará el instrumento.

Se respetaron las categorías de escala Likert a 5 niveles para su análisis cuantitativo, así como las categorías de las preguntas, con el objetivo de conocer con mayor detalle el sentir y la percepción de los comerciantes dentro de su ambiente laboral. Las preguntas son abiertas para no inferir en respuestas positivas o negativas, se pretende

que sea el propio participante de la encuesta quien genere los datos a analizar, no existen respuestas buenas o malas.

Finalmente, al no presentarse las condiciones de seguridad necesarias para aplicar el instrumento adaptado de manera adecuada, se recurrió a utilizar la información del pilotaje de recopilación de datos.

### **3.5 Alea lacta Est y Readaptación**

De acuerdo con Morin, el azar juega un papel de suma importancia en el proceso de investigación científica, en una primera instancia parece una contradicción misma del método científico como tal, sin embargo, en el caso de las ciencias sociales no es posible tener un control al cien por ciento de nuestras variables, así como del entorno. Para explicar más a detalle la importancia de la influencia del azar haremos referencia a la frase en latín “Alea lacta Est “que se puede interpretar como “ los dados han sido lanzados “, es por lo anterior que la investigación tomo un giro de gran magnitud, obligando al proceso de investigación a tener nuevos factores a considerar.

En un principio se consideró que la opción más viable sería tomar los datos que se obtuvieron en las pruebas de pilotaje del instrumento de medición que se pensaba aplicar, para de este modo, dar paso a realizar un trabajo etnográfico que concluyera con un resultado de análisis de los datos que fueron posibles recabar, sin embargo, para efectos de la hipótesis planteada es necesario tener un elemento que pueda legitimar las representaciones sociales dentro de la Plaza Lido.

Ante dicha situación, y tras realizar un análisis de opciones para recabar información se concluyó que la mejor opción es indagar en las perspectivas que tiene el público consumidor a través de su percepción con respecto a los comerciantes de la Plaza Lido; el comerciante necesita un complemento para llevar a cabo el proceso social de compra venta, y no existe nada más que el comprador. Es gracias a la perspectiva del comprador que podemos analizar los efectos de **las representaciones sociales** por parte de los comerciantes, y que se reflejan a través de la percepción de los consumidores. Es importante mencionar que esta misma perspectiva de la percepción del comprador nos permite realizar un análisis utilizando todos los elementos planteados en el marco teórico, según Giménez la **distinguibilidad** puede ser individual o colectiva, e implica una conducta específica que se lleva a cabo durante el proceso de compra venta, de igual manera, el espacio en que se desarrolla dicho proceso puede ser teorizado de acuerdo con los apartados previamente mencionados de la **psicología ambiental**.

Según Jodelet, la representación social, al ser un conocimiento de carácter ordinario, que parte del sentido común y que sirve como referencia de la realidad que representa la práctica de la vida cotidiana, puede analizarse en este caso desde la perspectiva del comprador, ya que al tener referencias del proceso de compra venta desde diferentes perspectivas a partir de su experiencia, este mismo puede describir cómo percibe al comerciante, ya que como se ha mencionado, el elemento más importante para el comerciante es el comprador. En cuanto a la distinguibilidad y el espacio físico, el comprador puede determinar cómo percibe dichos elementos, ya que la distinguibilidad del comerciante puede ser percibida a través del comprador, y el

proceso de interacción de la compra venta se lleva a cabo en un espacio delimitado con características específicas que el comerciante ofrece y el comprador elige.

Como ya se ha mencionado, añadir el concepto de **percepción** como parte de la investigación, nos permite comprender la mirada alternativa del opuesto al comerciante. Dicho concepto nos permite comprender otro elemento importante como lo es la **imagen conductual**, dicha imagen se crea a partir de la percepción, y consta de la unión de varios elementos como lo son: experiencias previas, motivaciones e intereses personales y juicios de valor, entre otros.

Para poder llevar a cabo la recopilación de datos a partir de la percepción de los compradores, se realizó un ajuste al marco teórico de la investigación incluyendo un apartado de percepción y sus tipos. Tomando datos previos del primer pilotaje se construyó un cuestionario para un segundo pilotaje, el cual consta de 5 preguntas semi estructuradas, con el objetivo de conocer la percepción en términos generales que tienen los compradores con respecto a la Plaza Lido.

### **3.5.1 Entrevista**

Según Bernard (1988), las entrevistas semiestructuradas se utilizan mejor cuando el investigador no tendrá más de una oportunidad de entrevistar a alguien y cuando enviará a varios entrevistadores al campo para recopilar datos. La guía de entrevista semiestructurada proporciona un conjunto claro de instrucciones para los entrevistadores y puede proporcionar datos cualitativos confiables y comparables.

Las entrevistas semiestructuradas a menudo son precedidas por la observación, entrevistas informales y no estructuradas para permitir a los investigadores desarrollar

una comprensión aguda del tema de interés necesario para desarrollar preguntas semiestructuradas relevantes y significativas.

Derivado de los incidentes antes mencionados que forzaron a una readaptación de la investigación, se optó por aplicar una entrevista de tipo semiestructurada junto con una solicitud de consentimiento por parte del entrevistado para el uso de la información proporcionada con fines de investigación. Con el objetivo de reforzar la recopilación de datos ante las eventualidades presentadas, se planteó la solicitud de entrevista a un comerciante ex propietario de un inmueble en la zona de la Plaza Lido, quien amablemente aceptó la solicitud no sin antes condicionar su anonimato, el cual se aceptó incondicionalmente con la entrega de una nueva solicitud de permiso para la grabación de audio de la entrevista, situación que de igual manera fue aceptada con amabilidad.

De acuerdo con Sampieri (2014) la entrevista semiestructurada consiste en la aplicación de un guion o cuestionario abiertos sin preguntas cerradas, esto con la intención de plantear una temática al entrevistado y que este desarrolle las opiniones desde su perspectiva, la entrevista semiestructurada encuentra su mayor virtud en la flexibilidad de la dinámica, es decir, nos permite tener un acercamiento a las diferentes características específicas que solo se conocen a través de la experiencia del entrevistado, sin salir de la temática principal, en este sentido el trabajo del entrevistador es generar la mayor empatía posible para la retroalimentación de los datos a partir de la temática planteada.

### **3.6 Teoría Semántica**

Se eligió la teoría semántica como alternativa de método de análisis por dos aspectos en general, el primero obedece a su naturaleza lingüística y aplicación en la interpretación

del discurso, y el segundo al giro que tomó la investigación por elementos del azar, lo que redujo considerablemente la posibilidad de recabar información de la mayoría de los participantes de la muestra.

Se tomó como base el trabajo de Ballester Brage en *El análisis semántico y pragmático de las entrevistas de investigación* (2006) que a su vez parte del trabajo lingüístico de Bourdieu. La propia naturaleza del problema y su proyección sobre el campo de la lexicografía tornan necesario hacer algunas consideraciones previas a la exposición. En Bugueño Miranda y Farias (2011: 10) se menciona que la teoría metalexicográfica ha oscilado entre la asunción implícita de su utilización, una relación explícita entre una teoría semántica y la redacción de las paráfrasis; es decir dentro de las múltiples posibilidades de acercarse al problema del significado y su posible proyección sobre la generación de definiciones, conlleva a considerar no sólo las teorías semánticas anteriormente mencionadas. El constante debate de la interpretación lingüística no puede ser omitido en el proceso.

#### **Capítulo 4.- Resultados y análisis**

El capítulo final presenta los resultados obtenidos durante el proceso de investigación, así como la interpretación de dichos resultados a partir del análisis de datos obtenidos en el trabajo de campo. La interpretación de los datos se realizó de acuerdo con lo propuesto en el marco teórico, es importante señalar que tanto los datos obtenidos por medio de la entrevista y el pilotaje fueron analizados minuciosamente para no dar lugar a información y/o datos que generen comentarios fuera del contexto del objetivo de la investigación.

Finalmente se realizó una incorporación del *diagrama de compra venta en la transparencia* con el objetivo de representar gráficamente los pasos de dicho proceso, dando como resultado un tipo de representación social que no genera ninguna particularidad más allá del proceso de compra venta.

