



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Planeación Urbana y Regional



El día y la noche en Metepec: prácticas de ocio y consumo de lugares

T E S I S

que para obtener el título de Licenciado en Planeación Territorial

Presenta

Daniel Lara Solis

Directora de tesis:

Mtra en D. M. Guadalupe Hoyos Castillo

Toluca de Lerdo, Estado de México, Junio de 2017

ÍNDICE

Introducción. Protocolo de investigación	3
Capítulo I. Discusión conceptual sobre el ocio. Consumo y espacio urbano en el día y la noche	14
1.1. El ocio. Origen y definición	15
1.2. Conformación de símbolos e identidades urbanas	17
1.3. Nocturnidad, los actores del ocio en la noche	19
1.4. Ocio y consumo	22
1.5. Espacios urbanos de encuentro conforme transcurren el día y la noche...	25
1.6. Conclusión parcial. Esquema conceptual para la investigación	28
Capítulo II. Contexto y caracterización de los espacios de ocio diurno y nocturno en el Municipio de Metepec	33
2.1. Aspectos demográficos y económicos	34
2.2. Espacios y lugares de ocio y consumo en polígonos de estudio	39
2.3. Ocio - consumo en plazas y centros comerciales.....	46
2.4. Horarios para el comportamiento social. Bando Municipal de Metepec	52
2.5. Conclusión parcial.....	55
Capítulo III. Prácticas de ocio diurnas y nocturnas	57
3.1. Criterios metodológicos de aplicación de los instrumentos	58
3.2. Las identidades en el/con el Municipio de Metepec	59
3.3. Prácticas de ocio diurnas y nocturnas	64
3.4. Aspectos socioeconómicos del ocio	66
3.5. Frecuencia de asistencia a los lugares	70
3.6. Opinión de los servidores públicos en el Municipio de Metepec	75
3.7. Conclusión parcial	78
Capítulo IV. Conclusiones generales	81
4.1. Conceptos y hallazgos sobre el ocio diurno y nocturno	82
4.2. Recomendaciones. El ocio como programa de política pública	88
Bibliografía	90
Anexos	94

Introducción. Protocolo de investigación

En este apartado se presentara la base estructural de la investigación, el protocolo de tesis, primeramente se analizan investigaciones con características similares al tema de estudio, seguido del planteamiento del problema que da lugar a la presente investigación, se establece la hipótesis de trabajo, la cual se busca su confirmación o negación, con el sustento de un objetivo general y cuatro específicos que organizan la estructura general, en la justificación se presenta el por qué la necesidad de investigar el tema y, al final el diseño de la metodología o estrategia de investigación.

Presentación

La transformación socio-espacial de las ciudades actuales revela, entre otros, procesos urbanos, económicos y culturales, donde surgen áreas sensibles al entrecruzamiento durante las 24 horas del día. Tales dinámicas construyen al espacio-lugar. Las prácticas sociales específicas caracterizan lugares de ocio y tiempo libre.

Las prácticas culturales del ocio diurno y nocturno, tienen larga trayectoria histórica en la constitución de las ciudades, sólo que actualmente ellas ganan importancia de la mano de las lógicas económicas del consumo, por la cultura del ocio, debido a la reestructuración de la economía urbana y, las políticas urbanas locales impulsan proyectos de activación económica de áreas y sectores de la ciudad.

En las últimas décadas, en el orden internacional, el ocio se ha instaurado en la ciudad e implantado en la sociedad que refleja nuevos patrones culturales. Según Lynch (2001: 167) "El incremento del ocio en las ciudades va en aumento por lo que ha conducido a la crítica de que la cultura de consumo actúa para enmascarar las desigualdades de la economía moderna; el reino del conformismo y la satisfacción personal". Por lo que se deben desentrañar lógicas y consecuencias en tal estado de las ciudades.

El fenómeno del ocio presente en la ciudades mexicanas todavía no ha atraído suficiente estudiosos especializados. El caso del Municipio de Metepec donde la ampliación de opciones para la diversión y uso del tiempo libre, no solo dinamizan en el día sino también la noche, son procesos socioculturales, económicos y espaciales por lo que deben ser examinados para gestionarlos en forma adecuada, debe conocerse para incorporarlos a la disciplina urbana y a las políticas urbanas.

Antecedentes

En las ciudades, las actividades de consumo y ocio han ido modificando significados que devienen patrones culturales que reforzados con los adelantos tecnológicos (música, sonido, video, 3D, acceso), y proyectos urbanos especiales diversifican opciones de tiempo libre. Los espacios tienen ritmos, públicos y están localizados, se generan áreas con transformaciones en las 24 horas del día, otras sólo en el día y otras más sólo en la noche. Ellos concentran trayectorias demográficas, de inversiones económicas, patrones culturales y políticas públicas urbanas, al conjuntarse transforman la estructura urbana.

El espacio urbano nocturno en la ciudad de Murcia, España, ha sido estudiada por Martínez (2014), quien diferencia tres actividades que ocurren durante la noche donde la sociedad es el agente primario: móvil, residencial y ociosa que ocurren en diferentes espacios urbanos de manera privada y pública, lo cual no necesariamente definen las características de la ciudad pero si de sus habitantes. El autor indica que la “funcionalidad urbana del ocio nocturno: casi todos los días y en especial los fines de semana, los locales de música atraen a gente por la noche, dinamizando las áreas concretas del callejero urbano donde se localizan los mismos. El fenómeno del que se habla, de carácter geográfico y social, consiste en la configuración del espacio urbano nocturno motivada por la influencia de los locales nocturnos de música”. (Martínez, 2014: 131)

La dinámica urbana nocturna que propician los locales de música en Murcia, son también observados en ciertas calles de sectores urbanos del Municipio de

Metepéc; calles con “antros” y bares -venta de bebidas alcohólicas, luces, pistas de baile- tienen significado socio cultural y peso económico específico. La expresión *antro* ha adquirido popularidad, para referirse a todo local que propicia ambiente de fiesta donde hay interacción social, construcción de símbolos e identidades que los convierten en espacio-tiempo de actividades diurnas y nocturnas. Así, tales locales de música suelen estructurar espacios, por su alta afluencia, en horarios desde la tarde al amanecer en algunos días de la semana. Todo ello es un cambio cultural de la sociedad que atañe a los todos públicos, edades y género.

La cultura de la noche en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, descifrada por Margulis (1997) se compone de las actividades de ocio que transforman a la ciudad en un ámbito de tiempo-espacio. Con un enfoque de libertinaje, describe actividades que se realizan en la noche y parte de la madrugada. Un aspecto sustantivo es la cultura ya que hace posible una identificación con los elementos que rodean al individuo. Así “las significaciones compartidas y el caudal simbólico que se manifiestan en los mensajes y en la acción, por medio de los cuales los miembros de un grupo social piensan y se representan a sí mismos, su contexto social y el mundo que los rodea. La cultura sería el conjunto interrelacionado de códigos de la significación, históricamente constituidos, compartidos por un grupo social, que hacen posible la identificación, la comunicación y la interacción”. (Margulis, 1997: 2).

De la misma manera Borges (1997) comenta que la noche juega un papel importante para las actividades económicas, abre opciones para una diversidad de culturas con diferentes significados. “La noche urbana no es precisamente oscuridad. La noche urbana presenta una ciudad diferente, menos iluminada, cambiando el paisaje urbano y a los actores. Son otras las actividades que otorgan dinamismo a la ciudad nocturna, y ello ocurre en espacios que acaso tengan ritmos muy diferentes durante el día” (Borges, 1997: 5).

Los jóvenes urbanistas tocan el día y la noche en la Ciudad de México según Melgar (1999) desde los años noventa existía gran flujo de personas jóvenes que

se interesaban en los lugares diurnos. La inconstancia de las prácticas juveniles frente a las ofertas culturales nocturnas, podrían estar sugiriendo el tránsito a un nuevo modo de referir las temporalidades cotidianas en el universo del ocio, más que su renuncia a la noche abierta. La apropiación de la noche mediática o internáutica en los espacios privados o públicos con mayor nitidez que la del cable televisivo, opera únicamente como referencialidad externa de otros sentidos y valores (tiempo libre y/o de ocio, transgresión, permisividad o control familiar o público). La lógica visual que despliega los sentidos de uno u otro de estos productos culturales mediáticos, carece de los filtros normativos de censura, permiso o tolerancia con que opera el gobierno capitalino frente a las diversiones públicas nocturnas (Melgar, 1999: 3).

En las últimas décadas, los espacios del consumo convertidos en espacios para el ocio son los centros comerciales (Crawford, 2004). Los centros comerciales se han convertido en la identidad cultural de la sociedad, han reconfigurado las prácticas sociales, reorganizado el espacio, se han multiplicado en espacios cerrados, aunque también popularizado en espacios abiertos, sus características han permeado todos los equipamientos urbanos, ellos son la base de la economía capitalista de casi un siglo de consumismo.

Las plazas y los centros comerciales, constituyen lugares de socialización, de ocio, y de empleo de gran parte del día. Aunque dada la economía que genera el ocio en las plazas, algunas actividades de ocio y diversión, contemplan estrategias del diseño y seguridad que permiten ampliar horarios, ciertos giros en las plazas abren las 24 horas.

En la era de la adquisición de bienes y servicios las ciudades compiten en una jerarquía urbana que se caracteriza por una intensa lucha para asegurar la inversión, el empleo y llegada de turistas, que las autoridades urbanas han tenido que garantizar la economía en términos simbólicos y económicos. Las ciudades están adquiriendo espacios, así como ellas son espacios para el desarrollo de prácticas consumistas. (Jayne, 2006: 3) “El consumo no es solo de productos que son fabricados y vendidos, sino que cada vez más considera el de ideas, servicios

y conocimiento, lugares, compras, comida, moda, ocio y recreación, vistas y sonidos todo ello puede ser "consumo". (Jayne, 2006: 5).

Así ciudad, consumo y ocio, son la plataforma para la generación de prácticas culturales sociales, mismas que generan espacios urbanos con importante significado para distintos públicos del día y la noche.

Planteamiento del problema

Actualmente en el Municipio de Metepec, se observan espacios que registran importantes procesos, sea por la inversión inmobiliaria (residencial, comercial, educación y salud), imagen urbana del centro histórico o pueblo típico, dinámica de la alfarería local de larga tradición y, prácticas culturales de pueblos originarios, donde se agregan las políticas públicas de turismo y los ordenamientos urbanos (horarios, funciones y usos). El entrecruzamiento de procesos, acciones y prácticas ha generado mercados diurnos y nocturnos con prácticas culturales derivadas en ocio y tiempo libre (servicios de consumo, centros comerciales, bares y otros).

En particular el aumento demográfico y concentración de ingresos en el municipio desencadenó procesos imprevistos. En la década de los años 70, con la formación de la zona metropolitana de Toluca, Aguilera y Corral (1992) dicen que el Municipio de Metepec, es uno de los que integran la primera fase de metropolización y en el lapso de cuatro décadas experimentó cambios en su territorio que terminaron por transformarlo de un municipio predominantemente agrícola y artesanal, a uno con contraste urbano, ubicándolo, sólo por debajo de Toluca, con mayor peso económico y demográfico en esta zona metropolitana.

A una escala de funcionamiento metropolitano en el Municipio de Metepec, actualmente confluyen lógicas de localización de inversión con creciente segregación espacial, estratificación y concentración espacial del ingreso que han conformado mercados y prácticas de consumo y tiempo libre, las empresas de

diversos giros han entendido como capitalizarlos; así se ha conformado un municipio de atracción residencial, comercial y turística.

Por otro lado, “El proceso de crecimiento urbano trajo consigo un proceso de transformación y continua reconfiguración de la identidad sociocultural local, la cual ha entrado en un proceso de hibridación que combina los patrones de relación comunitaria tradicional con nuevas formas de relación y consumo, y separa a la población en dos agentes fundamentales diferenciados: unos como practicantes y exhibidores de las tradiciones locales (actores sociales del espacio colectivo) y otros como consumidor y espectador de esas tradiciones (encarnación de modelos de consumo privatizadores de éste)”. (Gómez y Villar, 2013: 270)

Culturalmente en Metepec, residentes locales y población metropolitana construyen símbolos de identidad en los lugares donde son actores en el tiempo libre y ocio. Las prácticas se diferencian, superponen y conviven entre el arraigo cultural (religioso, agrícola, alfarero, vidrio) y las prácticas de consumo de espacios, mercancías y servicios. Ambos tienen significado y peso específico durante el día, la noche y en el año, respectivamente. En lo económico, tal superposición no está exenta de afectaciones y reajustes porque los mercados del ocio son dinámicos en transformación de espacios, imágenes, e inducir patrones culturales, incluso en el reajuste de políticas públicas.

En Metepec, el cambio de significado y carácter de las actividades transcurren en el tiempo y el espacio. Los significados y usos de edificios son distintos en el día que la noche. Durante el día predomina el ambiente laboral, actividades de comercio, servicios, educación, todas ellas generan movimientos y convivencia de personas activas, familias y jóvenes en horarios de alimentos y al término del trabajo y de otras responsabilidades, ello transcurre en plazas y centros comerciales, cafeterías y similares. En el atardecer y la noche, lo sustantivo son prácticas del tiempo libre con significados, símbolos y códigos de libertinaje y diversión en espacios y lugares, tales como cibercafeterías, cafeterías, restaurantes, bares, antros, cines, gimnasios, spas entre otros. La conformación

de estos espacios es a la vez transformación de lugares públicos abiertos y gratuitos a privados y cerrados. Dichas actividades requieren ser examinadas con mayor detalle en el día de la noche.

En Metepec, tendencia internacional de que las actividades de ocio se integran con las de consumo, es también una práctica clara que se ha insertado a las tradiciones culturales. Tales procesos, espaciales y culturales, han sido inducidas y fomentadas en dos espacios distintos; en el centro o pueblo típico (programa de pueblos mágicos) y en el área de confluencia y accesibilidad de consumidores (inversión comercial), con polígonos de usos mixtos, en la parte oriente. Estas dos áreas son objeto de estudio a mayor detalle.

El periodo de estudio para desarrollar la investigación comprende al proceso de incremento de actividades económicas en el municipio, en particular las de consumo y ocio, y el surgimiento de la economía nocturna y prácticas de ocio, que se sitúa desde comienzos de la década del 2000, las inversiones en actividades lúdicas, ocio, recreación, entretenimiento. El centro o pueblo típico sufrió cambios de imagen urbana por la dinámica propia del todo el municipio pero sobre todo porque se desplegaron políticas públicas combinando imagen urbana e impulso al turismo. La fecha actual, 2016, porque la dinámica nocturna ya es un hecho cultural y económico.

La pregunta que conduce la investigación se formula así: ¿cuáles son las transformaciones que propician las prácticas de ocio y consumo durante el día y la noche en Metepec?

Hipótesis

Las actividades económicas y el comportamiento cultural de la población actual del Municipio de Metepec confluyen actividades de ocio y consumo, al tiempo que sobreponen prácticas culturales tradicionales con nuevas lógicas del tiempo libre, conforma lugares y espacios (plazas comerciales, restaurantes, cafeterías, bares, antros, entre otros). Dicha dinámica abarca por igual prácticas de ocio y consumo

en el día que la noche con significado, peso cultural y, lógica económica diferentes. Al ser un municipio de atracción cultural, de consumo y de diversión genera una reestructuración de funciones económicas y socio-espaciales.

Objetivo general

- Examinar las transformaciones de las funciones económicas del ocio y el consumo durante el día y la noche, en las últimas décadas, en polígonos seleccionados, uno que corresponde al centro histórico de Metepec y el otro donde se concentran plazas y centros comerciales.

Objetivos específicos

- Elaborar un marco conceptual que permita fundamentar la comprensión del fenómeno del ocio en el día y la noche en la ciudad.
- Identificar actividades y lugares que derivan de las prácticas del ocio en el día y en la noche para diferenciar patrones de comportamiento y organización en la ciudad con base en dos polígonos seleccionados de Metepec.
- Analizar las prácticas culturales en los distintos espacios y lugares para develar impactos positivos y negativos en el día y la noche en los dos polígonos seleccionados de Metepec.
- Caracterizar el ocio en el día y la noche para sugerir cambios en políticas públicas urbanas.

Justificación

Las actividades de ocio y consumo generan espacios y lugares que fundamentalmente son transformaciones en la estructura urbana (física, simbólica, cultural y económica), el examen de la dinámica diurna versus la dinámica nocturna en las ciudades no está presente en la planeación urbana de las ciudades en México. Por tanto se trata de examinar un caso de estudio que adelanta cambios complejos y dinámicos en las ciudades, por ello se debe

conocer y dimensionar el problema para proponer políticas y acciones que gestionen las transformaciones que traen consigo las actividades lúdicas modernas y tradicionales en el día y la noche.