#### **4.1 La dinámica del proceso compra venta y la percepción transparente**

La interacción que existe entre los comerciantes y los clientes es un reflejo de la dinámica con que se llevan a cabo las prácticas comerciales dentro de la plaza, sin embargo, existen dos visiones diferentes de cómo se lleva a cabo dicha dinámica, por una parte, tenemos al vendedor quien ofrece un servicio al público consumidor, este proyecta un tipo de conducta con características específicas hacia el cliente que conllevan mensajes simples de descifrar dada la dinámica comercial. El cliente percibe una dinámica de interacción social sencilla, en la que por una parte el cliente solicita algún tipo de servicio, el comerciante ofrece el producto, y si este satisface las necesidades del comprador, se realiza lo que podemos llamar una compra venta exitosa para ambas partes, sin embargo, ignora por completo la dinámica comercial que existe detrás de la cortina de la imagen del comerciante, cuando en realidad existe una situación oculta de la dinámica de la plaza que no se puede ver a simple vista, es decir, la forma en que el comprador percibe solo lo que alcanza a ver es la transparencia haciendo su trabajo de ignorar totalmente la negatividad.

A continuación, se presenta un diagrama para identificar los elementos de una compraventa dentro de lo dictado por la transparencia.



## 4.2 Resultados a partir de datos y categorización

A partir de las respuestas obtenidas con la aplicación del instrumento y la entrevista, se crearon 5 categorías con el objetivo de reducir las respuestas en grupos de afinidad que cuentan con características específicas para su interpretación y análisis utilizando la escala Likert como punto de referencia. Los datos que a continuación se muestran, representan la percepción que se tiene de la Plaza Lido en dos perspectivas comparativas y asociativas.

La primera columna engloba las respuestas obtenidas por parte del grupo de comerciantes, la segunda representa las respuestas de los usuarios, en ambas columnas se encontraron similitudes llamativas por su aparente causa de percepción pero diferentes interpretaciones.

• Comerciantes	• Usuarios/Compradores
Economía/Vender	Economía/Precio
Seguridad/Agentes Externos	Seguridad/Violencia
Higiene	Higiene
Reconocimiento/Labor	Reconocimiento/Ubicación
Clientes/Negociación	Atención al cliente

### **4.3 Análisis de categorías**

Para el análisis de las categorías se procedió a realizar el ordenamiento conceptual de los datos (categorías) y la descripción de la información para comprender las perspectivas de los participantes de la investigación (comerciantes y usuarios) a partir de la Teoría Fundamentada, la cual, nos menciona que una de sus principales características es su naturaleza de conexión directa con los datos, por lo que el ordenamiento conceptual antes mencionado, se realizó a partir de información directa del entorno y sus integrantes.

#### **4.3.1 Comerciantes**

***Economía /Vender:*** Siendo la culminación satisfactoria del ejercicio de la compraventa como la prioridad del comercio, es comprensible que la parte económica sea el factor con mayor importancia para los comerciantes de la plaza, ya que dicho factor fue el que tuvo mayor número de apariciones en las incidencias de los datos de campo. Los comerciantes perciben el ambiente del lugar como propicio para vender, elementos como la ubicación y la zona se asumen como importantes para el ejercicio del comercio.

***Seguridad / Agentes Externos:*** A pesar de considerar la zona como apta para el comercio, de igual manera se percibe como una zona altamente insegura, situación que se adjudica en su mayoría a agentes externos que no tienen ninguna relación con los comerciantes de la plaza. Los comerciantes perciben el ambiente del lugar como propicio

para la inseguridad debido a las calles y privadas aledañas a la plaza, en las cuales, existen viviendas donde es fácil esconderse.

**Higiene:** La percepción del lugar se refiere a que el espacio psicofísico presenta carencias en cuanto a salubridad, siendo las mayores quejas correspondientes a las distintas plagas de insectos y roedores que se encuentran al interior de la plaza, se reconoce que existen otro tipo de factores que generan inquietud en cuanto a la higiene se refiere, varios de ellos se relacionan de manera directa o indirecta, como el caso de la contaminación por ruido que se percibe tanto desde las calles y el tráfico vehicular en las zonas aledañas, como desde los propios comerciantes que invaden el espacio y el ambiente con equipo musical de volumen elevado. En esta categoría de igual manera se puede observar una aparente división social por giro.

**Reconocimiento/Laboral:** Dicha categoría se presentó con mayor frecuencia en los locales que no son arrendados por terceros y los de servicios alimentarios, el reconocimiento del producto y el trabajo que conlleva realizarlo o distribuirlo por parte de los usuarios hacia los comerciantes, refleja una imagen conductual positiva en cuanto al reconocimiento como parte de las necesidades del entorno de la plaza. En cuanto a los comerciantes que solo se dedican a la compraventa el reconocimiento no es parte importante de la imagen conductual, siempre y cuando se cumpla el objetivo, vender

**Cientes/Negociación:** Mencionando el ejercicio de negociación como una práctica social negativa e incómoda debido al regateo y exigencias por parte de los usuarios,

podemos observar como a pesar de que los precios de los productos de la plaza son más bajos en comparación con los mercados que operan dentro de los sistemas tributarios de economía del país, no son garantía de una percepción positiva por parte del usuario.

**Desde la psicología ambiental:** Existe en general una percepción de un ambiente problemático del entorno, sin embargo, el lugar no muestra tener una inferencia en las imágenes conductuales que se perciben del lugar por parte de los comerciantes, ya que a pesar de existir una percepción de rechazo al lugar, se reivindica cuando se asume como un lugar óptimo para las prácticas comerciales, lo cual, nos remite a lo mencionado por Holahan (2006) con referencia a que la conducta puede estar influenciada en gran medida por el espacio psicofísico, situación que aparentemente no se presenta de manera directa con el ambiente de la plaza, ya que la imagen conductual que se percibe entre los comerciantes no hace referencia al estado ambiental de la plaza.

### **Desde las representaciones sociales**

Existe una dinámica de integración comunitaria del lugar segmentada, por una parte podemos observar como la existencia de afinidades en subgrupos ya sea de giros, de ubicación en la plaza o de servicios, sin embargo, a través del propio comercio y sus procesos dinámicos, es que podemos observar como las representaciones sociales aparecen en el acto de vender, la experiencia del conocimiento ordinario de los

comerciantes nos muestra que a pesar de no tener una relación directa o estrecha entre ellos, se asumen todos como parte de la plaza.

#### **4.3.2 Usuarios**

**Economía /Precio:** El acceso a múltiples servicios y productos con precios económicos, sin cuestionar el marco de la legalidad, los usuarios buscan alternativas a sus necesidades en las ofertas de la plaza

**Seguridad / Violencia:** A diferencia de los comerciantes que identifican las posibles causas de la inseguridad como agentes ajenos a la plaza, para los usuarios es precisamente la plaza el lugar inseguro y en donde se encuentran dichos agentes que generan la inseguridad.

**Higiene:** En esta categoría se encuentran las mayores coincidencias y similitudes de las respuestas entre comerciantes y usuarios, ya que ambos coincidieron en que las condiciones sanitarias no son las adecuadas para recorrer la plaza, el factor distintivo que mencionaron los usuarios es el hacinamiento en algunas secciones, así como el ruido excesivo.

**Reconocimiento/Ubicación** A pesar de que la Plaza Lido de acuerdo con los datos recabados no pertenece a las opciones más reconocidas cuando se pregunta por comercios del primer cuadro se refiere, tiene una presencia marcada en la memoria colectiva del usuario, ya que la asociación que existe con el lugar es inmediata, reconociendo el lugar como un punto de comercio y de gran impacto psicosocial en el primer cuadro.

**Atención al cliente:** Dicha categoría hace referencia a la actitud con la cual los comerciantes de la plaza ofrecen sus servicios, o reaccionan a ciertos cuestionamientos, en específico, se identificó que la exigencia de una garantía por el producto se tornaba en una situación problemática al no existir las condiciones para reclamar una garantía, argumento que se tornó en una situación recurrente para algunos usuarios.

### **Desde la psicología ambiental**

De igual manera los usuarios perciben el lugar como apto para el comercio, con características ambientales que se consideran problemáticas por su naturaleza negativa, y que, a su vez, perciben el ambiente como un lugar que no afecta en la conducta del usuario durante el ejercicio de la práctica comercial de compraventa.

### **Desde las representaciones sociales**

La imagen conductual que el usuario percibe de las representaciones sociales, en general refiere a que dentro de la plaza, sus ocupantes comerciantes presentan las mismas posibilidades de oferta de productos en cuanto a variedad y precio, así como las mismas posibilidades de ser agentes que propician la inseguridad del lugar, no existe una distinción mayormente segmentada por parte del usuario con respecto a la percepción de los comerciantes que reconocen dicha segmentación como parte de su entorno.