Por ejemplo, considerar un programa parcial de desarrollo diurno y nocturno de la ciudad, en el marco del sistema de planeación urbana mexiquense, que integre al sector tradicional local con los agentes privados y a éstos con los actores o usuarios de la ciudad, con el propósito de corregir efectos negativos y disminuir desequilibrios sociales y espaciales. Las actuales transformaciones espaciales provocan un aumento en la plusvalía del suelo lo que genera que los talleres de artesanías tengan que sustituirse por bares, restaurantes, cafeterías o usar el espacio para uso habitacional, por lo que es imprescindible crear estrategias que frenen estas sustituciones y otras.

Las dinámicas económicas y culturales del día y la noche, que se constituyen en lugares y espacios concretos, tienen efectos de atracción local, metropolitana y regional (son flujos culturales, de personas, de inversiones y ordenamientos). Por ello tanto las disciplinas que tratan a la ciudad, como los actores, sectores deben atender los efectos de éste fenómeno con una visión más integral de coordinación y cooperación de agenda y gestión metropolitana.

Metodología

El método que se utiliza durante esta investigación será el hipotético – deductivo, consistirá en analizar las cualidades importantes del caso de estudio con base en conocimiento precedente para delimitarlo, posteriormente desestructurarlos para ampliar su comprensión, caracterizar sus causas y los efectos, el conocimiento de un objeto de estudio en concreto, no sólo aporta algo más al conocimiento sino que da lugar a propuestas de posibles soluciones.

En esta investigación se examinan las transformaciones del espacio derivadas de las actividades económicas y de ocio durante el día y la noche en una ciudad, que a saber es un fenómeno que trae consigo cambios de organización y significado

del espacio-ciudad, por ello se identifican aquellos vectores que permitirán explicar las relaciones de prácticas tradicionales y modernas del ocio y el consumo en los lugares y espacios del municipio. El esquema de razonamiento y de organización de la investigación será el siguiente (Cuadro 1):

Cuadro 1. Fases de la investigación

Fases	Procedimientos	Fuentes
Construir el marco conceptual	<ul style="list-style-type: none"> • Demarcar discusión y examen de comprensión de las dinámicas de ocio-consumo, generación de espacios-lugares durante el día y la noche. • Elaborar esquemas conceptuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía especializada (artículos, tesis y capítulos de libros).
Contextualizar, identificar variables y seleccionar área de estudio	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de las dinámicas sociales, económicas y espaciales. • Clasificación de actividades de estudio. • Localización espacial de los lugares y espacios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información secundaria de censales y cartográficas. • Recorridos de campo para el levantamiento de información. • Localización cartográfica de actividades y espacios en dos polígonos seleccionados.
Selección de métodos y técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de cuestionario para identificar prácticas culturales de ocio y consumo y lugares y sitios derivados. • Entrevista a informantes calificados en el ayuntamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de cuestionario y de entrevista siguiendo criterios específicos.
Analizar resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización de levantamientos en campo. • Análisis y redacción según clasificación, polígonos e instrumentos. • Redacción de conclusiones generales. • Sugerencias a las políticas públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Base de datos propia (estadística, gráfica y cartográfica).

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el esquema anterior la estructura capitular de la tesis está formada por el protocolo de investigación, tres capítulos de investigación y el de las conclusiones generales.

Capítulo I. Discusión conceptual sobre el ocio. Consumo y espacio urbano en el día y la noche

Capítulo I. Discusión conceptual sobre el ocio. Consumo y espacio urbano en el día y la noche

Este capítulo organiza el marco conceptual sobre el ocio, sus definiciones, perspectivas, contextos y comportamientos, en particular las relaciones socioespaciales. Para ello se consideran aportaciones de investigadores con intereses similares vinculados a la ciudad actual cuyas dinámicas de día se contrastan con las de la noche, en ello surgen conceptos de identidad urbana, símbolos, prácticas culturales que derivan a su vez en lugares, las razones de uso y existencia. El capítulo consta de seis partes que constituyen el marco conceptual para la investigación.

1.1. El ocio. Origen y definición

La palabra ocio, deriva del latín *otium*, el Diccionario de la Lengua Española, presenta cuatro acepciones: cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad; tiempo libre de una persona; diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio; y obras de ingenio realizadas por fuera de las horas de ocupación¹. En esta investigación la acepción de ocio, será la de tiempo libre de una persona, en la versión contemporánea, con base en trayectorias presentadas en las ciudades.

El lugar que corresponde, dentro de la ciudad, al trabajo y a las actividades denominadas “extralaborales”, es una antigua cuestión. El espacio para el ocio no siempre se ha considerado de forma explícita, según rescata Berto (2015: 15-18):

1. En la ciudad antigua el *otium* dominaba un espacio urbano público dedicado a la política, la religión o los espectáculos. Si bien el “*negotium*” tiene su lugar, este no se trata de trabajo servil, sin el cual no sería posible la producción. Al contrario, el tiempo libre es el privilegio y la singularidad de los hombres libres, si bien el ocio ciudadano y político no tiene el mismo significado ni el mismo valor que el tiempo pasado en el circo, que controla a la multitud y permite su

¹ Real Academia Española en <http://dle.rae.es/?id=QrvsNB1> [consulta 29 de enero de 2017]

gobierno. Siendo tiempo para uno mismo, el *otium* es también lugar comunitario.

2. La ciudad medieval presenta otra figura dedicada al trabajo, que identifica las diferentes calles y barrios. Los gremios se inscriben en el espacio; el ocio se disuelve en la producción y las ferias.
3. En la ciudad moderna, de la revolución industrial, es diferente, aunque el trabajo sigue siendo central, se encuentra en un espacio-tiempo completamente independiente e impuesto, el tiempo de la fábrica y de los asalariados, fuera del espacio urbano donde las actividades “extralaborales” se multiplican.
4. En la ciudad actual, la capacidad colectiva para producir comunidad cultural y simbólica es más valorada. Es objetivo de las políticas la organización de festivales, competir por ser capital de la cultura, competir para acoger eventos deportivos mundiales, etcétera. Tales eventos institucionales son a la vez momentos de gestión urbana del colectivo productivo y momentos para que la ciudad ponga a prueba sus capacidades.

El ocio consiste en una forma de utilizar el tiempo libre mediante una ocupación autotélica, autónomamente elegida y realizada cuyo desarrollo resulta placentero al individuo (Trilla, 1991). Se caracteriza por: a) Autonomía, es una actividad libremente elegida por el sujeto que la realiza, en cuanto hace al qué -libertad de elección-, y al cómo -libertad de realización-. b) Autotelismo, actividad que se realiza sin buscar una utilidad o finalidad ajena al mismo hecho de realizarla. c) Placer, la actividad de ocio tiene que procurar disfrute o satisfacción al realizarla (González, 2014: 80)

Elizalde (2010) sostiene que el ocio es un tiempo/espacio optado y elegido libremente, “caracterizado por una actitud crítica, creativa y realmente liberadora” (Elizalde, 2010: 451) y hace hincapié en los elementos que constituyen la vivencia del ocio:

“a) un tiempo vivido en el momento presente...; b) un espacio/lugar del cual los sujetos se apropian, en el sentido de transformarlo en punto de

encuentro... consigo mismos, con otros, con el mundo...y de convivencia social; c) manifestaciones culturales con actividades o contenidos vivenciados como disfrute y goce de la cultura, sea como posibilidad de diversión, de descanso o de desarrollo y; d) una actitud fundamentada en lo lúdico...". (Elizalde, 2010: 448 en Cordero y Aguilar, 2015: 17)

Existe una diversidad de abordajes de las relaciones entre ocio y ciudad, entre otras las derivadas de las dinámicas culturales, la configuración de espacios, los horarios de la ciudad, los contextos económicos, por estratos etarios, por género, por consecuencia los efectos de retorno a la misma ciudad, ello propicia relaciones de ida y vuelta, de vínculos co-determinantes directos e indirectos, que aquí se presentan sólo algunos de interés para la investigación.

1.2. Conformación de símbolos e identidades urbanas

La generación de símbolos permite a la sociedad tener cierta identidad con lo que lo rodea, entre otros los espacios de esparcimiento, públicos o privados, éstos les proporciona diferente perspectiva, el cómo la población (grupos, segmentos) los perciben.

La visión de cada persona de la ciudad es distinta, asientan Valenzuela y otros (2005), ya que forma parte de las vivencias y experiencias individuales y colectivas, por lo tanto para llegar a comprender a una ciudad hay que tener en cuenta las percepciones y significados que las personas le dan a ésta y evitar darle énfasis en cosas externas, estas prácticas se han ido dejando a un lado pasando a dinámicas más individuales en las cuales solo existe el "tengo que ser mejor", esto debido a la competitividad que trae consigo el sistema socioeconómico capitalista lo cual también cambia las formas en cómo la gente consume y disfruta de la vida, todo esto viene a desgastar vínculos de identidad.

La generación de símbolos en el espacio urbano varía en función de la condición de clase. Para los sectores medio y alto el consumo es determinante: la identidad grupal es modulada por el perfil simbólico de los bienes que se pueden consumir.

En las clases populares los consumos son escasos y no es común apelar a ellos como signo de distinción (Roland, 1997: 15).

La significación de objetos adquiere valor cultural cuando cierto grupo de personas les da un significado que para el grupo es importante, de esta manera es como se van creando una forma distinta de ver la ciudad, que según Margulis (1997:36) “las significaciones compartidas y el caudal simbólico que se manifiestan en los mensajes y en la acción, por medio de los cuales los miembros de un grupo social piensan y se representan a sí mismos, su contexto social y el mundo que los rodea. La cultura sería el conjunto interrelacionado de códigos de la significación, históricamente constituidos, compartidos por un grupo social, que hacen posible la identificación, la comunicación y la interacción”.

La identidad urbana no solo se construye con base en signos y patrones de consumo de la gente sino que también, “Podemos reconocer que la identidad urbana se constituye en un elemento fundamental para el estudio y comprensión de la realidad social territorial actual, en tanto que el estudio del espacio urbano y la apropiación simbólica que de él hacen sus usuarios permite entender la manera en la que los individuos y las colectividades hacen ciudad y construyen su ciudadanía, además de posibilitar la comprensión de las problemáticas que actualmente enfrentan nuestras metrópolis”. (Gómez y Villar, 2013:286). Los procesos identitarios juegan un papel importante en la transformación de los espacios, ya que, el aspecto físico de la edificación tiende a cambiar, ya sea por las demandas o necesidades de la población, al mismo tiempo se crean diversos símbolos o códigos que chocan entre sí mantener lo tradicional o tomar lo moderno.

“Las ciencias sociales, incluyendo a los estudios urbanos, vienen presentando una creciente atención a lo invisible, aunque prefieran traducirlo con términos como lo <<intangible>> o lo <<inmaterial>>, bien a la hora de reevaluar la noción de <<patrimonio>>, bien a la hora de medir efectos de una determinada política de intervención sobre el espacio público, pensemos en los avatares que ha padecido

la noción misma de patrimonio. Las aproximaciones más tradicionales lo trataban como algo que se hereda y no como algo que se contribuye. Hoy estamos (casi) todos persuadidos de que se trata de una construcción social. Por tanto refleja las tensiones históricas, las memorias (y los olvidos), políticos, los intereses (y las desidias) colectivos, de cada momento presente”. (Bayón y Ortega, 2015)

La educación en y para los tiempos libres y de ocio se convierte en ámbito de acción-intervención clave de cara a favorecer los lazos de identidad que las personas guardan con el entorno en el que habitan. En esta línea, el desarrollo de políticas, programas o actividades de ocio compartidas en la urbe resultan medios estratégicos para la canalización de procesos de inclusión social y originar sentimientos de pertenencia compartidos en el espacio de convivencia. (Valenzuela y otros, 2015: 54)

1.3. Nocturnidad, los actores del ocio en la noche

La noche y la oscuridad deben diferenciar sus sentidos nativos de aquellos que les confieren las ideologías de la modernidad para referir los consumos. La densidad cultural con que se marca la noche con sus contraluces, oscuridades y penumbras en nuestra ciudad, puede dejar sus huellas hasta en nuestros mejores registros antropológicos. (Melgar, 1999: 5)

“La noche suscita en los ambientes de la ciudad, más allá de sus filiaciones sociales, generacionales o culturales, nuevos modos de interacción social y de resignificación de sus itinerarios a través de los espacios urbanos privados y/o públicos. Un complejo proceso de elaboración y reproducción de múltiples claves de representación y simbolización nocturnas, entre modernas y no modernas, remarcan nuestros propios escenarios y las prácticas culturales que les corresponden”. (Melgar, 1999:1)

Borges (1997: 5) describe que la noche urbana presenta una ciudad diferente, menos iluminada, acaso ofreciendo por ello mismo mayor privacidad, espacios protegidos de las miradas. Cambia el paisaje urbano y cambian los actores. Son

otras las actividades que otorgan dinamismo a la ciudad nocturna, y ello ocurre en espacios que acaso tengan ritmos muy diferentes durante el día. Existen diversos factores por los cuales se da un cambio en las actividades sociales y económicas durante la noche respecto al día. Borges (1997) dice que el elemento de luz traza las actividades que se realizan en ciertos lugares cambiando a las tiendas de servicios haciéndolas un lugar oscuro y sin actividad, en cambio existen lugares completamente diferente con luces de diferentes colores, sonidos que resuenan y renuevan las calles, poblando las banquetas de jóvenes que su principal actividad es la fiesta.

El ocio nocturno, refiere a la actividad que la juventud denomina «salir de marcha» y que se lleva a cabo principalmente durante el fin de semana (González, 2014: 80). Comúnmente las discotecas o antros son espacios lúdicos, su principal público o consumidor son los jóvenes, en algunos casos la funcionalidad de los espacios cambia conforme al tiempo que se desarrollen las actividades esto sucede porque surgen elementos día-nocturnos. (Borges, 1997)²

“El nombre genérico de «antro» ha sido recreado por los jóvenes de los noventa, con una fuerte carga de positividad lúdica sin renunciar a sus sentidos fuertes de sitio de penumbra o «lugar peligroso», es decir, de espacio de potencial transgresión de la norma moral o pública. Ir «a antrear» —en el argot juvenil— supone bajo la lógica del deseo, la búsqueda y apropiación de espacios extraordinarios de sociabilidad, lo que implica trazar un itinerario nocturno por las discotecas, tocadas, *tables dances*, bares e incluso episódicos «raves» urbanos. Pero la semántica del «antro» forma parte de la dimensión mítica de la Ciudad de

² El termino juventud, en su relatividad histórico-cultural para marcar una franja diferencial del ciclo de vida, merece ser revisado y no solo por la función polisémica que cumple en los diversos ámbitos de la existencia social sino por razones de época. Lo exige una vida urbana que ha elevado sus promedios de vida y por ende, ensanchando los encuentros y desencuentros intergeneracionales a partir de sus diferenciales campos de experiencia y de representación diurna y nocturna. La revisión desde la configuración y el acceso diferencial a un mercado de bienes simbólicos juveniles nocturno, retroalimentado por un cruzamiento complejo entre la economía formal y la subterránea, y reforzado por los nuevos cánones de la flexibilidad laboral en boga. (Melgar, 1999: 1)

México del siglo XX, también de la voluntad de carnavalización de la vida cotidiana diurna; para ello apela a inevitables claves musicales. El antro en sus añejas formas de cabaret, prostíbulo o cantina, como en sus nuevas modalidades y consumos, sostiene una línea de continuidad en su semántica profunda”. (Melgar, 1999: 3)

Se podrían denominar antros a aquellos espacios cerrados cuya función no es solo el libertinaje si no que representan un lugar en el cual puedes salir de la rutina diaria del estrés. Para Ramírez (2012) el propósito es alejar a sus asistentes de la realidad, inmiscuirlos en un ambiente lúdico donde el exterior no existe, de modo que se está literalmente “dentro del antro”; la experiencia de aislamiento se convierte en un retiro de la vida cotidiana a la diversión, un paso de la realidad al ensueño de la fiesta.

El ocio nocturno musical es el gran organizador del espacio urbano, por lo que se debe tomar muy en cuenta, según Martínez (2014: 151), con base en la ciudad de Murcia durante la noche, a la hora de abordar cualquier aspecto urbano se debe tener muy presente la realidad territorial de los locales de música y fiesta.

La industria de la cultura tiene especial atención a los jóvenes ya que constituyen sentidos de vida contemporánea. Ellos moldean las formas de producción y como estas las adquieren los jóvenes y como estos mismos las representan en el ocio y en sus formas de socialización. “Las industrias creativas ocupan cada vez más importancia en la vida cotidiana de las ciudades, no solo en su condición de instrumentos de desarrollo económico sino por su gran capacidad para moldear sentidos, simbólicos y significaos sociales”. (Alday y Mendoza, 2005: 178)

Es decir que la actividad nocturna de los sujetos es la que organiza y configura la noche en lo cultural y en lo físico. “Vemos que no es el espacio el que determina el ocio, según sus componentes comerciales, físicos o funcionales, sino que es claramente la actividad de ocio nocturno el agente estructurador del espacio urbano durante la noche, a partir del cual tiene lugar toda la actividad espacial nocturna. (Martínez, 2014: 149)

La noche no sólo la componen y configuran los jóvenes, como se ha visto públicos importantes, existen otras actividades con sus respectivas prácticas culturales nocturnas realizadas por la población activa, que dinamizan y construyen sus lugares, además de los antros donde van menos, están los bares, salones de baile, restaurantes, casinos, cabarets, salas de cine, salones boutique de cafeterías, reuniones en casa y giros rojos. Todas estas prácticas generan tipos y subtipos de espacios nocturnos con flujos de inversión y mercados de consumo.

Las prácticas culturales nocturnas, tienen larga trayectoria histórica en la constitución de las ciudades, sólo que actualmente ellas ganan importancia de la mano de las lógicas económicas del consumo, debido a la reestructuración de la economía urbana y la política urbana local impulsa proyectos de activación económica de áreas y sectores de la ciudad.

1.4. Ocio y consumo

El cambio cultural y la diversificación del consumo final son dos lados de un mismo proceso hoy en día. Para Applebaum (2002) a diferencia de los siglos XVIII y XIX, cuando se acumulaba capital pero caracterizados por la escasez con bajo nivel de consumo, las sociedades industriales desarrollaron excedentes con creciente opulencia, hasta instaurar al consumismo. “A finales del siglo XX las sociedades industriales se han orientado hacia la generación masiva de bienes de consumo y una fuerte demanda de los consumidores, a fin de mantener saludables sus economías”. Applebaum (2002: 489)

Cortina (2002) explica que el incremento del nivel de vida de los sectores de población muy ricos y ampliación de la clase media, que sucede a la par de la transformación productiva de mediados del siglo XX, impactó favorablemente en actividades asociadas al ocio y tiempo libre que refuerzan lujo y ostentación.

En el ascenso del consumismo, los patrones culturales en manos del marketing han rendido frutos en la economía de la diferencia de grupos y exclusión (Cortina, 2002). En los centros urbanos más dinámicos la búsqueda del bienestar y calidad

de vida por parte de los consumidores conduce el perfil del consumo final. Ello explica el incremento del comercio al por menor y los servicios personales privados.

Por lo que las ciudades son lugares donde el consumo individual y colectivo toma lugar a una escala masiva. De hecho en la era del consumo las ciudades compiten en una jerarquía urbana que se caracteriza por una intensa competencia para asegurar la inversión, el empleo y llegada de turistas, que las autoridades urbanas han tenido que garantizar la economía en términos simbólicos y económicos. Las ciudades están consumiendo espacios, así como ellas son espacios para el consumo. (Jayne, 2006: 3)

En las últimas décadas, los espacios del consumo convertido en espacios para el ocio son los centros comerciales (CC; *mall*, *shopping center*, plazas comerciales). El conocimiento sobre los CC en cuanto a localización, estrategias comerciales internas, garantía de consumidores y éxito de las inversiones ha despegado, mejorado y difundido, primeramente en/desde Estados Unidos y propagado después a otros países.

El sistema de centros comerciales, el mensaje que transmite es el mismo: la insistente obligación de consumir. “El ethos del consumo ha penetrado en todas las esferas de nuestra vida. A medida que la cultura, el ocio, el sexo, la política e incluso la muerte, se convierten en mercancía, el consumo construye con una fuerza cada vez mayor nuestro modo de ver el mundo”. Así, “las jerarquías del consumo, donde las mercancías determinan las formas de vida, ofrecen en la actualidad una información más clara sobre los niveles de renta que sobre las relaciones económicas entre las distintas clases sociales”. (Crawford, 2004: 23)

Tras la II Guerra Mundial, en USA, florece la economía consumista la cual generó prosperidad inédita con pleno empleo que proporcionaba consumidores para productos distribuidos a gran escala, mientras que la publicidad y una ‘obsolescencia planificada’ aseguraban su constante circulación. La semana de trabajo normalizada dejaba tiempo libre para nuevas actividades de ocio. En los

márgenes de las ciudades, el crecimiento de los suburbios generó un paisaje económico de zonas de viviendas unifamiliares conectadas entre sí por superautopistas, y salpicadas de centros comerciales. (Crawford, 2004: 27).

A continuación se apunta la trayectoria de los CC en su vinculación con el ocio, siguiendo la reflexión presentado por Crawford (2004: 27-41):

1. Los CC empezaron incorporando servicios diversificados, -cines, restaurantes, pasajes de establecimientos de comida rápida, salas de videojuegos o pistas de patinaje-, los cuales, si bien requieren un desembolso, constituían una expansión del papel recreativo de los CC.
2. A medida que el “tiempo en el centro comercial” se convierte en una unidad estándar de medición, surgen actividades de promoción que cada vez fueron más habituales: desfiles de modelos, parques zoológicos de animales domésticos, más tarde conciertos sinfónicos e incluso fiesta de fin de curso. Hoy, las atracciones propias de los parques temáticos son habituales en los CC, ambas forman convergen: los CC diviertan y los parques temáticos funcionen como mercados disfrazados.
3. “Pasar el rato” en un CC ha sustituido el paseo por las calles, los CC representan para los jóvenes, auténticos centros sociales, y muchos de ellos encuentran allí su primer trabajo. También se están convirtiendo en centros sociales para los adultos. De igual manera, la cultura popular refleja la incorporación de los CC a la vida cotidiana.
4. La proximidad ha establecido un vínculo de conducta, entre las necesidades humanas –recreo, vida pública y de interacción social- y las actividades del CC, entre el placer y el beneficio. (Crawford, 2004: 27-28)
5. El mundo como un centro comercial. La proliferación de CC por todo el mundo ha acostumbrado a muchísima gente a unas pautas de conducta que vinculan estrechamente la compra con la diversión y el placer. El hecho de que la compra se haya convertido en una experiencia que puede ser vivida en cualquier parte ha provocado la “aparición espontánea de CC”, un proceso a través del cual muchos espacios urbanos son transformados en CC, sin

necesidad de nuevos edificios ni de promotores. Así mismo, hoteles, edificios de oficinas, centros culturales y museos imitan virtualmente el trazado y los formatos de los CC.

Los centros comerciales se han convertido en la identidad cultural de la sociedad, han reconfigurado las prácticas sociales, reorganizado el espacio, se han multiplicado en espacios cerrados, aunque también popularizado los abiertos, ellos son la base de la economía capitalista de casi un siglo de consumismo.

El consumo se ha descrito al mismo tiempo como la "selección, compra, uso, reutilización y disposición de bienes y servicios" (Campbell, 1995: 104); "que comprende un conjunto de prácticas que les permite a las personas expresar identidad, marcar apego a grupos sociales, acumular recursos, para exhibir distinciones sociales, para asegurar la participación en actividades sociales" (Warde, 1997: 307); y como central en la manera en que se construyen, experimentan, interpretan y utilizan los espacios y lugares (Urry, 1995). Por tanto, el consumo no es solo de productos que son fabricados y vendidos, sino que cada vez más considera el de ideas, servicios y conocimiento, lugares, compras, comida, moda, ocio y recreación, vistas y sonidos todo ello puede ser "consumo". (Cfr. Jayne, 2006: 5)

Los espacios de consumo y consumo de los espacios como práctica de ocio y tiempo libre son transformaciones en curso que tienen distintas acepciones, descritas en los centros comerciales, pero que se amplifican en otras tantas construcciones sociales.

1.5. Espacios urbanos de encuentro conforme transcurren el día y la noche

La necesidad de crear espacios que satisfagan las necesidades de la sociedad siempre ha sido de gran importancia ya que conforme avanza el tiempo, van incrementando las exigencias y la complejidad de su satisfacción. Según López (2008: 4), el espacio urbano evoluciona a la par de la sociedad, y entendemos que muchas de las acciones que se implementan en su interior buscando su

“planeación y desarrollo” derivan en la aparición de nuevos escenarios problemáticos, dispares y polarizados, donde conviven riqueza y pobreza; desarrollo y exclusión.

Los espacios o puntos de encuentro de las personas ya sean privados o públicos tienen la necesidad de adaptarse a las nuevas necesidades de la sociedad, por consecuencia las actividades económicas y de consumo tienen una ventaja sobre las tradicionales que se desarrollan en espacios públicos y esto hace que la gente vaya desgastando y perdiendo la identidad o el gusto por espacios públicos los cuales se van deteriorando poco a poco. (López, 2008)

En cada recorrido y en cada espacio cultural, las personas no solo utilizan y comparten una zona y un tiempo, sino que también coinciden en un gusto cultural, un hábito, un nivel de instrucción (familiar y escolar), una situación social, económica y hasta en una zona donde habitar, para acceder con mayor facilidad a las prácticas, porque comulgan en la idea de que vale la pena realizar ocio cultural. (Cordero y Aguilar, 2015: 24)

El espacio urbano pasó de ser sólo el soporte físico de las actividades humanas, para ser el soporte y la manifestación tangible de naturaleza cultural de la sociedad en su conjunto, que integra los espacios donde tiene lugar la vida de la colectividad. Los espacios urbanos se convierten, desde esta perspectiva, en los soportes socioculturales e identitarios de una comunidad, y el lugar de las expresiones ciudadanas. (Alva y Aldrete, 2011 en Gómez y Villar, 2013: 273)

Por su parte, Gómez y Villar (2013: 286) a propósito de los espacios en transformación comentan que “los diversos cambios que se han presentado en la ciudad y la realidad urbana a lo largo del último siglo, han impactado de manera definitiva no sólo la configuración formal-funcional de ésta sino, la manera en la que los usuarios y habitantes de la ciudad la perciben”. La inclusión del mercado de ocio, en el contexto de la globalización, suele transformar los espacios en lugares con elementos de modernidad que generen y aumenten el desarrollo económico, el marco tradicional de los espacios se ve alterado en su morfología lo

que genera un cambio en la imagen urbana, con la tercerización de las actividades el espacio es más heterogéneo para la sociedad.

Existen esfuerzos por identificar criterios de formación de espacios de ocio, algún tipo de clasificación, lo cual es complejo debido las múltiples alternativas y perspectivas. El criterio de dominio del espacio, de acuerdo a Ercolani y Seguí (2008) se diferencian en: 1) Espacios de dominio público: espacios de administración gubernamental que en cuanto a cantidad y forma representan uno de los elementos históricos referenciales y estructurantes de la ciudad. 2) Espacios de dominio privado: sitios de administración privada, los cuales han ido incrementándose paulatinamente en la traza urbana y adaptándose a las demandas de la sociedad actual para quien el tiempo de ocio parece un espacio propicio para el consumo”. (en Cordero y Aguilar, 2015: 82)

La manera en cómo se consumen los servicios para el ocio o tiempo libre en las ciudades es diferente pero lo que no cambia es que en todos los lugares existen horarios en los cuales las personas suelen ser más consumistas, mencionan Cordero y Aguilar (2015: 22), no se puede obviar que el ocio no es vivido por todos los habitantes de la ciudad, pues debido a los dobles turnos de trabajo, y a las actividades extra laborales y escolares, no todas las personas tienen tiempo disponible, ni recursos para disfrutar del mismo. Es decir, no existe el mismo interés y conocimiento sobre cómo vivir el ocio. Por lo tanto, una parte de las personas busca, en algunos casos, el reposo en casa; y en otros casos, distraerse mediante un tiempo libre aprovechado como diversión, a través del espectáculo efímero.

La tercerización de las economías trae consigo un cambio en las actividades que realiza la sociedad la cual tiene como necesidad sentirse libre y poder despejarse de su rutina diaria, Bertho (2015) menciona que el ocio se ha convertido en generador de riquezas.

Estos procesos en el ocio traen cambios en los patrones de consumo de la sociedad, la globalización de los mercados origina que las personas sean más

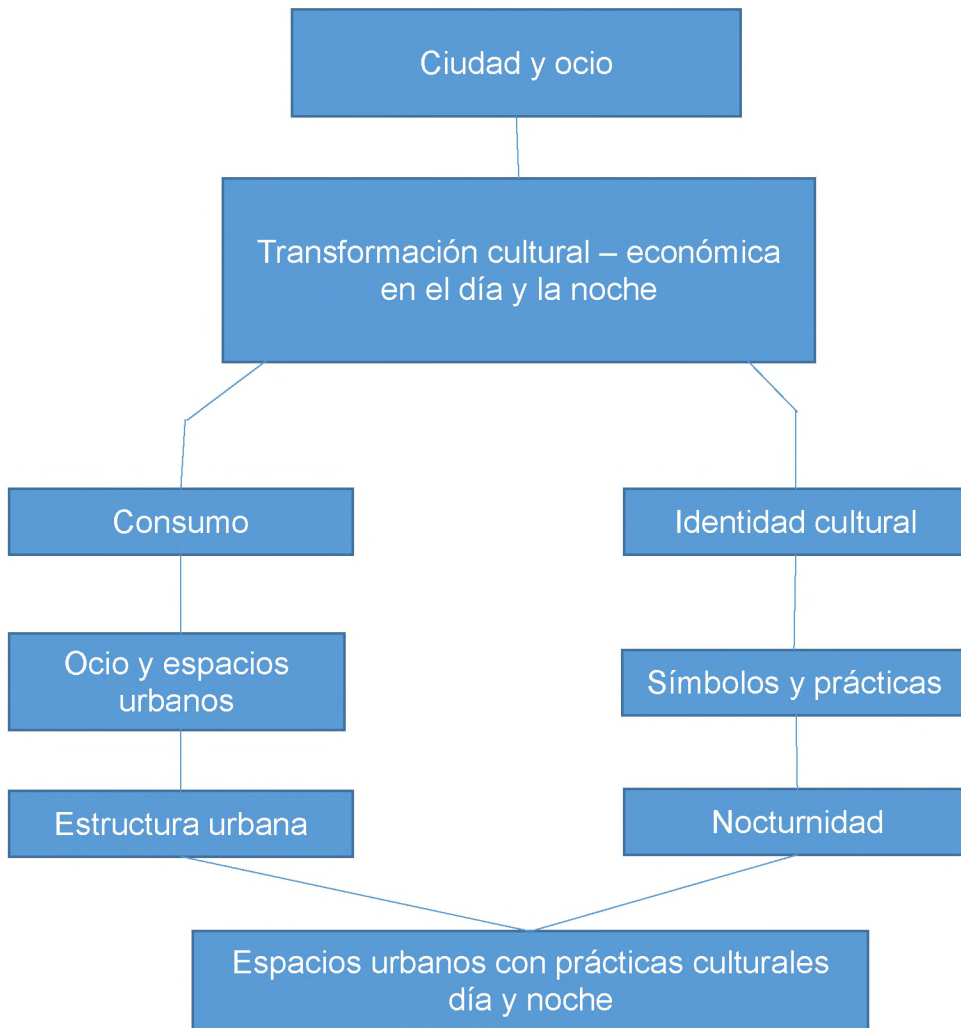
vulnerables a los cambios del mercado, hace a la gente más consumista, sumergiéndola en un modelo de consumo con cambios rápidos, que si bien transforma identidades, pero tampoco no todos se acoplan y menos se identifican.

Los lugares de ocio diurno y nocturno (espacios o puntos de encuentros, construidos y no) representan aquellos lugares con sentido en la vida diaria de las personas, lo es también para la economía del consumo, los “lugares son construcciones de las prácticas culturales de todos los públicos” y están destinados/intervenidos para todos los públicos y géneros (no sólo jóvenes y familias), lo importante aquí es tener en cuenta que el horario en la ciudad juega un papel para organizar actividades de convivencia cultural y el ocio.

1.6. Conclusión parcial. Esquema conceptual para la investigación

La investigación se centra principalmente en dos procesos el económico y cultural que traen consigo elementos de consumismo, ocio y tiempo libre que crean símbolos e identidades que cambian la vivencia de la ciudad, la expresión cultural de las personas, ello se refleja en el tiempo y en el espacio. La ciudad actual tiene funciones diurnas y nocturnas según requerimiento de los consumidores de la ciudad y generación de espacios para el consumo y el ocio (Esquema1). Las prácticas del consumo y ocio traen consigo transformaciones en los espacios públicos y privados, y en las funciones socio-económicas de la ciudad.