#### **4.4 Interpretación del discurso a partir de la Teoría Semántica**

Para la recopilación del discurso se realizó una entrevista de tipo semi estructurada, esto con el objetivo de permitir al entrevistado abordar las temáticas desde su propia perspectiva sin dejar de lado sus propios intereses, el entrevistado solicitó no incluir nombre, así como de cualquier dato personal referente a su persona o de algún familiar en la presente investigación

*Información general del entrevistado:* Nombre Anónimo, persona masculina, altura medía (1:67cm), ex comerciante de la plaza, edad 54 años, escolaridad media superior, antigüedad de negocio 17 años previo al cierre, giro alimentos.

La entrevista se aplicó en el domicilio del entrevistado, el cual, está conformado por una casa habitación propia, una vez dentro del domicilio se nos permitió un espacio a solas para realizar la actividad de entrevista sin interrupciones, la cual, se desarrolló bajo circunstancias socioambientales correctas, con profundo respeto mutuo de ambas partes, la entrevista tuvo una duración de aproximadamente 60 minutos, empezando por preguntar la historia del negocio. A lo largo de la entrevista, el entrevistado se mostró participativo, constantemente hacia ademanes con las manos mientras su discurso denotaba cierta nostalgia y emoción al hablar del tema, su postura en todo momento estuvo erguida, el contacto nunca resultó evasivo entre las partes.

El objetivo de la entrevista fue obtener la información para realizar un análisis con base a las 5 categorías previamente mencionadas producto de la recopilación de datos de los comerciantes, con el fin de obtener un discurso basado en la experiencia que sirva de punto de referencia para asegurar información válida y confiable, no se pretende ni se da por hecho que dichas categorías se encontraran en el análisis del discurso, se

pretendo encontrar asociaciones para dichas categorías a través de este para reforzar los factores de análisis entre ambos.

***Economía:*** De acuerdo con la información obtenida del discurso sabemos que, durante las décadas de los 70s y 80s el auge de la economía local permitió crear un sistema financiero saludable para los comerciantes, al ser modelos económicos recientes no existía una lucha comercial que estuviera marcada por la variedad de giros comerciales, la competencia era mínima y algunos giros comerciales se consideraban exclusivos.

Las problemáticas llegaron a partir de la década de los 90s junto con las nuevas competencias comerciales, ante dicha situación, los comerciantes en su mayoría dueños de sus propios locales, se vieron forzados a buscar nuevas alternativas de comercio para poder competir con los nuevos giros comerciales, así como la expansión constante del comercio informal. Este punto resultó de gran importancia para “formalizar” la entrada del narcotráfico a la dinámica social y comercial de la plaza, esto debido a la situación financiera que afectó a una gran parte de los locatarios, las opciones se volvieron limitadas, al grado de abandonar el negocio si no era posible adaptarse al cambio; en específico se habla de aquellos comerciantes que no contaban con una fuente de ingreso alterna a su negocio dentro de la plaza, situación que el crimen organizado aprovechó para infiltrar el narcomenudeo en algunos locales comerciales, siendo los más afectados aquellos dedicados al giro de productos pirata. Finalmente, resulta interesante el hecho de que es de conocimiento general entre la población comerciante, que la venta de productos de imitación y piratería en general no resulta en una posibilidad sustentable de estabilidad económica capaz de producir ganancias rentables, sin embargo, prefieren

no cuestionar el origen de las ganancias de dichos comercios, ya que asumen que provienen posiblemente del negocio del crimen organizado.

**Seguridad:** El discurso manifiesta un descontento general de la comunidad de comerciantes hacia sus líderes y los servidores públicos encargados de la seguridad de la población civil en general, esto debido a que en diversas ocasiones se habla de la seguridad de la plaza como resultado de la autogestión por parte de los propios comerciantes, los constantes actos delictivos que se presentan en la zona forzaron a la comunidad local a valerse de sus propios recursos para protegerse de la inseguridad.

La percepción actual que se tiene de la policía local, así como de la imagen que proyectan estos, no es diferente a la que se tiene de los mismos criminales, es decir, el mismo temor que se tiene de la delincuencia se tiene de los propios servidores públicos, lo que en un inicio era una cuota voluntaria de vigilancia, terminó siendo una obligación, una cuota de piso, un pago que se exige por los derechos de operar en la plaza. Resulta intrigante que, a pesar de reconocer una molestia entre los propios comerciantes en cuanto a la falta de empatía, se asume que la delincuencia es un agente exterior, es decir, entre los propios locatarios niegan la posibilidad de que alguien de su comunidad sea parte del crimen organizado, concluyendo con los homicidios como resultado de disputas externas y ajenas a la comunidad de la plaza.

**Higiene:** El discurso menciona que, el ambulante llegó a invadir espacios de la zona centro a finales de los 90 y principios del nuevo milenio, creando un proceso de

saturación urbana del lugar, situación que desembocó en una problemática mayor al grado de necesitar la intervención de Protección Civil del Estado para resolver el problema del hundimiento producto del colapso del sistema de drenajes. Resulta interesante analizar, que dicha problemática ya se había presentado en ocasiones anteriores en otros puntos comerciales de la zona centro, sin embargo, nuevamente se menciona la falta de atención por parte de las autoridades correspondientes, situación que es un común denominador en gran parte del discurso.

***Reconocimiento/Ubicación:*** El reconocimiento que se tiene de lugar, en la actualidad contrasta de manera visible con el reconocimiento de décadas anteriores, de acuerdo con el discurso, una vez formalizado el uso de suelo de la plaza, la comunidad de comerciantes desde sus inicios presentó una propuesta de apoyo comunitario, lamentablemente con el pasar del tiempo y ante las incertidumbres que presenta la sociedad actual, dicha comunidad se fue fragmentando hasta el punto de ser desconocidos entre la mayoría de los participantes.

Lo anterior, aunado a la expansión urbana del primer cuadro de la ciudad, concluye en un reconocimiento de la Plaza Lido en la memoria colectiva de los usuarios, sin embargo, el reconocimiento del espacio psicofísico del lugar se asume como peligroso, e incluso es difícil ubicar con claridad los giros comerciales que actualmente se encuentran en la zona, los efectos del cambio generacional se vieron reflejados en la desintegración de la comunidad original de la plaza. Actualmente, la rotación comercial representa un problema de continuidad e integración entre la comunidad debido a la falta de rentabilidad de la zona.

**Política:** En la categoría actual, encontramos un discurso con una dualidad socioeconómica marcada, se menciona que existe un grupo directivo conformado por miembros de la propia comunidad de comerciantes, sin embargo, a pesar de pertenecer aparentemente a la misma comunidad, existen diferencias que influyen directamente en el clima de convivencia de la plaza; un ejemplo de las problemáticas que se viven en el clima político de la plaza, son las reuniones entre locatarios que lejos de ser un espacio para solucionar problemas entre la comunidad, se convirtió en una lucha de poderes, situación que desencadenó en la fragmentación de las mesas directivas, dando paso al nacimiento de varios grupos con intereses propios. Otra problemática manifiesta en el discurso hace referencia al trato desigual que existe por parte de los líderes hacia la comunidad comerciante de la plaza, de acuerdo con la información, las relaciones de negocios que existen entre los líderes comerciantes y las autoridades, son el reflejo de la imagen negativa que se tiene de las autoridades de la plaza y una muestra del abandono total que existe por parte de las instituciones correspondientes, las cuales, dan prioridad a sus propias relaciones comerciales impidiendo el acceso al crecimiento laboral de los negocios más jóvenes. Un elemento intrigante del discurso es el llamado cambio de roles por parte de los dirigentes, es decir, existe un conocimiento general de las condiciones en que se lleva a cabo dicho cambio de roles, ya que usualmente el puesto de líder queda entre las mismas familias que durante años han ejercido dicho puesto.

**Reconocimiento/Laboral:** La información encontrada en el discurso correspondiente a la presente categoría nos muestra que, existe un temor general entre la población por ser reconocido como alguien sobresaliente, resulta en una lamentable ironía el hecho de que trascender a través del comercio justo resulta en una imagen que se percibe como negativa, esto debido a la creencia popular de entre los comerciantes, la cual menciona que, para producir ganancias de manera rápida y en grandes cantidades, solo es posible a través de nexos con la delincuencia organizada. De igual manera, se percibe un discurso que denota una inquietud por la falta de reconocimiento al esfuerzo físico y emocional que conlleva subsistir a través de un negocio comercial dentro del primer cuadro y en específico en la Plaza Lido; por ejemplo, se mencionan los pocos días de descanso, así como la falta de convivencia con la familia más allá del trabajo como dos de las situaciones más complejas que se vive en la cotidianidad de los comerciantes.

#### **4.5 La sociedad transparente**

##### ***Ante la falsa positividad***

De acuerdo con lo que menciona Byung-Chul Han (2013) en la sociedad actual vivimos en una sociedad corrompida por las fuerzas mediáticas y del consumo, o lo que dicho en palabras de Han se conoce como “el infierno de lo igual” ya que todo deja de tener su singularidad específica para dar paso únicamente a lo positivista. Ante dicha postura se elimina la negatividad en el cambio cultural hacia la sociedad transparente desapareciendo

en la positividad, una sociedad positiva es aquella que huye del conflicto huye del otro como negativo del yo, es una sociedad que al hacer desaparecer el factor negativo de la contradicción al mismo tiempo hace desaparecer todo lo extraño y en automático suprime el conflicto.

La sociedad de la transparencia expresa un cambio en la temporalidad, el tiempo transparente anula cualquier negatividad que se contraponga con el presente, la sociedad transparente se extiende a través de las imágenes, hoy en día la imagen de alta definición no oculta nada, lo muestra todo y se puede ver a través de una mirada simple que no requiere de ningún conocimiento más que la propia experiencia positiva, ya la mirada compleja para ser abstraída a la realidad requiere tiempo, y en la sociedad transparente el tiempo que no se ocupa por que para esta no existe pasado ni futuro si en ellos se encuentra cualquier rastro de negatividad. En la transparencia el dinero es el igualador de la sociedad y las diferencias solo se ven a través del precio, sin importar la forma o las consecuencias, el sujeto transparente entregará su libertad a las leyes del poder del dinero, al final Han menciona que la filosofía de la transparencia dicta que todos soy yo y no existe el nosotros.

En lo transparente paradójicamente desaparece la confianza, como la transparencia anula lo negativo, el no saber todo da el sentido a confiar debido la dualidad del saber o no saber, provocando que al solo quedar el saber positivo, la confianza se diluye al no poder ignorar por qué se sabe todo, de esta forma se rompe la dualidad que sustenta la confianza, es decir es necesario que exista la desconfianza para que a su vez exista la confianza, sin esto solo quedan acumular datos desde la postura positiva creando la falacia de creer la transparencia como verdad, sin embargo, es un

hecho que la transparencia y la verdad no son sinónimos, ya que la transparencia carece totalmente de verdad.

En la Plaza Lido, durante los últimos años el ejercicio de la transparencia se ha integrado como parte de la cotidianeidad tanto del ejercicio social (la imagen conductual de sus representaciones sociales) y el espacio psicofísico (a través de la omisión de las problemáticas, carencias y necesidades del ambiente físico). Ante la actitud positivista de la transparencia que se refleja en la plaza, los comerciantes de la plaza se enfocan en el comercio ya que la falsa percepción de ausencia negativa produce un desplazamiento en la percepción hacia los intereses económicos, de igual manera, los usuarios siguen frecuentando el lugar, con una afluencia que en promedio sigue disminuyendo de acuerdo a los reportes de los propios comerciantes, sin embargo, el lugar es una opción recurrente para los usuarios a pesar de la aparente percepción negativa.

#### **4.5.1 En el ejercicio de la transparencia**

En general existe una percepción negativa de la plaza tanto de comerciantes como de usuarios debido a los múltiples conflictos tanto económicos, políticos y sociales que existen al interior de la plaza. Para los usuarios representa un lugar inseguro, sin embargo, es una opción recurrente para hacer compras desde la perspectiva económica, reflejando la transparencia ante la omisión de la realidad que se vive, por ejemplo, para los comerciantes, la percepción que se tiene de algunos de los factores que generan las ya mencionadas problemáticas, señala que no pueden ser los propios miembros de la plaza culpables en ninguna circunstancia de la inseguridad, es decir, existe una negación a la posible relación de integrantes entre ciertos grupos de la plaza a pesar de que en su

propio discurso mencionan que existe un pleno conocimiento de relaciones delictivas de algunos integrantes de la comunidad.

En cuanto a la parte que corresponde al ejercicio de compra venta del lugar, la satisfacción final para el comerciante solo existe en el acto de vender, una vez finalizada la transacción comercial, y se consigue la satisfacción desde ambas partes, inicia un proceso de disolución de los elementos que conforman la negatividad de la percepción de ambas partes; en primera instancia tenemos al comerciante que ha logrado el objetivo primario, en contraparte el usuario ha conseguido lo que buscaba y en ambas situaciones se niega la percepción negativa del lugar, se hace a un lado la posible ilegalidad del origen del producto así como de su calidad

## **Conclusiones**

Resulta necesario mencionar que independientemente de la información obtenida, lo más relevante que aporta la presente investigación es una experiencia que sirve como prueba y punto de referencia de la realidad que se vive en nuestro país, personalmente considero que no son únicamente datos sobre el papel, es imposible negar la realidad en la que actualmente se encuentra inmersa la sociedad de la cual formamos parte. La violencia y el narcotráfico se han convertido en una realidad normalizada en gran parte del territorio nacional, toda la población civil se encuentra en riesgo constante ante dicha adversidad lo que nos obliga a realizar un acto de reflexión que culmine con acciones para rescatar los espacios públicos como lo son la Plaza Lido.

La experiencia que se vivió en el trabajo de investigación debe ser un llamado de atención y una referencia para la seguridad todas aquellas personas que buscan una mejor calidad de vida para la comunidad a través de las ciencias sociales.

Retomando las conclusiones a partir de la información con base a los datos recopilados a través de la recolección de campo y la aplicación del cuestionario piloto, así como de la aplicación de las técnicas metodológicas para la interpretación de la información a través del discurso, se realizó un análisis cualitativo de las respuestas obtenidas por parte de la muestra integrada por comerciantes y trabajadores de la Plaza Lido, y público en general con conocimiento de dicho lugar.

Entre los participantes encontramos que la influencia de las representaciones sociales en la plaza se limita al ejercicio de vender, las practicas sociales ocurren de manera independiente en el mismo espacio, existe una influencia positivista en la percepción del lugar a pesar del reconocimiento de factores dañinos al entorno, los cuales, se han vuelto recurrentes y por lo tanto normalizados, en cuanto a los factores psicoambientales de la plaza, no muestran inferencia en las practicas sociales de la plaza, el espacio psicofísico existe en un plano independiente a la dinámica social del entorno, el lugar presenta una imagen que no concuerda con la dinámica comercial. Las representaciones sociales que se pueden observar al interior de la plaza resultan contener elementos contrastantes a la definición presentada por Jodelet (1984) con especial énfasis en la parte comunitaria que implica ser partícipe de la conformación de dichas representaciones sociales. En el contexto de la plaza es posible identificar factores de las representaciones sociales con mayor afinidad al ámbito individualista, mientras en general existe una dinámica enfocada al comercio, la participación de los comerciantes no denota una estructura comunitaria del entorno, si bien es cierto que existen giros similares y no se puede evitar

la interacción entre locatarios con negocios contiguos, cada comercio se enfoca en su propio bienestar

No existe un vínculo aparente entre las representaciones sociales y la imagen conductual que se percibe de la plaza, ya que ambos elementos se perciben de manera independiente tanto por los usuarios como los comerciantes.

A continuación, se describen los que se consideran los hallazgos más relevantes en relación con la pregunta de investigación ¿Cuál es la influencia de las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” en las prácticas sociales de los comerciantes?

- Para los comerciantes los motivos para que no exista un entorno con representaciones sociales adecuadas para el sano desarrollo de la plaza, es la multipropiedad y los agentes externos, el primero obedece al hecho de subarrendar los locales para su uso sin involucrarse de manera directa, el segundo refiere a la invasión del narcotráfico en la actividad comercial del estado. Atender y resolver la problemática del crimen organizado es la prioridad inmediata.
- De la psicología ambiental: el espacio psicofísico se auto percibe por parte de los comerciantes como un lugar de trabajo, en el que las problemáticas son constantes y la integración de los factores psicoambientales y psicoambientales es realizada por un bajo número de integrantes, es decir, no existe una apropiación del espacio como comunitario, la apropiación del espacio en la

dinámica psicosocial del lugar no está definida por los elementos propios del lugar, se encuentra definida por la posibilidad de realizar un proceso de compra venta.

- De la representación social: la construcción del conocimiento social se limita al ejercicio individual del comercio y giros específicos, cuando el giro deja de ser rentable desaparece. La influencia de las representaciones sociales se limita al ejercicio del comercio con la venta, a la satisfacción inmediata sin ejercer una distinguibilidad propia del entorno, al contrario, se fragmenta en múltiples y segmentadas formas de distinguibilidad
- De la distinguibilidad: el habitus se ejerce en el acto de subsistir a través del comercio informal ante modelos económicos neoliberales, la mayoría de las representaciones sociales presentan Identidades segregadas y desviantes. En la imagen conductual se observa una dinámica de comportamiento pasivo e indiferente ante las situaciones y problemáticas que se viven al interior de la plaza.