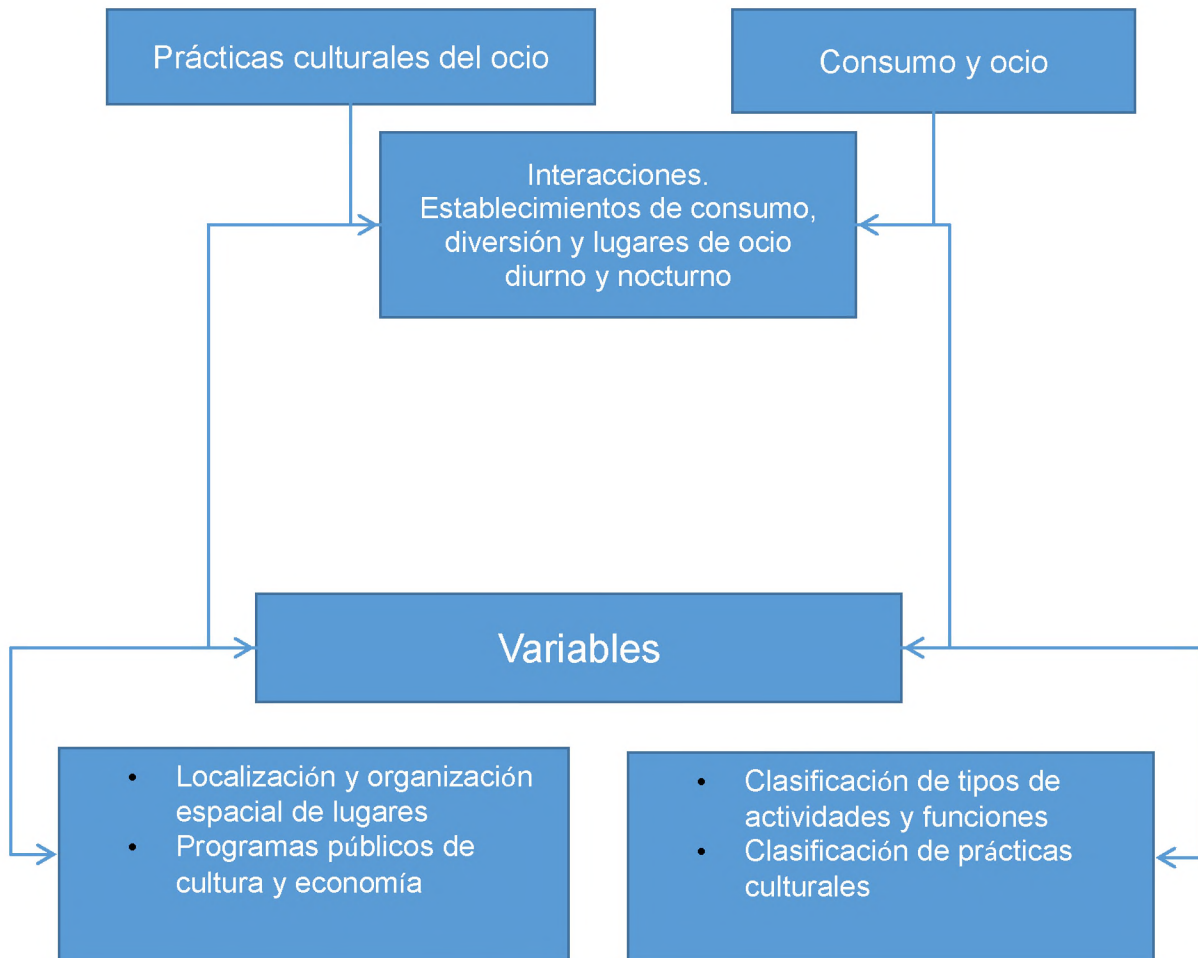
Esquema 1. Transformaciones del ocio en el día y la noche



Fuente: elaboración propia

Tal como las prácticas sociales generan los espacios sociales del ocio y consumo del tiempo libre, éstos son susceptibles de identificarse y medirse (Esquema 2). En la ciudad se distinguen aquellos lugares más representativos de las prácticas del ocio, éstos pueden ser construidos expreso o no, e incluso pueden ser inducidos por programas políticos. En estos lugares se visualizan las prácticas culturales por tipos y subtipos.

Esquema 2. Metodología para analizar prácticas culturales de día y de noche



Fuente: elaboración propia

Las actividades culturales, de ocio y consumo tienen un impacto en cómo la sociedad interacciona con los servicios privados y públicos que se ofertan o no durante el día y la noche, de la misma manera los servicios (se crean categorías para su mejor entendimiento) suelen ser diversos que configuran la estructura urbana. En términos económicos se genera competencia espacial, es decir atraen más establecimientos de la misma giro o cambiando giros de consumo y servicios. Para esto se necesita revisar planes y programas que detonaron actividades económicas, comportamientos sociales, y atracción turística.

Los espacios urbanos (de dominio público o privado) cambian de prácticas culturales conforme transcurre el día: en la mañana-tarde, el uso de ciertos espacios públicos, son destinados al uso recreativo de familias y personas que salen de sus oficinas, los espacios privados para paseos y consumo de diversa naturaleza (pasear, mirar, comprar); mientras que la tarde-noche y la noche, la actividad la realizan jóvenes y adultos que convergen en “la calle” –bares, restaurantes, antros y otros afines-. En la noche el uso de un espacio (público y privado) es algo efímero, el placer del recorrido del conjunto de los espacios de la noche propicia libertinaje y da placer por usar los espacios de la ciudad.

La nocturnidad está constituida por el ocio, el tiempo libre desde el libertinaje, la socialización y sensación de libertad. En la noche concurren públicos de jóvenes con sus prácticas y los más adultos con sus prácticas. El objetivo de las prácticas culturales nocturnas es romper con la rutina diaria, encontrar lugares, construir experiencias vivenciales de diversión.

Los establecimientos nocturnos –antros y bares- representan lugares de libertinaje para las personas, en el interior el bullicio, música, pistas de baile y consumo de bebidas alcohólicas conforman expresiones culturales, maneras de actuar, formas de socializar, formas de vivir la ciudad. Los antros y los bares son los puntos luminosos de la ciudad en la noche.

Existe una barrera tiempo-espacio que se puede observar en los centros de consumo (plazas, centros comerciales, restaurantes, centros de diversión) dividiendo las actividades de ocio en modernas y tradicionales (compra y venta de artesanías, esparcimiento de familias), además existen submercados y grupos etarios con prácticas culturales diurnas y nocturnas (en cafeterías, antros, restaurante-bar y bares) que se han dinamizado en los últimos años. Es el caso del municipio de Metepec.

Los grupos sociales se crean a través de la interacción de personas que tienen cualidades casi idénticas, con el fin de tener una mejor socialización los públicos de jóvenes y los públicos de población activa generan y configuran espacios

específicos con prácticas propias. El nivel económico significa capacidad de consumo diurno y nocturno que garantiza la inversión en bares, tipos de servicios y actividades.

En los últimos años, las plazas comerciales se han convertido en centros de consumo-ocio, son espacios privados cerrados donde la población asiste a socializar, lo cual está dejando de lado a los espacios públicos abiertos. El consumismo y el marketing han propiciado lugares con atracción. Existe atracción por las nuevas formas de consumo del espacio para el ocio, enfrentando a las prácticas tradicionales. Por ejemplo en el municipio de Metepec, se presenta dos universos culturales distintos, dos formas de realizar prácticas de ocio, las de las tradiciones largamente arraigadas y las de las plazas con estrategias para el ocio.

En los últimos años el ocio es una estrategia política, la mejor manera de atraer turistas a la ciudad es generando espacios y lugares con identidad y prácticas culturales del ocio, activando estrategias para hacer de la cultura un instrumento de integración social, cultural y económica. La cultura del ocio se ha convertido en un instrumento para hacer que las ciudades se vivan las 24 horas.

Capítulo II. Contexto y caracterización de los espacios de ocio diurno y nocturno en el Municipio de Metepec

Capítulo II. Contexto y caracterización de los espacios de ocio diurno y nocturno en el Municipio de Metepec

Este capítulo presenta datos cuantitativos y cualitativos con los que se busca contextualizar y caracterizar las actividades del ocio en su entorno socio espacial en el Municipio de Metepec. Examina la importancia de las actividades de ocio para la sociedad y el municipio. Se estudian los aspectos sociodemográficos, económicos y servicios especializados, tales como población total, estructura del empleo total, actividades económicas del ocio en particular. En recorridos y observación en campo se cuantificaron lugares de ocio con base en categorías de estudio y clasificación de actividades. Entre los cuatro subapartados se describen actividades, lugares y normatividad del ocio diurno y nocturno.

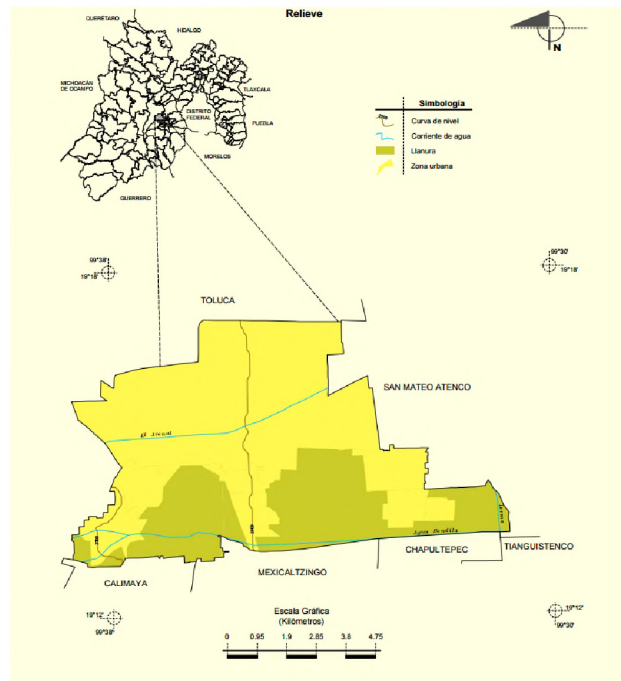
2.1. Aspectos demográficos y económicos

El Municipio de Metepec colinda con el municipio capital del Estado de México, colinda al norte y al oeste con el Municipio de Toluca; al sur con los municipios de Calimaya, Mexicaltzingo y Chapultepec y al este con los municipios de Santiago Tianguistenco y San Mateo Atenco (Mapa 1). Su territorio tiene una superficie de 6,751.89 hectáreas que equivale a 0.32% del estatal. El uso de suelo urbano ocupa el 67.59%, la agricultura 31.95% y los pastizales el 0.46%, de la superficie respectivamente ³.

La organización territorial del municipio, según el Bando Municipal de 2016, está constituida por: “La cabecera municipal, denominada “Ciudad Típica de Metepec” con seis barrios; 11 pueblos; 4 colonias agrícolas; 13 colonias urbanas; 22 fraccionamientos; 5 fraccionamientos residenciales; 194 condominios; 33 condominios residenciales; 6 conjuntos urbanos y; 7 unidades habitacionales” (cfr. en PMDM, 2016: 30). Con datos de 2015, en Metepec la población rural es de 8,354 que representa el 3.66% del total, el resto de la población es considerada urbana (96.34%). La densidad de población es de 3,378 hab./Km².

³ Según el Plan de Desarrollo Municipal de Metepec 2016 – 2018, en Gaceta, año 01, núm. 31, del Gobierno Municipal de Metepec, Estado de México, 30 de marzo de 2016.

Mapa 1. Municipio de Metepec



Fuente: elaborado con base en INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005

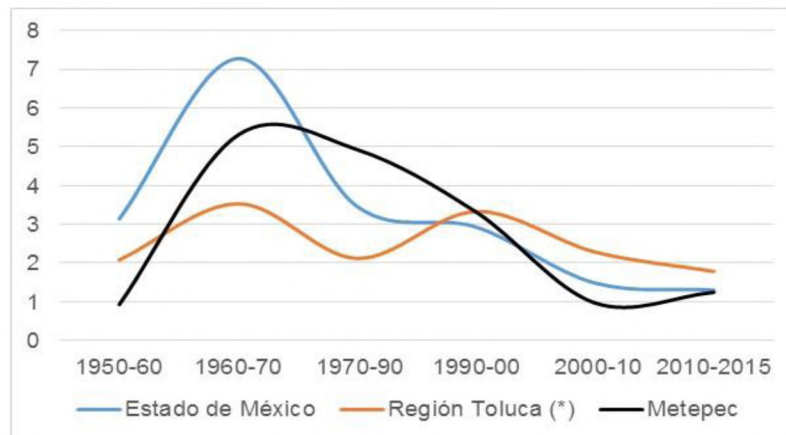
Es un municipio con territorio pequeño el cual se ha poblado aceleradamente, la vecindad con el municipio de Toluca ha sido fundamental para participar en la dinámica de la configuración metropolitana.

El municipio en el siglo XX, en 1950 contabilizó 17,247 habitantes habitantes, representaba 4,85% en la región Toluca (355,409) y 1.24% en la entidad (1,392,623), en 1970, la población del municipio tuvo un aumento absoluto de 31,724 habitantes, representaba 5,14% en la región Toluca (617,481) y sólo 0.83% en la entidad (3,833,185), en el siglo XXI, en 2000 la población total alcanza los 194,463 habitantes, representa 11.23% de la región Toluca (1,732,984) y 1.48% de la entidad (13,096,686) y, en 2015 el municipio registró 227,827 habitantes que representa 9,60% de la región Toluca (2,373,347), y 1,41% de la entidad (16,187,608). Como se observa adquiere significado en el proceso sociodemográfico de la región más que a nivel estatal⁴.

⁴ Cálculos propios con información censal, censos de población y vivienda de los años respectivos.

Este aumento de población ha tenido un ritmo de crecimiento significativo de 1950 hasta 2000, la población creció a tasas por arriba del crecimiento de la región Toluca, situación que cambia de 2000 a 2015, cae el ritmo, lo hace por debajo de sus referentes región y entidad, el proceso demográfico ha entrado en una fase de ralentización (Gráfica 1).

Gráfica 1. Tasa de crecimiento de población total del Municipio de Metepec, 1950 - 2015



Fuente: cálculos propios con base en censos de población y vivienda. (*) Plan Regional de Desarrollo Urbano del Valle de Toluca 2005, incluye 22 municipios.

En el funcionamiento de la región Toluca y zona metropolitana de Toluca de los años setenta en adelante algunos municipios (Toluca, Lerma, Metepec, Tianguistenco, Ocoyoaca, San Mateo Atenco, Zinacantepec) organizan la configuración económica hasta la actualidad en la porción poniente de la entidad ⁵. Al proceso de poblamiento del Municipio de Metepec le acompañó la generación de un mercado de trabajo y la formación de su estructura económica local. El proceso de industrialización en los municipios vecinos iniciado en los años 60 y 70 derivó en efectos de difusión socio económica, entre otros municipios al de Metepec; el empleo urbano tuvo lugar.

Según información de los censos económicos del INEGI para los años de 1980 hasta 2013, el empleo urbano ha tenido un impulso importante en el Municipio de

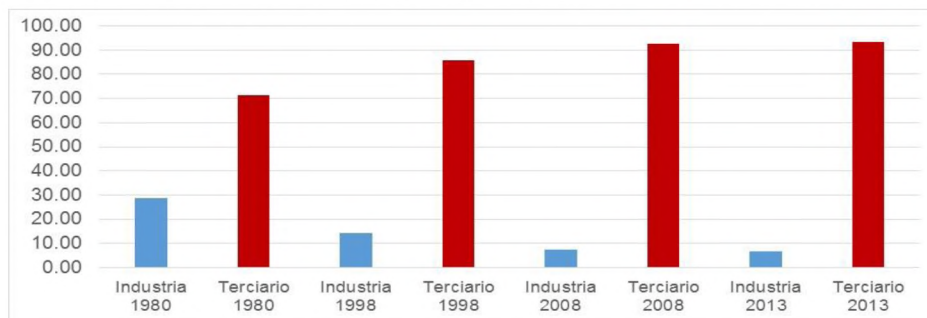
⁵ Información tomada de Hoyos C, G. 2016.

Metepec. En 1980, los sectores industrial y terciario, generaban juntos sólo 862 empleos, 18 años después, en 1998, ascienden los empleos formales hasta 17,269, en 2008 suben a 42,163 los empleos totales y, en 2013 arriba a los 49,361 empleos.

En las tres décadas económicas de referencia han transcurrido la industrialización y el proceso de urbanización, en los noventa con la apertura comercial de la economía nacional y la globalización de la economía internacional trajo consigo la reestructuración y ajuste estructural que reforzó la terciarización de la economía y también de la urbanización comercial. En 2008 se presenta la crisis económica y el sector terciario soporta la estructura económica en la zona metropolitana de Toluca. El sector terciario (comercio y servicios) tanto el tradicional se diversifica como el moderno se especializa, éstos se localizan principalmente en el Municipio de Metepec.