Ante lo anterior mencionado se sugiere atender las siguientes recomendaciones, las cuales, se encuentran fundamentadas

- Generar mecanismos de trabajo que permitan la participación de agentes de desarrollo e incluir a propios comerciantes para proponer y crear la distinguibilidad adecuada para el sano desarrollo del entorno, sin la

apropiación del espacio resulta complicado construir una imagen identitaria propia debido a que no existe un sentido de pertenencia.

- Implementar los protocolos de seguridad e higiene adecuados a las necesidades de la población general de la plaza. Ante la situación global, adaptar los mecanismos la salud como una necesidad básica del entorno social de la plaza, así como la implementación de rediseños de los espacios públicos post pandemia.
- La aplicación de un modelo económico enfocado a los servicios a partir de la producción para el consumo local que se encuentren fundamentados en políticas favorables a los llamados pequeños comerciantes. De igual manera, se recomienda la autogestión por parte de los comerciantes para generar una nueva imagen identitaria del lugar
- Evaluar y analizar las condiciones psicofísicas y psicoambientales del lugar desde una perspectiva estructural, con el objetivo de rediseñar e implementar las condiciones físicas que favorezcan las dinámicas comerciales y sociales dentro del lugar.

La época en que vivimos actualmente obedece al cambio social forzado por una pandemia global, sin duda, el año 2020 quedará marcado en la historia de la humanidad

como el año en que el ser humano dejó atrás los modos de convivencia convencionales que rigieron las últimas décadas en la historia de la humanidad reciente. Ante dicha situación, es imperativo realizar un proceso de resignificación de los espacios sociales psicofísicos de libre convivencia públicos y privados, el hecho de no poder formar parte presencial de cualquier lugar en forma física influye directamente en la forma de percibir los ambientes psicofísicos que pueden determinar las formas de interpretar la realidad que se vive en dicho espacio.

Finalmente, quiero invitar a la reflexión considerando dos elementos importantes. El primer elemento es la aleatoriedad, también llamado “Alea” por Morin, dicho elemento que se vivió en carne propia durante el proceso del trabajo de campo en la presente investigación.

Es una realidad constante en el presente de la sociedad observar la violencia y el crimen como parte de la cotidianeidad, sin embargo, ante la forzada necesidad de apartarse de los espacios psicofísicos, es posible encontrar un punto de oportunidad para atender las dos principales inquietudes sociales que actualmente se viven al interior de la plaza, la delincuencia y la pandemia.

Ante las problemáticas antes mencionada podemos observar que el espacio psicofísico en un elemento en que ambos problemas convergen, según mencionan algunos de los propios comerciantes, al interior de la plaza existen sistemas y redes de narcomenudeo que ocupan locales para venta y distribución, aunado a lo anterior, ya existe un historial de reportes constantes de crímenes de diversa índoles al interior de la plaza, siendo incluso el homicidio solo uno de entre tantos delitos que se han suscitado.

Es ante esta situación que la actual pandemia de covid19 se convierte en ese elemento aleatorio que puede abrir un espacio de soluciones que beneficie a la población comerciante como a los usuarios de la plaza.

La pandemia obliga a todos los espacios públicos y privados a reestructurar y resignificar la forma de operar en dichos espacios, ante dicha situación la necesidad de operar en espacios que garanticen la salud y seguridad de los usuarios permite a las leyes correspondientes exponer todas las irregularidades que se viven al interior de la plaza y de igual manera a todos aquellos espacios públicos que se encuentren en situaciones similares.

La oportunidad es inmejorable y es imposible negar que existe una incertidumbre en cuanto a la forma en que las autoridades responderán antes las presentes problemáticas, no podemos negar la historia del descontento de la sociedad mexicana y sus gobernantes, la posibilidad de que no se tomen acciones correspondientes es latente, sin embargo, el compromiso social para encontrar una solución en conjunto es una responsabilidad de toda la sociedad civil. La imagen que tenemos de dichos lugares no representa la realidad objetiva, al contrario, nos invita a reflexionar que es lo que realmente muestra nuestra propia imagen conductual, nuestra transparencia y todos los elementos que conllevan a ser partícipes de un generador de cambio integral y colectivo, o partícipes de la indiferencia social en que se ha normalizado. Una imagen indiferente es una señal de atención oculta.

## Cronograma

Cronograma 2018-2020			
Año	Semestre	Mes	Objetivos
2018	1ro	Agosto	Revisión bibliográfica
		Septiembre	Inicio del protocolo de investigación
		Octubre	Selección de método fotográfico
		Noviembre	Exposición de trabajo y retroalimentación grupal
		Diciembre	Presentación de avance del 25 %
2019	2do	Enero	Elaboración de Marco teórico
		Febrero	
		Marzo	Selección de factores psicosociales y psicoambientales a identificar
		Abril	Elaboración de instrumento para identificar factores psicosociales
		Mayo	Elaboración de instrumento para identificar factores psicoambientales
		Junio	Presentación de avance del 50 %
	3ro	Julio	Integración de instrumentos para aplicar
		Agosto	Aplicación de instrumentos (pilotaje)
		Septiembre	Integración de información recolectada en pilotaje para su análisis y mejora de instrumento

		Octubre	Readaptación por eventos
		Noviembre	Procesamiento y análisis de información recolectada mediante técnica del instrumento
		Diciembre	Presentación de avance del 75 %
2020	4to	Enero	Trabajo de campo alterno para entrevista
		Febrero	Análisis de resultados a partir del discurso
		Marzo	Correcciones
		Abril	CUARENTENA COVID19 Trabajo a distancia
		Mayo	CUARENTENA COVID19 Trabajo a distancia
		Junio	Integración y presentación de tesis al 100%

## **Bibliografía**

**Arias, J.,** Díaz, M., González, M., Rodríguez, J., Santa-Ana, L., Vences, S. (1998). Historia de la arquitectura y el urbanismo mexicano: Seminario de historia de la arquitectura y el urbanismo mexicanos. Vol. 3, México: Facultad de Arquitectura, División de estudios de posgrado, Universidad Nacional Autónoma de México.

**Astudillo-Moya, M.** (2012). «MICROECONOMÍA. EL COMERCIO». Fundamentos de Economía. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas. p. 55

**Ballester, B.** (2006) El análisis semántico y pragmático de las entrevistas de investigación

**Barker, R.G.,** y Wright, H.F. (1955) Midwest and its children. Nueva York: Harper & Row.

**Barthey, S. H.** (1982). Principios de percepción. México D. F: Trillas.

**Bernard, H.** (1988). Research methods in cultural anthropology Newbury Park: Sage.

**Bocanegra, C.** y Vázquez, M. (2003). Modernización en el comercio detallista. Notas. Revista de información y análisis (23) INEGI.

**Bourdieu, P.** (1979). “Les trois états du capital culturel”, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, núm. 30, pp. 3-6.

**Canter, D.** y Craik, K. (1981) “Environmental Psychology”, Journal of Environmental Psychology, 1981, 1 (1), 1-11.

**Canter, D.** (1988) “Environmental (Social) Psychology: An Emerging Synthesis

**Carterette, E.** y Friedman M. (1982). Manual de Percepción. Raíces Históricas y Filosóficas. México D. F.: Editorial Trillas

**Craik, K.,** (1973) Environmental Psychology, Annual Review of Psychology, 24, 403-422.

**Garza- Burno, L.** (2013) Mercados públicos y competitividad: El Palmar y Las Flores de Ciudad Nezahualcóyotl, Sociedad y Territorio, vol. Economía, Sociedad y Territorio, vol. xiii, núm. 43, 2013, 697-720 xiii, núm. 43, 2013, 697-720.

**Giménez, G.** (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales, Frontera Norte Vol. 9. Núm. 18, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

**Han, B.** (2014) La sociedad de la transparencia. Barcelona: Herder.

**Hernández, R.** (2014) Metodología de la investigación. 6ª. ed. McGraw-Hill. Ciudad de México.

**Holahan, Ch.** (2000) J. Psicología ambiental. Un enfoque general. México: Limusa.

**Ittelson, W.H.** 'Interview with Bill Ittelson', Environmental Theory Arena, 3, 1995

**Jodelet, D.** (1984) "La representación social. Fenómenos, concepto y teoría" Barcelona, Paídos.

**Lynch, K.** (1998) La imagen de la ciudad, Barcelona, Gustavo Gilli.

**Le Corbusier** (Jeanneret, Ch. E.). (1971) Principios de urbanismo. Ed. Ariel. Barcelona.

**Melucci, A.** (1982) L'invenzione del presente, Bolonia (Italia), Il Mulino.

**Moscovici, S.** (1979), El psicoanálisis, su imagen y su público, Buenos Aires, Huemul.

**Neisser, U.** (1981) Procesos cognitivos y realidad: principios e implicaciones de la psicología cognitiva, Madrid, Marava, 1981

**Organización Mundial de la Salud.** (2014). Resumen de Orientación Informe sobre la situación mundial de la prevención de la violencia 2014.

**Organización Panamericana de la Salud,** Oficina Regional para las Américas de la Organización Mundial de la Salud. (2003). Informe Mundial Sobre la Violencia y la Salud. Washington D.C., Estados Unidos de América.

**Proshansky, H.M.** & Ittelson, W.H. & Rivlin, L.G. y otros. (1978.) Psicología ambiental. El hombre y su entorno físico. Ed. Trillas. México.

**Sánchez, V.** (2010) Mercados mexicanos, síntesis y germen de cultura.

**Schedler** (2015) "En la niebla de la guerra. Los ciudadanos ante la violencia criminal organizada" Ciudad de México, CIDE Investigación e Ideas, 2da Edición, P.P.14)

**Stokols, D., & Altman, I.** (1987.) *Handbook of Environmental Psychology* (2 vols.). Nueva York: John Wiley & Sons.

**Strauss y Corbin** (2002) Strauss A, Corbin J. *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park: Sage, 1998.

**Trinidad, A.,** Carrero, V., Soriano, R. (2006) *Teoría fundamentada, "grounded theory": la construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Cuadernos Metodológicos. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas,

**Watson, J. B.,** (1996) "La psicología tal como la ve el conductista" en J.M.Gondra, *La psicología moderna*, Bilbao (España), Desclée de Brower.

**Wohlwill, J.** (1970) The age variable in psychological research. *Psychological Review*, Vol 77(1), Jan 1970, 49-64.

### **Bibliografía Online**

**Almenares, M.** Isabel Louro Bernal y María T. Ortiz Gómez (1999). *Comportamiento de la violencia intrafamiliar*.

<https://pdfs.semanticscholar.org/4882/8ac8db07a5ea777246f56778f606a6b30736.pdf>

**Sánchez, R.** y Víctor Hugo (2006). *Ejidotes urbanizados de cuernavaca , Cultura y Representaciones sociales*. Año 1 (1). Recuperado de

<http://www.culturayrs.org.mx/revista/num1/sanchez.pdf>

**Recuperado de** [http://www.cuernavaca.gob.mx/wp-](http://www.cuernavaca.gob.mx/wp-content/uploads/2013/07/REGLAMENTO-DE-IMAGEN-URBANA-PARA-EL-CENTRO-)

[content/uploads/2013/07/REGLAMENTO-DE-IMAGEN-URBANA-PARA-EL-CENTRO-](http://www.cuernavaca.gob.mx/wp-content/uploads/2013/07/REGLAMENTO-DE-IMAGEN-URBANA-PARA-EL-CENTRO-)

*HISTORICO-DE-LA-CIUDAD-DE-CUERNAVACA-PUEBLOS-HIST%C3%93RICOS-Y-BARRIOS-TRADICIONALES-DEL-MUNICI.pdf*

**Recuperado de** <https://www.diariodemorelos.com/noticias/hist-rico-y-emblem-tico-mercado-adolfo-l-pez-mateos>

**Recuperado de** <https://www.elregional.com.mx/por-inseguridad-cierran-negocios-en-cuernavaca>

**Recuperado de** <http://www.inah.gob.mx/index.php/especiales/34-mercadosmexicanos-sintesis-y-germen-de-cultura>.

**Recuperado de** <https://www.proceso.com.mx/121382/la-muerte-de-beltran-leyva-un-golpe-lleno-de-dudas>

## Anexos y Tablas de Datos Participantes



Acceso vía Clavijero

Fuente: Plaza Lido Oficial Facebook



Acceso Guerrero

Fuente Plaza Lido Oficial Facebook



Calle clavijero, en palabras de los locatarios, la vialidad clandestina de la zona permite la inseguridad. Foto de Froylán Trujillo, El Sol de Cuernavaca



Calle clavijero, comerciantes comentan el lugar como un foco de inseguridad

Foto de Margarito Pérez Retana, cuartoscuro.com



Ante las bajas ventas, algunos días festivos del año las calles se abarrotan de vendedores

Foto de Silvia Venegas, conurbados.com



En épocas decembrinas, las calles son ocupadas por comerciantes del primer cuadro, entre ellos los de Plaza Lido para la venta de variedad de artículos. Foto de Israel Mariano, El Sol de Cuautla



El contraste de los giros comerciales

Foto de Silvia Lozano, La Unión de Morelos

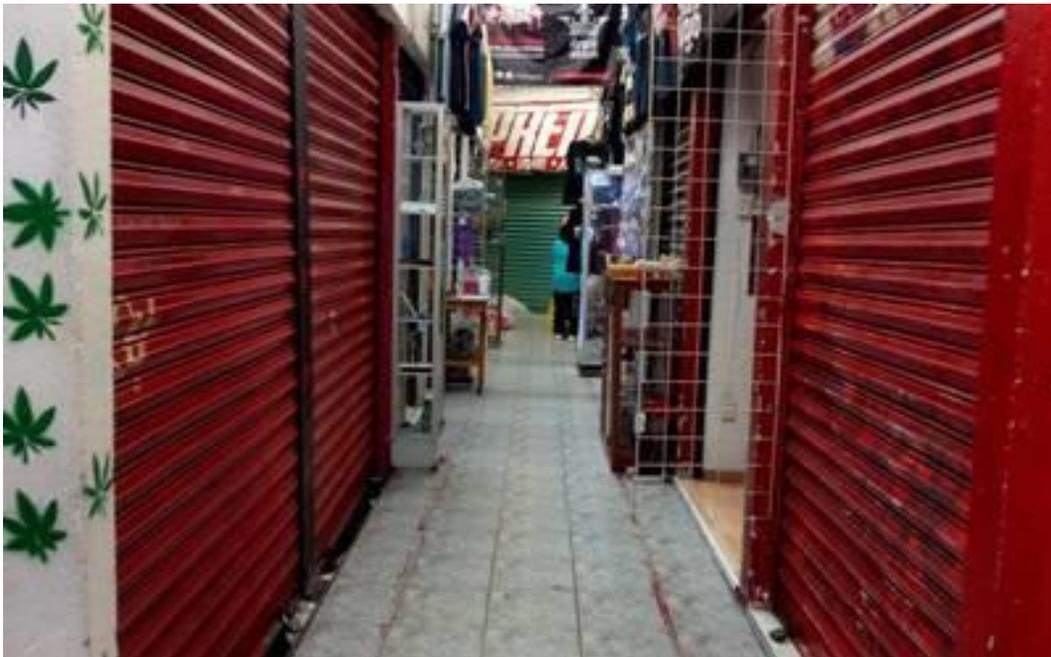


El arrendamiento como una posible causa de falta de apropiación del ambiente psicofísico y social. Foto de Magda García, Conurbados.com



Realidad psicoambiental

Foto de Silvia Lozano, La Unión de Morelos



Realidad psicosocial

Foto de Haidee Galicia, El Sol de Cuernavaca

### Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

---

---

---

---

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

---

**Si tu respuesta anterior fue SI pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5**

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

---

---

---

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

---

---

---

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartirnos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información:



Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes **dentro de su trabajo** que usted consdiere que le provocan **mayor malestar o tensión** y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
---	------------------	---	------------------	---	---------------	---	----------------	---	-------------------------

1.- Falta de clientes	1	<del>2</del>	3	4	5
2.- organización	1	<del>2</del>	3	4	5
3.- Falta de información	1	2	<del>3</del>	4	5
4.- Higiene	<del>1</del>	2	3	4	5
5.- Motivación	<del>1</del>	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que **más le gustan o entusiasman** de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
---	------------------	---	------------------	---	---------------	---	----------------	---	-------------------------

1.- Dar buen servicio	1	2	3	<del>4</del>	5
2.- Elaboracion de productos	1	2	3	4	<del>5</del>
3.- Adquirir conocimiento	1	2	3	<del>4</del>	5
4.- Nueva clientela	1	2	3	<del>4</del>	5
5.- Ser felicitado	1	2	3	<del>4</del>	5

Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes **dentro de su trabajo** que usted considere que le provocan **mayor malestar o tensión** y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	Niños					1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
2.-	Cuentas					1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
3.-	Inventario					1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
4.-						1	2	3	4	5
5.-						1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que **más le gustan o entusiasman** de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	Las Ventas					1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
2.-	Buenos clientes					1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
3.-	Eventos del negocio					1	2	3	4	5
4.-						1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
5.-						1	2	3	4	5

Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes **dentro de su trabajo** que usted consdiere que le provocan **mayor malestar o tensión** y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	Pocas Ventas					1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Inseguridad					1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	Los locales cerrados					1	2	3	4	<del>5</del>
4.-	Que no sale al dia					1	2	3	4	<del>5</del>
5.-						1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que **más le gustan o entusiasman** de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	Que la gente le guste mi comida					1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Que todos los conozcan entre todos					1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	Vender todo					1	2	3	4	<del>5</del>
4.-						1	2	3	4	5
5.-						1	2	3	4	5



Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes dentro de su trabajo que usted considere que le provocan mayor malestar o tensión y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días		
1.-	Las pasadas						1	2	3	<del>4</del>	5
2.-	Los que venden y son narcos						1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	Gano poco						1	2	3	4	<del>5</del>
4.-							1	2	3	4	5
5.-							1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que más le gustan o entusiasman de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días		
1.-	El ambiente						1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Dias Festivos						1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	Amigos cercanos						1	2	3	4	<del>5</del>
4.-							1	2	3	4	5
5.-							1	2	3	4	5



ote en el espacio en blanco los 5 mas importantes dentro de su trabajo que usted consdiere que le provocan mayor malestar o tensión y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días			
Los vagos que se drogan							1	2	3	4	5
No vender							1	2	3	4	5
Cuando roban candados							1	2	3	4	5
Orines en unas partes							1	2	3	4	5
							1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que más le gustan o entusiasman de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días			
Tener surtido							1	2	3	4	5
Cuando sale mas del dia							1	2	3	4	5
Salir adelante							1	2	3	4	5
							1	2	3	4	5
							1	2	3	4	5

Anote en el espacio en blanco los 5 más importantes **dentro de su trabajo** que usted considere que le provocan **mayor malestar o tensión** y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	La gente ya compra menos					1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Ya muchos cerraron					1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	vateros en todos lados					1	2	3	4	<del>5</del>
4.-						1	2	3	4	5
5.-						1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que **más le gustan o entusiasman** de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días	
1.-	hacer nuevos negocios					1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Los días festivos vendo mucho					1	2	<del>3</del>	4	5
3.-						1	2	3	4	5
4.-						1	2	3	4	5
5.-						1	2	3	4	5

Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes dentro de su trabajo que usted considere que le provocan mayor malestar o tensión y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
1.-	El Ruido				1	2	3	<del>4</del>	5
2.-	Espacio				1	2	<del>3</del>	4	5
3.-	Clientes Pesados				1	2	3	<del>4</del>	5
4.-	Sin Seguro				1	2	3	<del>4</del>	5
5.-	Falta de Producto				1	<del>2</del>	3	<del>4</del>	5

Enumere 5 aspectos que más le gustan o entusiasman de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
1.-	El Horario				1	2	3	<del>4</del>	5
2.-	Permisos				1	2	3	<del>4</del>	5
3.-	Ambiente				1	2	3	4	<del>5</del>
4.-	Conocimiento				1	2	<del>3</del>	<del>4</del>	5
5.-	Dirección				1	2	3	4	<del>5</del>

Anote en el espacio en blanco los 5 mas importantes **dentro de su trabajo** que usted considere que le provocan **mayor malestar o tensión** y marque con que frecuencia se han presentado en las últimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
---	------------------	---	------------------	---	---------------	---	----------------	---	-------------------------

1.-	Ruido excesivo de locales ajenos	1	2	3	<del>4</del>	5
2.-	Comida de la Plaza (Poca variedad / Sabor)	1	2	3	4	<del>5</del>
3.-	Mala administración	1	2	3	4	<del>5</del>
4.-	Horario matado	1	2	3	4	<del>5</del>
5.-		1	2	3	4	5

Enumere 5 aspectos que **más le gustan o entusiasman** de su trabajo y marque la frecuencia con la que se presentan en las ultimas semanas

1	Rara vez o nunca	2	De vez en cuando	3	Algunas veces	4	Frecuentemente	5	Siempre, todos los días
---	------------------	---	------------------	---	---------------	---	----------------	---	-------------------------

1.-	Amigos cercanos	1	2	3	4	<del>5</del>
2.-	Trabajo sencillo	1	2	3	4	<del>5</del>
3.-		1	2	3	4	5
4.-		1	2	3	4	5
5.-		1	2	3	4	5

**Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)**

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

Las plazas  
Plaza de la tecnología

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

Si

**Si tu respuesta anterior fue Si pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5**

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

Ninguno

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

todo

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartirnos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información

Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)

2

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

1° Plaza de la mujer  
2° Plaza de la tecnología

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

Si

Si tu respuesta anterior fue Si pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

La tienda que vende ropas juvenil como de barrio.  
Las imitaciones de marcas como (s) teno o relojes

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

1- que tiene muchos espacios vacíos y luego terminas caminando por parillos solos.  
2- es difícil ubicar los lugares  
3- es fácil perderse adentro

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartirnos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información

Ninguno

Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)

3

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

CEDROS  
G. Beles  
Forum

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

SI

Si tu respuesta anterior fue SI pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

Prohibido de ropa, videojuegos y casas de nime.

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

inseguridad, Higiene

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartimos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información

Que mejoren la seguridad y la higiene..

4

**Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)**

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

Friki Plaza / Plaza de la Tecnología  
Las Plazas

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

Si

**Si tu respuesta anterior fue SI pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5**

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

Variedad de negocios  
Precios accesibles  
Variedad de comida

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

Algunos empleados  
Pocas veces productos defectuosos

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartirnos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información

Consulta de Plazas del Primer Cuadro (Pilotaje)

5

La siguiente consulta es de carácter anónimo con fines estadísticos, su información será de vital importancia para conocer la opinión pública respecto a las plazas comerciales del primer cuadro.

¿Cuáles son las plazas comerciales que más frecuentas en el centro de Cuernavaca?

Plaza de la Tec.

Plaza Cuernavaca

Forum

Plaza Lido

¿Conoces plaza Lido en el centro de Cuernavaca?

Si

Si tu respuesta anterior fue SI pasa al inciso 3, de lo contrario, pase directamente al inciso 5

3.- Mencione 3 aspectos que mas le gustaron o entusiasmaron de la Plaza Lido

Comida

4.- Mencione 3 aspectos que mas le desagradaron o molestaron de la Plaza Lido

Gente

5.- A continuación, le brindamos un espacio para los comentarios que guste compartirnos respecto a su experiencia en las plazas comerciales, sin más por el momento agradecemos su tiempo y disposición para brindarnos información

son buenas para pasar el rato y hacer compras

<b>Participantes Consulta Usuarios</b>			
<b>Clave ID</b>	<b>Edad</b>	<b>Escolaridad</b>	<b>Recomienda Plaza Lido</b>
CON1	28	Preparatoria	No
CON2	31	Licenciatura	Si
CON3	27	Licenciatura	Si
CON4	21	Preparatoria	Si
CON5	19	Preparatoria	Si

<b>Participantes Exploración Factores Psicosociales</b>							
<b>Clave ID</b>	<b>Género</b>	<b>Edad</b>	<b>Escolaridad</b>	<b>Giro del Local</b>	<b>Puesto</b>	<b>Local propio / Local rentado</b>	<b>Antigüedad del negocio actual</b>
INS1	Mujer	38	Preparatoria	Alimentos	Cocinera	Propio	16 años
INS2	Hombre	21	Preparatoria	Variedades	Encargado	Rentado	3 años
INS3	Mujer	32	Licenciatura	Alimentos	Dueña / Cocinera	Propio	10 años
INS4	Hombre	25	Preparatoria	Cosméticos	Encargado	Rentado	1 año
INS5	Hombre	20	Secundaria	Videojuegos	Encargado	Rentado	20 años
INS6	Hombre	35	Preparatoria	Computo	Técnico / Dueño	Rentado	6 años
INS7	Mujer	47	Preparatoria	Ropa	Vendedora / Dueña	Propio	19 años
INS8	Hombre	42	Preparatoria	Variedades	Vendedor / Dueño	Propio	8 años
INS9	Hombre	22	Bachillerato	Ropa	Encargado	Propio	2 años
INS10	Hombre	19	Bachillerato	Videojuegos	Encargado	No sabe	No sabe