La actividad comercial tiene larga trayectoria en Metepec, pero hasta los años ochenta ésta se abocaba al comercio tradicional básico, alfarería-artesanal y abasto agropecuario, el empleo con perfil urbano llegó en los años noventa. Desde entonces, el empleo mantiene el perfil terciario y no así industrial, el sector terciario en 1980 representó el 71% del total del empleo registrado, proporción que asciende en 2013 hasta el 93% del total de empleo. (Gráfica 2)

Gráfica 2. Estructura sectorial del empleo urbano en Metepec, 1980 – 2013

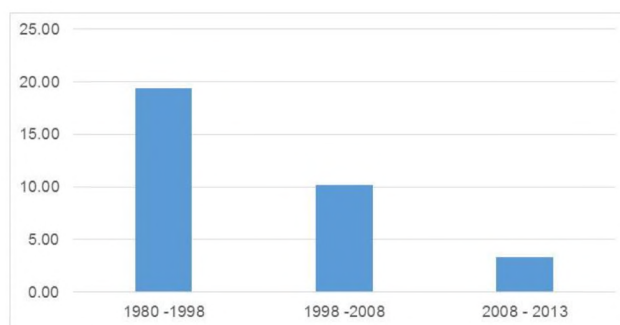


Fuente: Cálculos propios con base en censos económicos respectivos

La economía local de Metepec, según datos censales, lleva varias décadas de terciarización (comercios y servicios de todo tipo tradicional y moderno), actividades que se han localizado en vías principales con importante accesibilidad

y sectores urbanos con capacidad de consumo. El ritmo de la tasa de crecimiento del sector terciario ha sido muy alta de 1980 a 1998, alta de 1998 a 2008 y medianamente alta en el último período censal económico 2008-2013 (Gráfica 3). Las tasas de crecimiento terciario han sido superiores al crecimiento de la población total.

Gráfica 3. Tasa de crecimiento de tercerización de Metepec 1980-2013



Fuente: cálculos propios con base en censos económicos respectivos.

Cuadro 2. Actividades económicas de ocio en Metepec, 2003

Ramas seleccionadas	Empleo	Valor agregado censal bruto	Unidad económica
Total municipio	27,620	2,669,187	5820
Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos	37	1,866	23
Casinos, loterías y otros juegos de azar	22	1,018	7
Otros servicios recreativos	405	24,639	23
Hoteles, moteles y similares	636	50,985	9
Restaurantes con servicio de meseros	1,168	76,493	79
Restaurantes de autoservicio y de comida para llevar	1,365	68,343	437
Servicios de preparación de alimentos por encargo	14	856	5
Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	102	13,870	19
Subtotal	3,749	238,070	602
Participación en el total	13.57	8.92	10.34

Fuente: elaborado con base en censos económicos, INEGI, 2003

Cuadro 3. Actividades económicas del ocio, 2013

Ramas seleccionadas	Empleo	Valor	Unidad
---------------------	--------	-------	--------

		agregado censal bruto	económica
Total de empleo en el municipio	51,627	7,318,713	9,737
Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos	21	964	18
Casinos, loterías y otros juegos de azar	299	41,885	14
Otros servicios recreativos	691	69,950	84
Hoteles, moteles y similares	588	43,973	17
Servicios de preparación de alimentos por encargo	289	19,112	3
Centros nocturnos, bares, cantinas y similares	346	30,108	41
Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas	5,812	519,471	1,073
Subtotal	8,045	725,463	1,250
Participación en el total	15.58	9.91	12.84

Fuente: elaborado con base en censos económicos, INEGI, 2013

Los cambios sociodemográficos, la reorganización de la estructura de edades, la ampliación de los grupos etarios activos y productivos con empleos asalariados en el municipio han dado lugar al surgimiento de actividades económicas destinadas a la diversión, distracción y práctica del ocio. Tal como develan las ramas de actividad económica seleccionadas, en la última década censal, 2003 a 2013, han ganado importancia dichos empleos, lo mismo en contribución al valor agregado y en unidades económica en la economía total del municipio (Cuadros 2 y 3). Son ramas dinámicas en conjunto que registran cambios internos importantes.

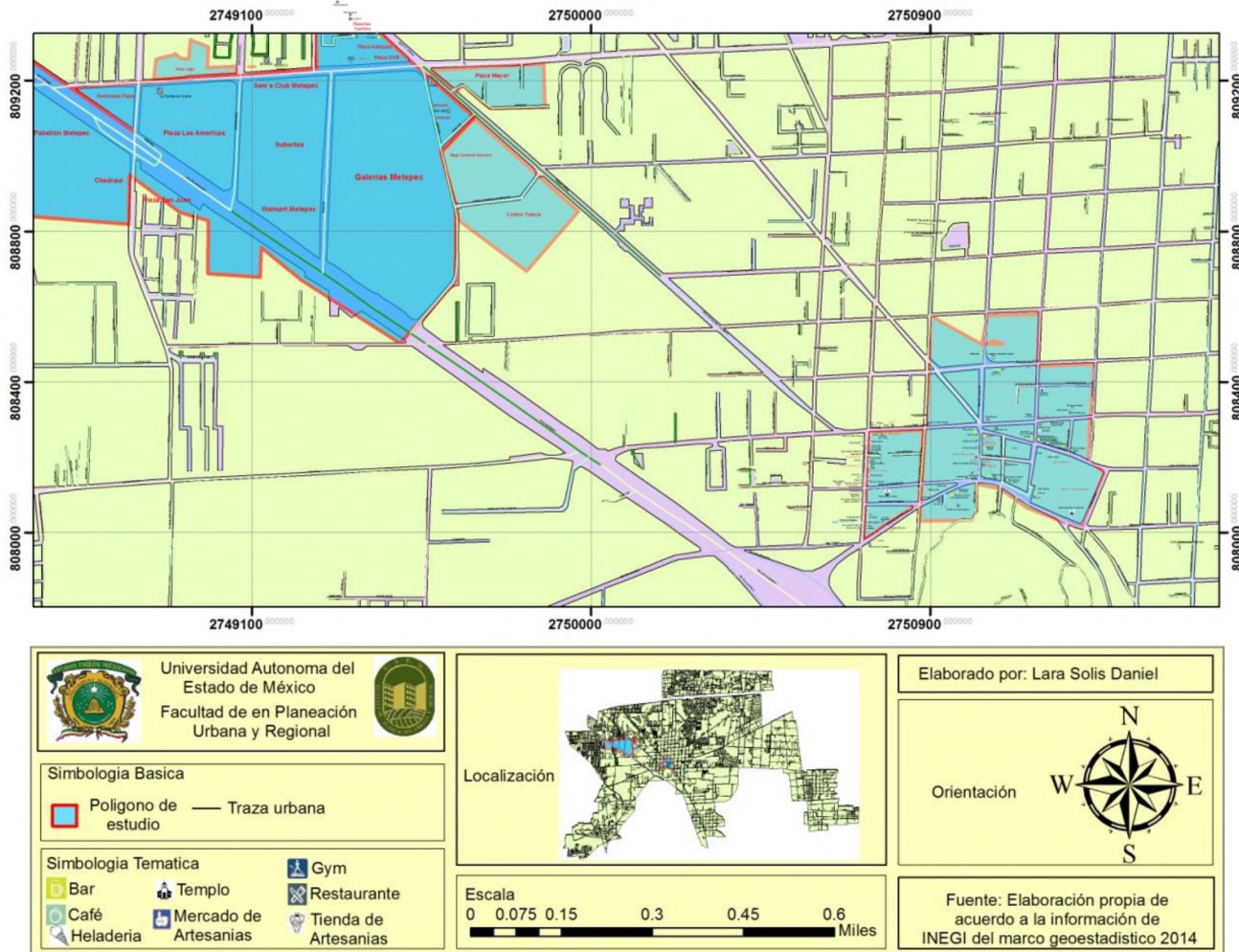
2.2. Espacios y lugares de ocio y consumo en polígonos de estudio

Se realizó un conteo de actividades y establecimientos de comercio, servicios y funciones con atracción mediante trabajo de recorrido en campo, de las actividades ocio diurno y nocturno. Dada la diversidad y heterogeneidad, fue necesario proponer una clasificación en restaurantes, antros, bares, cafeterías y gimnasio-centros de belleza. Dicha clasificación se examina en su comprensión conceptual mediante cuatro categorías; cultural, social, económico y espacial, y como comportamiento singular se estudia a las plazas y centros comerciales también por tipo particular de consumo-ocio.

Se generó información directa en recorridos en campo, en calles principales y plazas comerciales durante los meses de agosto y septiembre de 2015. La particularidad de levantar información en plazas y centros comerciales por ser espacios privados con seguridad y vigilancia ameritó varios recorridos de discreción, de igual manera para localizar tiendas de artesanías, fondas, locales de comida rápida y tiendas de *souvenirs*. Todas estas actividades de servicio y comercio, en esta investigación, son reconocidas como lugares de atracción, diversión o práctica de tiempo libre, mismas que son representativas en dos polígonos seleccionados.

Los dos polígonos revelan mayor concentración de actividades y áreas de atracción vinculadas al tiempo libre, localizados en la parte central: el primero corresponde con la “Ciudad Típica de Metepec” (pueblo y Centro Histórico), donde también se aplica el programa federal de turismo “Pueblo Mágico”, y el otro polígono, concentra a las plazas y centros comerciales más importantes. (Mapa 2)

Mapa 2. Localización de polígonos de estudio en el Municipio de Metepec



Fuente: elaboración propia con base en *Google Maps* e INEGI, marco geostadístico de 2014

Según el procedimiento descrito arriba, se han levantado 74 centros, servicios y equipamientos clasificados en cuatro categorías (Cuadro 4), dicha información primaria revela diversidad y especialización de las actividades económicas vinculadas con el consumo y tiempo libre que ofrece el Municipio de Metepec.

Cuadro 4. Clasificación de establecimientos de prácticas de ocio

Restaurantes	Antros y bares	Gym y centros de belleza	Cafés
Sushi Roll	Terraza la Choperia	Curves Gym para mujeres	Café Punta del Cielo
SubWay	Chopper Beer Club	Yoga	Café Cielito Azul
Italianis Pizza	Carmen mezcalería	Salones de Belleza	Barro Café
Heladerías	Bar La escondida	Spa	Café Chacahua
Jinambo	Bar Soho	Pilates Health	Cinema Caffé
Central Marisquera	Roof Bar Gourmet	Institute Gym	Café 187
Bufets	Franks Butchers and Sounds	Arthouse gallery	Cafetería El Quintal
Sonora Grill Prime	Bar City Metepec		
Sushi Itto	2 de Abril 1932		
Domino's Pizza	El Rincón Antiguo		
King Bufalo	Xibalba Bar		
La casa de Ofe	Bar Dolsh		
Finca de Adobe	La libélula		
La Mansión Rrestaurante	La cantina del Ángel		
Santa Clara Helados	Oz Gran Central bar		
El Garage al Carbón	La oficina		
Restaurante Encanto	El Clásico		
El Sazón del Corazón	La Mecha		
La galería	Barezzito		
Churrísimo			
Antojitos los Arcos			
La Cletta Pizzeria			
La Providencia			
Las Carnes del Calvario			
El Rincón de Metepec			
La Siniense			
La Tertulia			
Barbacoa del Centro			
Carnitas el Volador			
The Old England			
Taquería Tio Pecas			
Aquí es Metepec			
Casa de La Troje			
Super Cocina española			
Tarima Taquería			
Los Mariscos de Metepec			
Los delfines			
Restaurante Praga			
Mexi Pollo			
Rest. bar Ay Dolores			
Rest. Bar Don Chico			
41	19	7	7

Fuente: levantamiento de campo, agosto y septiembre de 2016.

Para la comprensión conceptual de la información se consideran 4 categorías: cultural, social, económica y espacial con las cuales se aborda de manera integral el estudio territorial de las prácticas de ocio y tiempo libre, en el día y en la noche, según sugiere la literatura especializada (Cuadro 5). Aunque se busca distinguir, las prácticas culturales de ocio tienen un comportamiento complejo, todas ellas están muy interrelacionadas, algunas son más intrincadas, no obstante se perfilan los comportamientos específicos en Metepec.

Por ejemplo, en la noche existen prácticas interrelacionadas hasta la madrugada - bares, antros, casinos, moteles- con los expendios de tacos en la calle, taquerías en locales, barbacoa y similares, que expenden alimentos hasta la madrugada, después de las 2 o 3 am, cuando cierran aquellos, los noctámbulos suelen consumir alimentos antes de llegar a casa. Estos giros están sincronizados entre las prácticas de los consumidores de ocio nocturno.

La localización de los lugares de ocio y consumo es muy importante, la mayoría de los restaurantes se localizan en las cercanías de bares y antros, pero también vinculados a los lugares de importante tránsito de comercio, compiten en el espacio de las calles principales. La localización juega un papel de costo y beneficio para el inversor y los clientes. Ello es significativo en el día y en la noche.

El factor tiempo-espacio cambia -de día, noche, fines de semana, estaciones del año-, las actividades registran dinámicas diversas, vinculadas con el ritmo de funcionamiento de la ciudad, de las actividades y trayectorias de las personas que trabajan en los lugares, de las personas que asisten a visitar los lugares, a consumir en los lugares, y de la mayor proporción de tiempo libre.

Cuadro.5. Lugares de ocio según categorías en polígonos de estudio

Clasificación / categoría	Cultural	Social	Económico	Espacial
Restaurantes: En los dos polígonos de estudio existen alrededor de 40 establecimientos, tienen alta aceptación.	Existen de carta culinaria internacional, nacional y regional. Los platillos de arraigo en el municipio son recetas transferidas por generación, como el agostito, guisado de carne de puerco y flor de calabaza, se sirve en agosto.	Diversificados para gustos, precios y según sean modernos o típicos. Se puede hacer una simplificación simbólica entre los que son <i>fast service</i> , los de mayor tiempo de permanencia con platillos y carta constante y los que tienen menús semanales o de temporada.	Negocios pensados para distinto público en horarios de alimentos; de la mañana, comida y cena. Ello hace la diferencia en costos, formato de cartas y depende se expenden bebidas alcohólicas. Siendo la población activa y estudiantes públicos por captar.	Se localizan en el centro del pueblo, en plazas comerciales y en mercados. Generalmente de un piso situados cerca de bares y antros.
Antros y bares: Existe diversidad, principalmente para grupos de jóvenes y jóvenes adultos, son demandados para el ocio y también para las familias.	Los jóvenes le dan significado a estos lugares, por ejemplo el tipo de música, por los grupos sociales, la manera de actuar adentro del establecimiento. Los sectores pudientes eligen espacios exclusivos.	Espacio de socialización mediante diversión y distracción Espacios aparadores sociales para conocer gente (mismas características, homogeneidad de gustos, de lugares).	Negocios que atienden desde la tarde-noche. Lugares que expenden alcohol. Los antros abren de 18:00 pm a 2:00 am, con mayor afluencia de jóvenes quienes acuden de jueves a sábado. Los bares abren desde la 13:00 pm hasta la madrugada. Genera inversión y beneficios.	Localizados cerca de los restaurantes y puestos de comida (de carta y taquerías) sobre calles principales del municipio buscan accesibilidad de su público.
GIMNASIO y centros de belleza: Representan un tipo de ocio más individualista y selectivo.	La cultura del deporte con amplia demanda de disciplina y hábitos inversos a la nocturnidad. Son lugares de culto al cuerpo y atención de la imagen física.	Socialización mediante la búsqueda de mejorar la imagen y cuidado de la salud. Lo mismo congrega grupos con poder adquisitivo, algunos muy exclusivos y otros populares.	Gran parte de los establecimientos establece membrecías, cuotas diversas y períodos de vigencia. Es negocio popular y de exclusividad. Son de diseños específicos y otros en cambio espacios adaptados.	Los de mayor costo y exclusividad están localizados en plazas comerciales y los populares en vías en locales adaptados.

<p>Cafeterías: Diversos tipos, es el lugar de estar, principalmente de jóvenes y grupos activos, tienen una finalidad de ocio y consumo de ciertos alimentos.</p>	<p>El consumo del café, el lugar donde se consume son significativos. La gente disfruta el café, charlar con proximidad de manera íntima y tranquila.</p>	<p>A los cafeterías acuden las personas cuando prefieren un lugar tranquilo. Asisten personas de diferentes de edades.</p>	<p>Existen locales de cafeterías costosos de formatos variados (p. e. Starbucks, Punta del Cielo, Cielito Lindo) y baratos como las cafeterías. La variedad y calidad de productos en la repostería, refrigerios y helados, hacen la diferencia en costos.</p>	<p>Son locales pequeños y se localizan en el centro del municipio, otros están localizados en las plazas comerciales.</p>
--	---	--	--	---

Fuente: elaboración propia con base en recorridos de campo, agosto y septiembre de 2015.

Aún más cada lugar tiene su ritmo y afluencia. Por ejemplo, varios antros abren alrededor de las 7:00 pm, el antro muy afamado para los jóvenes llamado *SOHO*, abre sus puertas entre las 5:00 y 6:00 pm., desde luego horario relacionado con ritmos de los muy jóvenes (principalmente población con edad de 18 años) (Imagen 1).

Imagen 1. Antro SOHO



Fuente: Imagen tomada el 11 de noviembre del 2015

Así a las 19:00 pm, los oficinistas salen de trabajar, los locales de venta de artículos y servicios registran flujo de jóvenes y población activa de adultos durante los días jueves hasta el sábado. Los días domingos al miércoles el flujo de las personas en los lugares de ocio nocturno es comparativamente menor. Algunos bares y antros prefieren cerrar. En cambio ganan en importancia los corredores de las artesanías, recorridos de familia, esparcimiento colectivo familiar y, también el ir a las plazas y centros comerciales.