Cuernavaca, Morelos a 20 de agosto de 2020

**Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud,**

**Coordinadora de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**

**Universidad Autónoma del Estado de Morelos**

**P r e s e n t e.**

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis denominada Las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” y su influencia en las prácticas sociales de los comerciantes en el periodo 2018 a 2020, que presenta el alumno Luis Alfonso Gutierrez Aguilar, para obtener el grado de Maestro en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior se sustenta con base a una epistemología *ad hoc* con el tema de estudio, así como de una metodología pertinente, además que el aparato crítico, las fuentes utilizadas y la redacción resultan adecuadas.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

A T E N T A M E N T E

*“Por una humanidad culta”*

Dra. María Araceli Barbosa Sánchez

Profesora ITC, Fac. Diseño, UAEM.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**MARIA ARACELI BARBOSA SANCHEZ | Fecha:2020-08-20 12:55:23 | Firmante**

DJOLZBPkwMJ62RVnGd1iKe1sWXq3OcPL5/ZbbWkaAbjQCplzhwlyhS6cd6ZLiIMsri3/98KJ7qjeoyTgjmshjPCNdZwH5Vfpy+I4K5ujA6SFN2PoSkJ86QqSw6bGxp9p6I3jcc11D2tTT4Db29ltmzQRQUKuYMW51sBtkCblavwWUFxvpVRvvyB0z2ksBtQA0dLxzXvGft6Gx05alzB4LKVxt1gJkCV/ZVEB3LFqxy3ObD/oFb9Y02/Rt68bdMAOaTYQTMG0/sskv+W0yNdkd9m/gQ100nb0F+qoBZsOyc1aXrgN1Ew0O+38MU0RC0keEWaLSDEew6/tOGExqsaA==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



**A6e1EG**

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/9R2pIIISzrE8PihGy5doqGkmGfHJNVbn>



Cuernavaca, Morelos a 12 de septiembre de 2020.

**Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud,**

**Coordinadora de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**

**Universidad Autónoma del Estado de Morelos**

**P r e s e n t e**

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis:

**Las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” y su influencia en las prácticas sociales de los comerciantes en el periodo 2018 a 2020**

que presenta el alumno:

**LIC. LUIS ALFONSO GUTIERRÉZ AGUILAR**

Para obtener el grado de Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: la relevancia social de la problemática abordada; la integración coherente de diferentes abordajes teóricos y metodológicos y la atención razonada y argumentada a las recomendaciones emitidas.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

**A T E N T A M E N T E**

*Por una humanidad culta*

**Dra. Imke Hindrichs**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**IMKE HINDRICHS** | Fecha:2020-09-12 14:09:58 | Firmante

XCNJBBrjAbPK4q0n8ROGzw6B2xTp983vCvo3l6NCH/RPm0R+XNjIB/DKD5yd/g/s++W/JpU1G9ldBCpVMuCxhtQX6KuZ3KAR8J1fDRJDQEBXd5dA6kaNclA4oc0z2FIRF5KxLLnb  
kAdzlkThN2tB8HFOdsL0Dfx0KMLcaXqKXdRBU+K8bzwIzUHfPc8Wdkz61/rBesF/5z6qqC3WshUGObiCUZEXip9nyWfu/Yw8ZJ3pfmssgx8f1EXUaOUlu5ANGgQraSP/GALuri7b  
Yxdesf+KxRp3gG7cBOMYzoiT4pPj2B/qd5QVUKsWP5DVA2XR7Pa7S8Nix584l7coKwHdw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[Av8Feu](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/J3pJk0AOpK3lyqLyGNr71hqWaRAzrhb>



Cuernavaca, Morelos a 28 de agosto de 2020

**DRA. LORENA NOYOLA PIÑA**  
DIRECTORA DE LA FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis:

**Las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” y su influencia en las prácticas sociales de los comerciantes en el periodo 2018 a 2020**

que presenta el(la) alumno(a):

**LUIS ALFONSO GUTIERREZ AGUILAR**

Para obtener el grado de Maestro(a) en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en:

La tesis refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente  
***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*

**Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**LAURA SILVIA ÑIGO DEHUD | Fecha:2020-08-28 12:40:48 | Firmante**

o+B9WyBUB1ZxBIbbHRIBPNAPZ/g44Ku0BEfqmFeg6Sb8sA8549uuLInhsK5rB8KcflisGBiO/tz32Wqj7K5ICWdnjqXpo3XiBjUkVJxiBlafAc8/fJoBHBeYJhhjRNXBxRkVTFGanBLGw  
hEas9iKJu1Wh6gJnvcMGjFnA/GKEDc1RPOCOmEePHh5fF0oNlax8FordOh+bOuEWzIYhD8gS94t2ovd4LAIT+aCoD5nDmiQkr98/l82USjoAymyTF22O0fQhX8XRwOITBhcqHrW  
37vIUJ8X7zH+CAxv8VD1cuqkndaQPOz3XasdpExMbxdrZBiDwI9F13/8aD4YMTXcDw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[odekhA](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/OaTQy2b5HUJjy3zvaqpoVT2sT25ezzb>



Cuernavaca, Morelos a 20 de agosto de 2020.

**Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud,**

**Coordinadora de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**

**Universidad Autónoma del Estado de Morelos**

**P r e s e n t e**

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis:

**Las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” y su influencia en las prácticas sociales de los comerciantes en el periodo 2018 a 2020**

que presenta el alumno:

**LIC. LUIS ALFONSO GUTIERRÉZ AGUILAR**

Para obtener el grado de Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en que cumple con los requisitos de calidad en la reflexión y el análisis que la investigación requiere. Asimismo, en el trayecto de la investigación, el estudiante demostró entrega y trabajo que permiten que la tesis cumpla con dichos criterios.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

**A T E N T A M E N T E**

*Por una humanidad culta*

**Dra. Lorena Noyola Piña**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**LORENA NOYOLA PIÑA | Fecha:2020-08-22 10:21:51 | Firmante**

qAfAXHGwj+9mOX7kuAnriloDI5MX2PSnXfu58J/Bfb1H/kqJpN+11RaAd7ZUeODynT1FL0yA3KiiOeSrbliPlLKxVRiHeuKPB6q6uim0XR3PL1NHtsAlBxamBM8kQVMQ7Aey3qrjm+KcSb8krpCEVclKGV3VElIfRONTeJuDF/VGJZvbvZcHoDruiBlo7id3iYw+ym5Ha1j9LuWVWym2KyMjUQO+ISPVPi51GbpPSwZc0WtMhzcp17AiP2itBX/Vjehq7+OrYWvrsRkX/8Ft4F00l24PKyUMFJNoekX+85opA+xA09fDMX56OwL9N8HQfIXjgRHsAnXXABtvBxw7Qw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[nMbUYC](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/51wAywetJlvWtAqEAhYZkMdzFhPdh8MR>



Cuernavaca, Morelos, a 24 de agosto de 2020.

**Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud,**

**Coordinadora de la Maestría en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad**

**Universidad Autónoma del Estado de Morelos**

**P r e s e n t e**

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis:

**Las representaciones sociales de la “Plaza Comercial Lido” y su influencia en las prácticas sociales de los comerciantes en el periodo 2018 a 2020**

que presenta el alumno:

**LUIS ALFONSO GUTIÉRREZ AGUILAR**

Para obtener el grado de Maestra en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad. Considero que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en:

La tesis refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado, y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Maestría en Imagen Arte, Cultura y Sociedad.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

**A T E N T A M E N T E**

*Por una humanidad culta*

---

Dr. Joel Ruiz Sánchez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

JOEL RUIZ SANCHEZ | Fecha:2020-08-24 08:42:07 | Firmante

hJ3Ppww5uj30hLGuF2cVfdClzfx3O080hwdhXu1BGbJEjpeGXhoJdHpu4MEHz+qwQJk/zT0+Wrra4mAA7NxDUiqYBR4bj/dT5u1f8PtJpCqkZAqvdmseIHpA6KA91didND+bF+YQyflg3gwxdBHekl4cSX6dNsXfHy76eGi1C+zooTXOB/fhewlGpMw0iapClgm0+6JTpjPG0R5eTL5lHzL70ota6qkWhT+v5tRZK3aU2cQe+J7FiHcpwEDs7fzHug7QGDBE2qrrimAaLVt2igERWuMj2DFr1GANZsFhkRMflm3V6xFqXgvAJRhywqwfHHDGoTkPVyZhl/ZYSgQuVQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



WLy516

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/qQMZRLoN3lzhKi3oyCJBVkpXMYoHzqQV>