2.3. Ocio - consumo en plazas y centros comerciales

Las plazas y centros comerciales son lugares, -galerones cerrados con diseño controlado-, donde el conjunto de los locales consiguen mezclas de consumo y ocio. Están concebidos para múltiples fines: venta de mercancía, productos y bienes para la práctica del ocio, cine, alimentos, amenidades, paseo, juegos infantiles y para los adultos, ejercicio físico, cuidado de la salud y la belleza. Concentran firmas empresariales del comercio al por menor, asimismo servicios

finales diversificados y especializados, contienen formatos comerciales desde tiendas departamentales, firmas de marcas y de franquicias. Con horarios todo el día (10:00 a 21:00 horas). La práctica de marketing todo el año, hacia las empresas y al público. Ofrecen seguridad, clima y estacionamientos seguros. Son lugares envolventes de consumismo, donde se puede o no comprar, donde se practica ocio y consiguen proporcionar placer a sus visitantes.

En cuanto a los criterios de localización, las plazas comerciales consideran ubicación intraurbana y metropolitana, generalmente surgen en cierto tamaño de ciudades. Buscan situarse próximas a los rangos de ingresos medios y altos, aunque internamente despliegan estrategias para abaratar costos para abarcar mayor público. Según el consumo de la población las plazas ajustan la capacidad interna ofertada, es decir que aunque estén localizadas en un entramado urbano que garantice beneficios mínimos, también cuidan su localización con el fin de atender al conjunto de la zona metropolitana. Por tanto, a ellas no sólo asisten consumidores de las proximidades sino también de toda la ciudad, de la región.

En el Municipio de Metepec todas ellas han generado un área urbana de localización que han reforzado beneficios económicos conjuntos, progresivamente con el inicio de los años 90, aparecen Plaza Las Américas y Plaza Pabellón Metepec, las demás llegaron en la siguiente década, los dos mil, mejorando a las anteriores, en continuo reajuste de competencia comercial y espacial, es el caso de Galerías Metepec. En Metepec, las plazas comerciales suman 25 años de competencia espacial; unas más extensas que otras, unas muy completas, otras con menor número de giros y atributos, y otras que apenas emulan algunas características. En conjunto forman una jerarquía de plazas por tamaño, superficie, y atributos internos. En cuanto a las estrategias desplegadas para las actividades de ocio-consumo se comportan según los formatos indicados.

En el recorrido de campo dentro del polígono demarcado, se han estudiado sólo nueve de ellas: entre ellas destacan dos porque cuentan con todos los atributos, Galerías Metepec y Plaza Las Américas y, las otras –Pabellón Metepec, Plaza Mayor, Plaza Izar, Plaza del Ángel, Plaza Península, Plaza Aranjuez y Plaza Las

Fuentes- solo presentan alguna especialidad con los cuales compiten, unas son más exclusivas que otras. Para las actividades del ocio o uso del tiempo libre, éstas definen locales, áreas y zonas expofeso.

Todas las plazas estudiadas generan y propician prácticas de consumo en el tiempo libre para los distintos estratos de capacidad de consumo. En los Cuadros 6 a, b y c, se presenta sólo los giros de ocio y consumo de los espacios, no así otros giros comerciales, que en las principales es la porción importante, pero en la gran mayoría de las plazas estudiadas destaca algún giro en los que se practica el tiempo libre. Las plazas no están dirigidas para un solo grupo social o nivel económico alto sino también para personas de un nivel económico medio y popular.

La interrelación del consumo y ocio es intrincado en las plazas y centros comerciales, como se ha dicho arriba, esa es su naturaleza. Así los restaurantes de todo tipo de alimentos (con mesero, cartas varias y cuatro tiempos hasta la comida rápida), las multisalas de cine (Cinepolis y Cinemex), las franquicias de cafeterías, juegos de niños y casinos para adultos, todos están interrelacionados en el tiempo libre.

Cuadro 6.a. Ocio en plazas comerciales completas

Galerías Metepec

Restaurantes (Burger King, California Pizza Kitchen, China Express, Chilim Balam, Helados Nutrisa, Las Alitas, Pick a Sandwich, McDonald's, Sushi Itto, Subway, Sirloin Stockade, Mr. Sushi, P.F. Chang's China Bistro, Pampa y Tango, Taco Inn, Italian Steak House, Häagen Dazs, Sbarro)

Ocio (Cinépolis, Game Planet, ICEDome)

Salón de belleza (Bellísima, GNC, Sally Beauty Supply, Ives Rocher, Go Beauty, Bath & Body Works)

Cafetería (Starbucks, The Italian Coffee)

Tienda departamental (Liverpool, Sanborns, Sears)

Casinos (Big Bola)



Dirección: Calles: Blvd.Toluca-Metepec Norte 400, Col. Barrio Coaxustenco, 52141 Metepec, Méx.

Plaza Las Américas

Restaurante (Mariscos y pizzas CIRO'S fast, La Diferencia, Burger King, Toks, Arracheras y Ensaladas, Benedettis Pizza, Como en la Plaza, Don Antojo, El Bajío, El Rinconcito de Don Chuy, Gordas Don José, Helados Holanda, Hing Wang, Koony's Pizza, La Parrilla del Charro, La Vaquita Negra, Palenque Tacos, Pollo+Pollo, 100% Sush)

Bar (Video Bar 19)

Salon de belleza (Bella Kara)

Cafetería (Su Alteza)

Centro comercial y departamental (Soriana, Office Depot)

Casino (Caliente)



Dirección: Calle Guadalupe Victoria 916, La Providencia, 52140 Metepec, Méx

Fuente: levantamiento en campo, imágenes tomadas los días 7 al 14 de noviembre del 2015

Cuadro 6. b. Ocio en plazas comerciales con menor número de giros y exclusivas.

Plaza Pabellón Metepec

Restaurante (chiki Inadia, KFC, Pizza Hud, El globo, Los Bisquets Obregón)

Cafetería (Starbucks)

Casino (Playcity)

Cine (Cinemex)



Dirección: Av. Pino Suárez esquina con Av. Leona Vicario, Metepec

Plaza Mayor

Restaurante (Izy, Los Novillos, La Casa de Ofé)

Bar (1nico)

Gimnasio (Capital Fitness)

Salon de belleza (The Barber Spa, Fashionista)

Cafetería (Café Cielito Azul)



Dirección: Av. Leona Vicario 368, Coaxustenco, 52140 Metepec, Méx.

Plaza Península:

Restaurante (La Mansión, Santa Clara Helados)

Gimnasio (Pilates Health, Institute Gimnasio)

Ocio (Art House Gallery)

Dos salones de belleza



Dirección: Calle Guadalupe Victoria 701, La Purisima, 52140 Metepec, Méx.

Plaza Izar:

Restaurantes (R. Sushi Roll)

Cafeterías (Café Punta del Cielo)

Cultura (Librería Gandhi)

Salud (Laboratorio Médico Polanco)



Dirección: Av Leona Vicario 936, Real de Arcos, 52154 Metepec, Méx

Fuente: levantamiento en campo, imágenes tomadas los días 7 al 14 de noviembre del 2015

Cuadro 6.c. Ocio en plazas comerciales con menor número de giros y sector socio
económico medio

Plaza del Ángel:

Restaurante (La casa de Ofe, Vania repostería, Ra,
Chocolatería de Autor)

Bar (La Oficina, Gran Central Bar, La Cantina del
Ángel)

Cafeterías (Café Cielito Azul)



Dirección: Av Leona Vicario 801, La Purísima,
Los Cedros, 52169 Metepec, Méx.

Plaza Aranjuez:

Restaurantes (SubWay, Pizza Mecha)

Gimnasio (Curves Gimnasio para mujeres)



Dirección: Av. Lic. Benito Juárez García, Real
de Arcos, 52154 Metepec, Méx

Plaza Las Fuentes

Restaurante (Muelle 913, Established St Paul's,
Italiannis Pizza)

Ocio (Yoga)



Dirección: Av. Lic. Benito Juárez García 913, La
Purísima, 52169 Metepec, Méx.

Fuente: levantamiento en campo, imágenes tomadas los días 7 al 14 de noviembre del 2015

El ritmo de la semana en las plazas y centros comerciales tiene su comportamiento cultural y socioeconómico. Los sábados y domingos, las plazas se convierten en el paseo familiar frecuente. Los días jueves y viernes las parejas, novios y amigos acuden a los restaurantes, cines y otra amenidad. Los amigos acuden a restaurantes y a los juegos de adultos de forma periódica. Las personas acuden a los gimnasios y salones de belleza de manera periódica o constante. La gran mayoría de las personas acuden a los supermercados y servicios bancarios en forma continua. Las personas asisten a las tiendas de ropa y giros similares a pasear/mirar de forma frecuente pero regresan a comprar ocasionalmente. Las plazas comerciales se han convertido en el lugar del ocio moderno por excelencia.

2.4. Horarios para el comportamiento social. Bando Municipal de Metepec

Se revisa este documento legal de observancia en el territorio de Metepec, por ser de importancia para el uso y consumo en los lugares, determina el horario a los prestadores de los servicios en establecimientos donde hay actividades de distracción y ocio, al tiempo que aplica a los usuarios de tales establecimientos. Todas las normas determinan el comportamiento de las prácticas sociales en el día y la noche. El *Bando Municipal de Metepec*, es de orden público, interés social y de observancia general dentro de su territorio⁶. Es el principal ordenamiento jurídico del que emanan los reglamentos, acuerdos, circulares y demás disposiciones administrativas de carácter municipal. (Art. 1. Gobierno Municipal de Metepec, Gaceta 13, 5 de febrero de 2016).

En cuanto a las autorizaciones, licencias y permisos, para la actividad industrial, comercial, artesanal, turística y de servicios establece lo siguiente: “Toda actividad comercial, industrial, de servicios, turística, artesanal, profesional y de eventos públicos, que realicen las personas físicas o jurídicas colectivas, únicamente podrán ejercerlo con el otorgamiento previo de la autorización, licencia

⁶ Tiene por objeto regular la organización política y administrativa del Municipio y establecer los derechos y las obligaciones de sus habitantes, con el carácter legal que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y la Ley Orgánica Municipal del Estado de México, le atribuyen.

o permiso respectivo, sujetándose a los reglamentos y ordenamientos federales, estatales y municipales respectivos (Art. 117).

Se requiere autorización, para ejercer cualquier actividad turística, artesanal, comercial, industrial y de servicios; operar instalaciones abiertas al público destinadas a la presentación de espectáculos y diversiones (Fracciones I y, II, Art. 128).

Además existe una restricción particular en el centro. “No se otorgarán permisos o licencias de funcionamiento dentro del primer cuadro de la Ciudad Típica de Metepec, a establecimientos cuya actividad preponderante sea la venta de bebidas alcohólicas para para su consumo dentro del establecimiento” (Art. 129).

Asimismo la actividad comercial, industrial o prestación de servicios que se desarrolle dentro del territorio del Municipio, establecimientos cerrados, fijos y semifijos, de acuerdo al giro autorizado, deberá sujetarse a los siguientes horarios (Art. 136). (Cuadro 7)

Cuadro 7. Horario ordinario del funcionamiento de establecimientos

Horario	Tipo de establecimiento	Venta de alcohol
Las 24 hrs., toda la semana	<i>Hoteles, moteles, casas de huéspedes</i> , las 24 horas del día.	
Las 24 hrs., toda la semana	<i>Taquerías</i> las 24 horas, permitiéndose en su caso, la venta de bebidas alcohólicas con alimentos de las 11:00 a las 24:00 horas de lunes a sábado, el domingo de las 11:00 a las 18:00 horas.	Si. De media mañana a media noche
Todo el día	<i>Comida rápida</i> de 06:00 a 24:00 horas, permitiendo en su caso, la venta de bebidas alcohólicas exclusivamente con alimentos preparados y condimentados de las 12:00 a las 24:00 horas de lunes a sábado y, el domingo de 11:00 a las 18:00 horas.	Si. De media día a media noche
Todo el día	<i>Canchas deportivas</i> de las 06:00 a las 23 horas de lunes a domingo, prohibiéndose la venta de bebidas alcohólicas.	No
De medio día a las 23:00 hrs.,	<i>Billares</i> , de lunes a domingo de 12:00 a 23:00 horas, donde sólo se podrá expendir cerveza y exclusivamente con alimentos, a excepción del día domingo, en el que no podrán vender cerveza.	Sí. Sólo cerveza
De medio día a las 21:00 hrs.	Tratándose de <i>eventos especiales</i> que se realicen en <i>discotecas y establecimientos con autorización de pista de baile</i> a los que <i>asistan menores de 18 años de edad</i> , podrán funcionar en un horario de las 12:00 a las 21:00 horas, de lunes a sábado, prohibiéndose la venta y/o consumo de bebidas alcohólicas.	No
Media tarde hasta las 20:00 hrs.	Las <i>pulquerías</i> , de 15:00 a 20:00 horas, de lunes a sábado; se prohíben su funcionamiento el domingo.	Sí.
Todo el día y hasta la madrugada	<i>Restaurantes</i> de 6:00 a 03:00 horas del día siguiente, la venta y distribución de bebidas alcohólicas será de 11:00 a 02:00 horas.	Sí. De 11:00 a 02:00 hrs.
De media mañana y hasta la madrugada.	Los <i>bares y cantinas</i> con venta de bebidas alcohólicas podrán funcionar de lunes a sábado de las 11:00 a las 03:00 a.m. horas, suspendiendo la venta de bebidas alcohólicas a las 02:00 a.m., prohibiéndose su funcionamiento lo que reste del día domingo.	Sí. 11:00 a las 02:00 hrs.
De media tarde y hasta la madrugada, de miércoles a sábado.	Los <i>antros y establecimientos</i> con autorización de <i>pista de baile</i> podrán funcionar de miércoles a sábado, de 17:00 a las 03:00 a.m. horas del día siguiente, suspendiéndose la venta de bebidas alcohólicas a las 02:00 horas.	Sí. De 17:00 a 02:00 hrs.
De media mañana hasta la madrugada, toda la semana.	Acceso a <i>salas cinematográficas, circos y carpas</i> , de 11:00 a 03:00 horas de lunes a domingo, debiendo las salas con autorización de venta de bebidas alcohólicas, vender o distribuir las mismas, de 14:00 horas a 02:00 del día siguiente.	Sí. De 14:00 a 02:00 hrs.
Todo el día y hasta la madrugada	<i>Salones y jardines de fiestas</i> , de lunes a sábado de 08:00 a las 03:00 horas, los domingos de las 9:00 a las 21:00 horas.	
La tarde y hasta la madrugada	<i>Bailes públicos</i> de las 17:00 a las 02:00 horas.	

Fuente: elaborado con base en el Artículo 136 del *Bando Municipal de Metepec 2016*.

Los horarios para establecimientos, según el cuadro 7, indican que la regulación en apertura y cierre es flexible, incluso algunos establecimientos cierran antes de lo permitido. De manera que podría presentarse mayor diversidad de opciones durante todo el día y hasta media madrugada. Seguramente se atraviesan reglas laborales, costos de operación y otras normativas, además del comportamiento cultural general que explican el autocontrol de la inversión. Donde existe particular precisión es en los horarios de venta de bebidas alcohólicas, estas regulaciones marcan el límite entre la noche, la madrugada y el amanecer. Por ello las prácticas sociales del ocio nocturno sólo llegan hasta la madrugada. Hay un lapso de madrugada que no hay actividad el ocio se paraliza.

2.5. Conclusión parcial

El Municipio de Metepec, es un lugar de atracción residencial, atracción para la inversión y atracción para la práctica del ocio. Las firmas internacionales, los formatos comerciales, las opciones de servicios especializados por un lado y las actividades económicas tradicionales con opciones culturales, por otro, hacen de Metepec un lugar destino con diversas opciones, entre otros para el ocio.

En el municipio se han incrementado lugares de ocio y recreación, son actividades y prácticas que conjuntamente se consolidan, están en el imaginario de la población metropolitana e impactan la estructura urbana local; dinamizan el centro típico lo mismo que el área de competencia de plazas.

La competencia espacial económica de las plazas comerciales revela y consolida un área determinada, tiene fácil acceso a personas oriundas, turistas, diversos públicos, jóvenes y población activa donde se llevan prácticas de ocio y consumo. Es el lugar del nuevo formato de ocio diurno y nocturno. Este polígono de plazas se localiza entre las vías Toluca - Tenango y Av. Leona Vicario. Existen algunas mini plazas cerca y dentro del centro típico, son pequeñas con venta de bebidas y alimentos, con gran diferencia de las grandes firmas empresariales localizadas en el perímetro de plazas.

En la parte central del municipio, el otro polígono del área típica, el ocio de la tarde y la noche tienen expresión y dinámica propia. Para el caso de los antros y bares se percibe un encadenamiento cultural, algunos lugares de consumo en especial taquerías son definitorias para complementar a los bares y los antros, ya que la noche no termina solo con la música, el baile y el alcohol sino más bien termina en los locales de comida, casi todos los públicos acuden a alimentarse. La localización de las taquerías cerca de los bares y antros, vendedores ambulantes de una variedad de comida típica, todo ello genera lugares de ocio alimenticio de la noche.

Es un hecho que el ocio de la noche en el municipio es distinto al ocio del día, pero es un hecho que el ocio en general en Metepec consolida prácticas culturales diversas. El municipio cuenta con adeptos y practicantes diurnos, del atardecer, la noche y el amanecer. Si esto es así en lo cultural, lo es también en la dinámica y segmentos de actividades económicas que cambian en el día y en la noche; en el día los establecimientos de comida y diversión, en la tarde-noche-madrugada las actividades económicas de venta de alcohol, música y alimentos.

Se pudo observar en trabajo de campo que algunos de los establecimientos donde se venden bebidas alcohólicas no respetan los horarios establecidos en los cuales se tiene permitido su venta, esto se da gracias a la corrupción que se tiene con los inspectores. Estas acciones, más allá de ello, lo que indica que se puede estar avanzando hacia la práctica del ocio de las 24 horas en el municipio, pero que la normativa todavía no suda a los cambios.

Capítulo III. Prácticas de ocio diurnas y nocturnas

Capítulo III. Prácticas de ocio diurnas y nocturnas

Este capítulo analiza las prácticas del ocio con base en resultados de la aplicación de la encuesta en los polígonos de estudio y entrevistas a informantes calificados del Ayuntamiento de Metepec. Se consideraron criterios metodológicos y conceptuales descritos en capítulos anteriores. El conjunto de respuestas de los usuarios de los espacios de ocio, así como de las autoridades locales, permiten conocer las prácticas sociales del ocio diurno y nocturno, cómo la población convive y configura lugares del tiempo libre. El capítulo se compone de seis subapartados y la conclusión parcial.

3.1. Criterios metodológicos de aplicación de los instrumentos

La encuesta de diseño semiestructurada, con preguntas simples y directas, unas con opciones cerradas y otras de opción múltiple se aplicaron en los dos polígonos de estudio. Con la finalidad de que la investigación tenga congruencia interna con el objetivo de estudio, se contempló la misma guía de levantamiento en campo y categorías consideradas en el capítulo anterior. El cuestionario tiene tres partes; prácticas de ocio, aspectos económicos y aspectos culturales, haciendo diferencias entre las prácticas realizadas en el día y la noche. La aplicación en los polígonos fue de manera aleatoria a los usuarios de los espacios y lugares. (Anexo 1)

El criterio de aplicación del cuestionario es principalmente espacial, previo conocimiento de distribución/concentración de servicios y equipamientos que aporta el capítulo II. El criterio espacial fue dividir el polígono del centro típico en tres cuadrantes y el cuarto cuadrante, el polígono de plazas y centros comerciales (Anexo 2, localización de lugares de ocio por cuadrantes 1, 2, 3 y 4). Se consideraron 25 encuestas por cada uno de ellos para abarcar opinión de los entrevistados de manera distribuida, la aplicación fue aleatoria. A continuación se describen las particularidades:

- Cuadrante 1, corredor artesanal, se aplicaron 25 de 25 encuestas previstas, en horario de 12:00 pm a 16:00 pm, por la alta frecuencia de personas al área (Anexo 2.1). No representó ningún problema.
- Cuadrante 2, alrededores de Plaza Central y zona del Calvario, se levantaron 30 de 25 encuestas previstas, en horario de 15:00 pm a 18:00 pm, las personas activas tienen hora de comida y es área de alta afluencia de jóvenes que salen de la escuela (Anexo 2.2). Por la afluencia combinada de usuarios se decidió compensar encuestas faltantes de los cuadrantes 3 y 4.
- Cuadrante 3, ubicado por el mercado de artesanía y concentración de bares, el horario de aplicación de 14:00 pm a 20:30 pm., se levantaron 20 de 25 encuestas programadas (Anexo 2.3). La aplicación en el mercado no tuvo problemas, en cambio en áreas de locales privados, la aplicación es difícil por diversos frenos de los usuarios y establecimientos.
- Cuadrante 4, áreas de plaza y centros comerciales, el horario de la aplicación de 12:00 pm a 17:00 pm, se aplicaron 15 de 25 encuestas programadas. Estos lugares de alta afluencia, espacios privados y con vigilancia, es muy complicado la aplicación de encuestas; la población no tiene paciencia, tiempo y están distraídos.

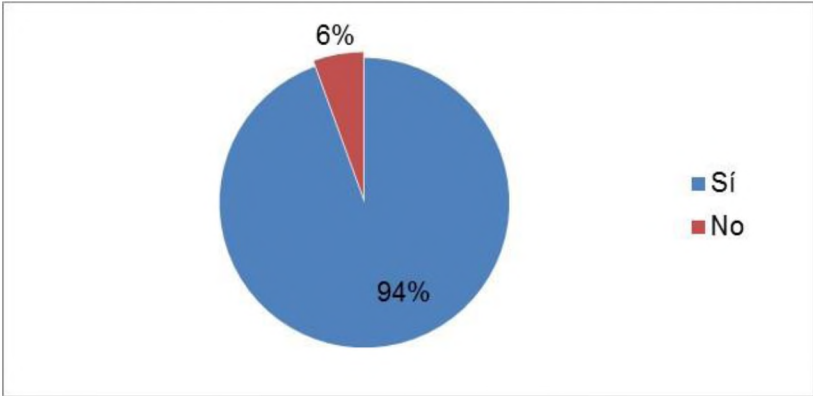
Entre los cuatro cuadrantes se obtuvieron 90 encuestas de un total de 100 previstas. Además de las dificultades descritas, están las de recursos humanos; quien describe realizó el trabajo de campo de forma individual con recursos propios. Si bien son factores esperados, los resultados obtenidos son suficientes para caracterizar las prácticas de ocios en el caso de Metepec. A continuación se describe los resultados obtenidos siguiendo la estructura temática del cuestionario, los resultados sistematizados están en el Anexo 3.

3.2. Las identidades en el/con el Municipio de Metepec

Ante la pregunta si les gusta venir al Municipio de Metepec, del total de encuestados el 94% respondió que sí (Gráfica 4), es decir “el Municipio de Metepec” tiene total aceptación, se encuentra presente en el imaginario. A la pregunta de a qué hora le gusta visitar el municipio, destaca de manera importante por la noche (47%), en segundo lugar, gustan de visitar por la tarde (26%), aunque también están los que les gusta asistir de madrugada (14%) y, una la proporción que visitan en la mañana es menor pero significativa (13%) (Gráfica 5). Según se han comportado los turnos de visita se prueba que “El Municipio de Metepec” tiene alta preferencia nocturna y por la tarde, es decir, que es un lugar apropiado para la

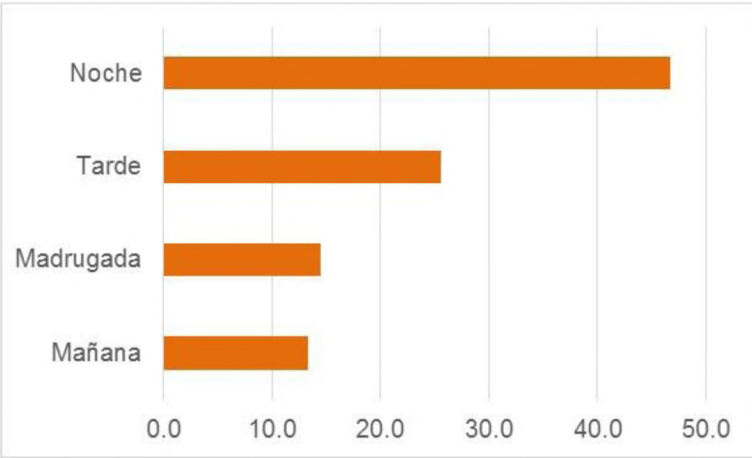
práctica del ocio, las cuales generalmente se realizan cuando se cuenta con tiempo libre.

Gráfica 4. ¿Le gusta venir a municipio de Metepec?



Fuente: elaboración propia

Gráfica 5. ¿En qué horario le gusta visitar al municipio de Metepec?



Fuente: elaboración propia

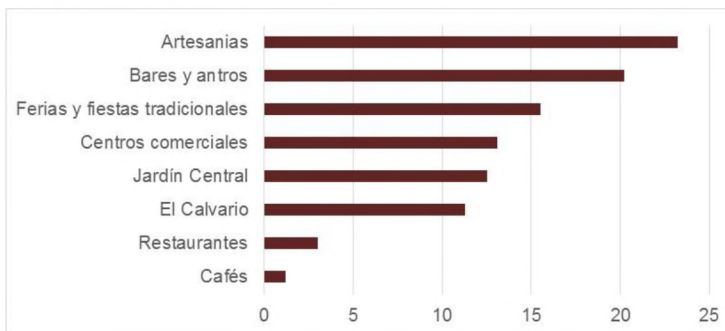
Par identificar lugares con los cuáles se identifican los entrevistados, se realizó una pregunta con ocho opciones, con base en las indicadas en la página electrónica del ayuntamiento en cuanto a valores locales, de las opciones podían elegir más de una, de las culaes se realizaron 168 entre los 90 encuestados. El patrón de identidad en el municipio revela el siguiente comportamiento: destacan las artesanías (23 %) y los bares y los antros (20%) con mayor identidad para el

entrevistado y en el municipio; luego están las ferias y fiestas tradicionales (16%), las plazas y centros comerciales (13%), el jardín central (13%) y El Calvario (11%); y muy por debajo los restaurantes (3%) y los cafeterías (1%) que no representan identidad. (Gráfica 6 a)

Entre las ocho opciones, los entrevistados se identifican hasta entre 3 y 6 opciones de manera particular, son pocos pero es muy revelador que casi todos los atractivos les son significativos, luego aparecen aquel grupo que eligieron hasta dos opciones y la gran mayoría elige sólo una opción (Gráfica 6 b). Es importante que todas las opciones fueron elegidas, por tanto las opciones que ofrece el municipio de Metepec tienen arraigo, identidad y son significativas culturalmente.

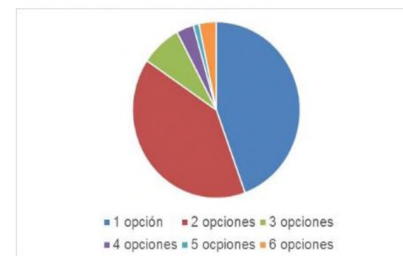
Gráfica 6 a y 6 b. ¿Con cuáles de estas opciones se siente más identificado en el municipio de Metepec?

Gráfica. 6 a



Fuente: elaboración propia

Gráfica. 6 b



En Metepec se han construido distintos tipos de identidades, el significado y atracción por algo en los lugares y/o prácticas culturales se ha diversificado. Luego del cambio sufrido en los años 80 y 90 en el territorio, en lo económico, en el consumo, lo cultural ha cambiado con lo cual han surgido otras identidades que se superponen a las anteriores, artesanal, agropecuario y religioso.

Actualmente, las identidades aunque se distinguen también se mezclan entre ellas:

1. Personas que se sienten atraídas por “las prácticas tradiciones/típicas en Metepec” que derivan de la alfarería, religión católica y fiestas patronales

católico-paganas las cuales discurren en las calles centrales y en los pueblos respectivos. El centro o ciudad típica del municipio presenta una imagen comercial en cuyos corredores artesanales (talleres y galerías) y mercado de artesanías se vende todo tipo de alfarería tradicional y con diseños renovados, siendo el Árbol de la Vida con mayor identidad, también se expende alimentos tradicionales (nieves y gastronomía). La imagen urbana del centro mantiene los rasgos de un pueblo (arquitectura vernácula, calles angostas con piso de piedra, viviendas con techos de tejas, muros de adobe, recauderías antiguas), además de patrimonio clasificado, que ha dado lugar a definir el polígono de centro histórico. Todo ello lo convierte en destino turístico, que los programas institucionales, el estatal de pueblo con encanto y el federal de pueblo mágico⁷, han alentado el desarrollo turístico con base en el patrimonio histórico tangible e intangible del municipio⁸.

2. Personas que se sienten atraídas con “los programas culturales de Metepec” de carácter público institucional, la Quimera un programa anual con diversos géneros culturales y musicales y, los semanales públicos realizados en el

⁷ *Pueblo Mágico*. La ciudad típica se considera al casco viejo de la cabecera del Municipio de Metepec, denominado “Pueblo Mágico”, con sus seis barrios: Santiaguito, Espíritu Santo, Santa Cruz, San Miguel, San Isidro, San Mateo y Coaxustenco (Art. 81). La imagen urbana del Pueblo Mágico, se sujetará a lo dispuesto por los ordenamientos legales en la materia (Art. 82). El ayuntamiento promoverá el cuidado y vigilará conservación de la Ciudad Típica de Metepec, el Cerro de los Magueyes, templos, haciendas, ranchos y pueblos, mediante promuevan el arraigo y fortalezcan el desarrollo turístico (Art. 83). Metepec es denominado Pueblo Mágico por contar con atributos culturales, históricos, artesanales, leyendas, historia, gastronomía y arquitectura que permiten reconocer la tradición de sus habitantes (Art. 84). El Ayuntamiento contará con un Comité Turístico Pueblo Mágico (Art. 85) y éste creará un programa de trabajo (Art 86). (Gobierno Municipal de Metepec, Gaceta 13, 5 de febrero de 2016)

⁸ En todo el municipio existe *patrimonio histórico tangible*. La arquitectura religiosa (iglesias y capillas) y civil (haciendas, edificios públicos y casas) entre ellos se cuenta con 100 monumentos históricos protegidos por el INAH de los siglos XVI al XIX. Entre la arquitectura religiosa que se encuentra en el centro destaca el Conjunto Antiguo Convento de San Juan Bautista y El Conjunto Templo del Calvario. Por su parte el *patrimonio histórico intangible* se refiere las festividades religiosas que se realizan anualmente en cada uno de los pueblos. Destacan la Feria de San Isidro, los Paseos de la Agricultura en honor a San Isidro Labrador (más de 100 años de realización), el Festival de la Danza del Fuego Nuevo y, la Semana Santa. También existen leyendas de tradición oral. Finalmente el programa institucional también afamado, el Festival Internacional Cultural Quimera que se realiza en octubre (nace en 1991). (Gobierno Municipal de Metepec PDM 2016 - 2018 de Metepec)

jardín central. Abarca diferentes públicos, familias, amigos, jóvenes personas adultas.

3. Personas atraídas por los “espacios de consumo-ocio en Metepec”. Generalmente asociado a las plazas y centros comerciales, abarca diferentes públicos, familias, adultos jóvenes, adultos mayores, jóvenes y niños.
4. Personas identificadas con el “ambiente nocturno en Metepec”. Aquí existen dos grandes públicos, las personas principalmente jóvenes versus los adultos jóvenes que pueden ser oriundos del municipio o de la zona metropolitana.

Las prácticas de ocio y tiempo libre tienen un horario de uso de la ciudad. En el Municipio de Metepec existen límites de tiempo para frecuentar los lugares tanto durante el día como durante la semana (Cuadro 8). Las personas que asisten por la mañana, entre las 8:00 am y las 11:00 am son las que abren locales y entran a trabajar en los establecimientos comerciales y de servicios que muchos de ellos sirven alimentos que se consumen por la mañana. Las personas que asisten de 14:00 pm a 17:00 pm, corresponde con la hora de la comida principal que implica consumo de alimentos en general. Las personas que asisten de 16:00 pm a 21:00 pm son los que pasean y consumen lugares de distracción. Hay también personas que desde las 18:00 pm y hasta la madrugada (3:00 o 4:00 a.m.) arriban a los lugares de diversión.

Cuadro 8. Patrones del tiempo de los lugares de ocio

Lugares	Mañana	Tarde	Tarde noche	Noche	Madrugada
Parques y plazas públicas					
Cafeterías					
Plazas y centros comerciales					
Restaurantes					
Bares					
Antros					

Fuente: elaboración propia

Hay otra distinción a destacar entre los días de la semana; las prácticas nocturnas corresponden más con los días jueves, viernes y sábado con flujos importantes,

mientras que las diurnas ocurren los siete días de la semana aunque con flujos variados.

El conjunto de los lugares y opciones de ocio que ofrece el municipio de Metepec, si bien refleja una dinámica socioeconómica y cultural importante durante el día y la noche y, para algunos días de la semana, todavía no se puede considerar a Metepec como una economía nocturna dominante, en cambio sí existe una economía diurna dominante en la semana, mes y año. No obstante, aunque todos los lugares tienen sus noches con sus características, pero la noche en Metepec no sólo destaca sino que se va arraigando.

3.3. Prácticas de ocio diurnas y nocturnas

Para distinguir las preferencias entre prácticas de ocio diurnas y nocturnas se plantearon preguntas con opciones a elegir, de las que podían marcar más de una opción.

Las posibles prácticas de ocio para el día fueron nueve, las que dieron un total de 146 elecciones en los 90 cuestionarios. Los resultados reportan el siguiente comportamiento socio cultural: visitar plazas comerciales (16%), asistir al cine (14%), ir al parque (13%), asistir al restaurante (13%), ir a la plaza pública/jardín central (12%) e, ir al café (11%), son actividades que tienen más o menos las mismas preferencias, aunque destaca el ir a las PCC. Hay otro grupo de prácticas tales como el ir de compras (9%), quedarse en casa (6%) y asistir al gimnasio (5%) que se realizan durante el día en menor medida (Gráfica 7. a). De las nueve opciones todas tienen adeptos, con las cuales diversifican sus prácticas en el día, hay quienes eligieron tres opciones, otros dos y la gran mayoría sólo una opción. (Gráfica 7. b)

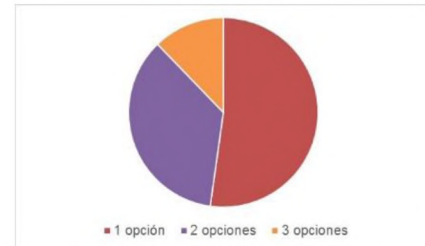
Las prácticas de ocio realizadas durante el día son diversas; unas son en establecimientos privados cerrados (PCC, cine, restaurantes, cafeterías y GIMNASIO), otras las que se realizan en espacios públicos abiertos (el parque, la plaza pública), las individuales (Gimnasio) y también las familiares (quedarse en

casa). Entre ellas, están las más proclives a realizar consumo, gasto y compra, otras que no implican ningún gasto, sólo el uso del lugar, el estar, el pasear.

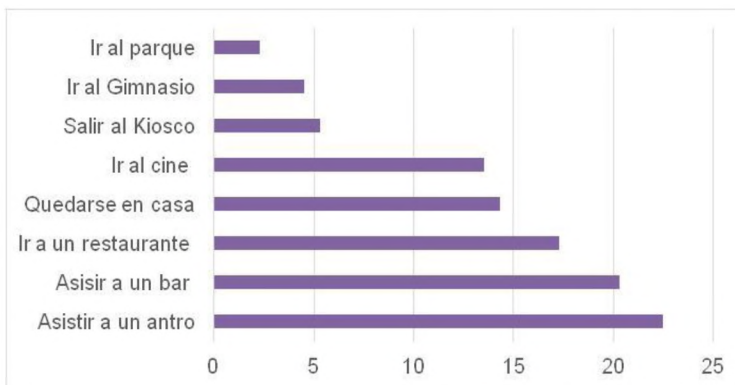
Gráfica 7. a. ¿Cuáles de estas actividades de ocio prefiere realizar en el día?



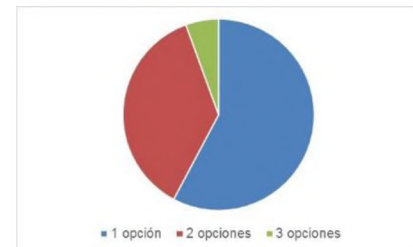
7.b Prácticas por persona de ocio diurno



Gráfica 8. a. ¿Cuáles de estas actividades de ocio prefiere realizar en la noche?



8. b. Prácticas por persona de ocio nocturno



Fuente: elaboración propia

Las opciones presentadas en el cuestionario para la noche fueron ocho, dieron un total de 133 elecciones en los 90 cuestionarios (Gráfica 8. a). Las prácticas nocturnas por orden de importancia son: asistir al antro (23 %), a los bares (20%) y a los restaurantes (17%) son significativas para la noche, se trata de diversión colectiva en lugares de bullicio, socialización acompañada de copa, comida y/o baile; aunque también quedarse en casa (14%) e ir al cine (14%) son dos opciones de mayor proximidad social que da lugar a otras opciones culturales y familiares, son prácticas que les siguen en importancia al bullicio de la noche;

otras prácticas nocturnas de socialización colectiva en el espacio público abierto son el reunirse con los amigos(as) en el kiosco (5%) de la plaza central⁹ y en el parque público (2%) y; finalmente, la práctica nocturna de atención individual al cuerpo, asistir al gimnasio (6%) que es otra forma de socialización.

Entre las 8 opciones que realizan en la noche, hay personas que eligen 3 de ellas, son las menos pero son de intensa actividad nocturna, otro grupo de entrevistados eligieron 2 opciones por noche y la gran mayoría práctica sólo una opción (Gráfica 8. b). Lo que revela que dinámica de la noche es significativa y que la práctica por persona muestra que la practican de manera diversificada.

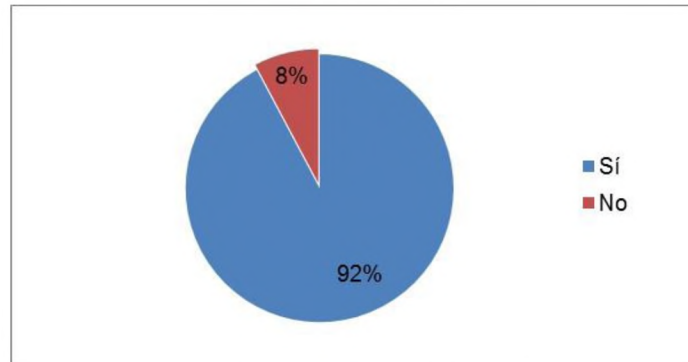
La noche en Metepec destaca por el papel funcional del ocio a escala metropolitana (zona metropolitana de Toluca), porque no sólo asisten los residentes del municipio (oriundos y avecindados), sino que recibe flujo de jóvenes y jóvenes adultos de municipios vecinos, conformándose en el “ambiente de atracción diversificado” de toda la zona metropolitana, es la atracción con mayor peso en la noche, incluso por arriba de “el ambiente de consumo en el día en Metepec” que también es de cobertura metropolitana. En la noche no solo son los antros, bares y restaurantes, están las ofertas de casinos y otros giros.

3.4. Aspectos socioeconómicos del ocio

La población encuestada considera que en el municipio ha cambiado sus actividades económicas, con la dinámica de las PCC, servicios diversificados y especializados y con las residencias de ingresos medios y altos (Gráfica 9). En década anteriores a los años noventa, el territorio del municipio en gran parte se dedicaba a las actividades primarias, significaba el ingreso principal para los residentes lugareños, progresivamente desde los noventa la principal actividad se tornó comercial y de servicios.

⁹ La plaza central o jardín central, se denomina “Parque Juárez”, cuenta con un Kiosco con relieves de barro, en los últimos años se ha construido una fuente en honor a la Tlanchana (deriva de la leyenda de la Sirena o mítica Tlanchana). (Gobierno Municipal, PDM 2016 -2018 de Metepec)

Gráfica 9. ¿Según usted han existido cambios en las actividades económicas del municipio?



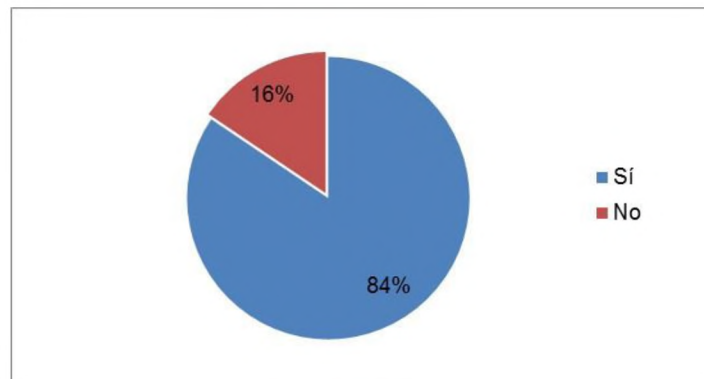
Fuente: elaboración propia

Mientras se aplicaba el cuestionario se emitían opiniones, lo cual permitió extraer algunas. Entre las principales transformaciones destaca las diferencias de la estructura social que propició el desarrollo inmobiliario de viviendas para alojar el crecimiento demográfico y metropolitano desde los años 80 y 90, ello ha producido diferencias en desarrollo urbano (equipamiento) con respecto al crecimiento desde el centro de la cabecera municipal y de los pueblos. Progresivamente se fue ocupando el territorio con tejido urbano construido. Tales procesos confrontan prácticas culturales de ocio y consumo entre residentes no originarios y originarios con prácticas culturales tradicionales. Donde la lógica económica también reacciona.

La actual aglomeración de las PCC -inversión inmobiliaria comercial- despegó con los años noventa, las cuales se localizaron en las proximidades de los mercados de ingresos altos. Se produjo un círculo económico virtuoso. Si en un inicio las residencias fueron las detonadoras de las inversiones, ahora la terciarización propicia más inversión (residencial y comercial). Así en los lugares donde se presentan las prácticas de ocio (inversión económica y cultural privada), actualmente los residentes de Metepec, deben también interactuar con los visitantes de la zona metropolitana toda vez que en Metepec se aglomeran atributos que propician atracción para la diversión.

A la pregunta de si *existen diversos lugares de ocio para diferentes tipos de personas*, la gran mayoría respondió que sí (84%) (Gráfica 10). Los encuestados dicen, en el caso de los lugares de ocio nocturno son evidentes conforme las edades (de 18 a 60 años); es más común ver a jóvenes entrando a los antros que a las personas mayores, es el caso inverso con los bares, predominan las personas mayores y son menos los jóvenes. Por tanto en las prácticas sociales nocturnas no sólo existen diferencias entre capacidad económica de consumo, sino también de edades, práctica cultural de la música y del baile.

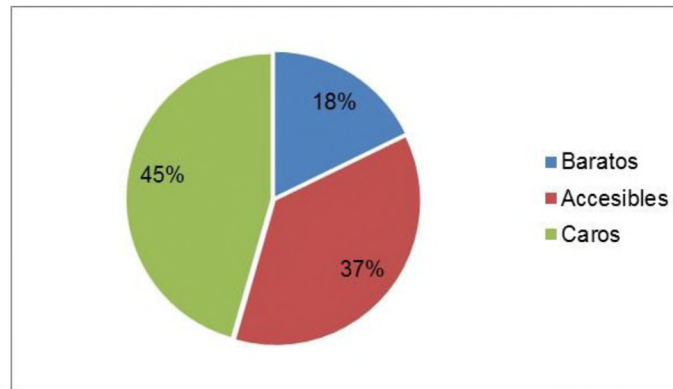
Gráfica 10. ¿Considera que existen diversos lugares de ocio para diferentes tipos de persona?



Fuente: elaboración propia

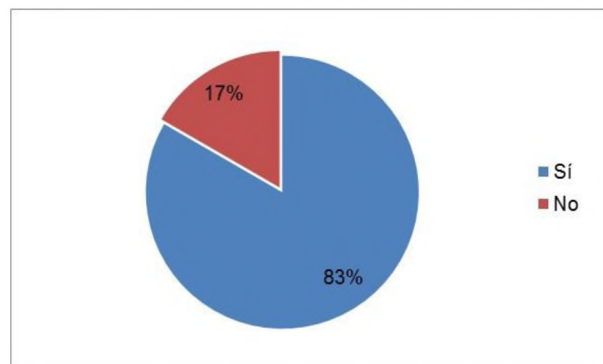
Respecto al costo que les significa asistir a los lugares donde se paga por el consumo, se observa que los encuestados consideran el precio de las actividades de ocio que en su mayoría son caras (45%), otros que son precios accesibles (37 %) y, en cambio hay otros dicen son baratos (18 %) (Gráfica 11). En su mayoría refieren sólo a los antros y bares como prácticas que implica costo. Por ejemplo, en un antro la botella de tequila cuesta entre 600\$ y 1,000\$ dependiendo de la marca, mientras que en un OXXO o vinatería el mismo cuesta entre 300\$ y 600\$, esto supone un aumento del 50% y en ciertos lugares es mayor, esta diferencia podría desalentar al consumidor, pero ocurre lo contrario, hay mayor demanda en establecimientos más caros que los convierte en exclusivos porque hay que apartar lugar con antelación para entrar. Exclusividad y precios caros es una estrategia empresarial que rinde frutos.

Gráfica 11. Considera de los precios de las actividades de ocio son:



Fuente: elaboración propia con base a los cuestionarios aplicado

Gráfica 12. ¿Elige los lugares de ocio según promociones?



Fuente: elaboración propia

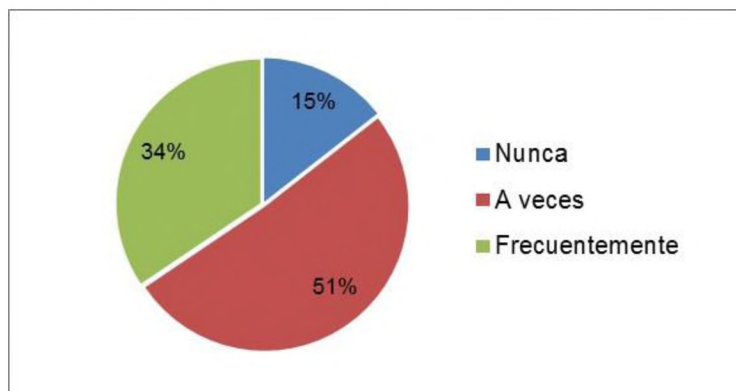
Sin embargo, existe la práctica empresarial de ofrecer promociones. Se preguntó si esto era un criterio de elección para asistir a los lugares de consumo nocturno. La mayoría de las personas encuestadas eligen los lugares que ofrecen promociones (83%) en cambio una porción significativa (17%) no es un factor de elección de lugares (Gráfica 12). La estrategia comercial de promociones (costo, cantidad y franja horaria) es frecuente en los establecimientos y como se observa rinde beneficios en audiencia. Algunas de las promociones en bares y antros corresponde a una franja horaria, por ejemplo de 10:00 pm a 11:00 pm ofrecen barra libre, o bien las mujeres no pagan entrada (*cover*) lo cual es atractivo para cierto rango de consumidores.

3.5. Frecuencia de asistencia a los lugares

La asistencia a plazas y centros comerciales (PCC) ha sido registrada en tres rangos, frecuentemente (3 a 5 veces al mes), a veces (1 a 2 veces al mes) y nunca. Entre los entrevistados la mitad de ellos indicó que a veces (51%), enseguida los que son asiduos visitantes (34%) y, el resto indicó que nunca (14%). (Gráfica 13)

Las PCC para la gran mayoría representan lugares de atracción para utilizar su tiempo libre, ellas ofrecen la posibilidad de socializar y consumir -paseo, comida, cine, casino, compra, deporte-, generalmente son inmuebles de los inversores de desarrollos inmobiliarios del comercio al menor (privados), por tanto son espacios cerrados (grandes naves con diseños básicos) y con diferentes tipos de vigilancia en las entradas y en las tiendas. Las PCC representan puntos de esparcimiento no solo para los residentes del municipio de Metepec, donde éstas se encuentran aglomeradas, si no para los demás municipios metropolitanos. Sin embargo, existe una porción menor que se resiste a considerar estos lugares como atractivos para el tiempo libre.

Gráfica 13. ¿Cada cuánto va a las plazas comerciales?



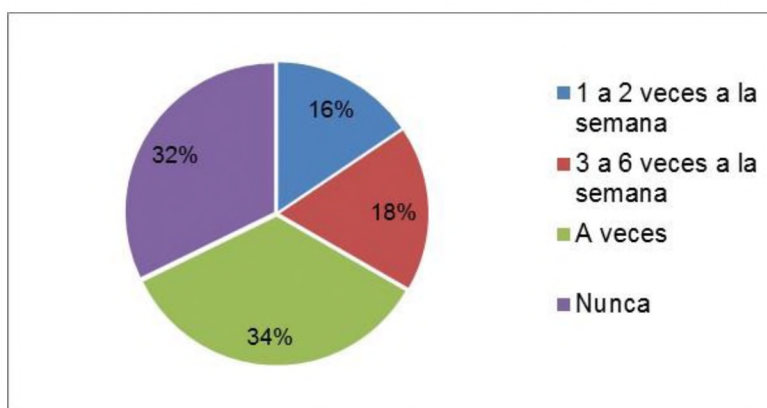
Fuente: elaboración propia.

El uso y visita a las plazas públicas y/o parques públicos (PPyP), representan espacios primordialmente de socialización y deporte -paseo, deporte, reposo y cierto consumo (frutas, alimentos, aguas y otros menores)-. En los lugares entrevistados solo existe una plaza pública y un parque municipal que se localizan en el centro. En la plaza pública (jardín central) que está enfrente del Palacio de

Gobierno municipal se llevan a cabo diferentes actividades culturales organizadas por el Ayuntamiento y empresas privadas a lo largo del año. Sin embargo en los alrededores existen otros parques públicos.

Respecto a la frecuencia de uso y visita de los PPyP entre los entrevistados se registra un comportamiento errático pero también significativo (Gráfica 14). El 32% del total de entrevistados reporta que nunca asiste a estos lugares, el 34% indica que a veces, esta suma indica que la mayoría casi no asiste a los espacios públicos y al aire libre, lo cual es muy consistente con lo encontrado con los que prefieren la PCC. Aunque también existe un público asiduo asistente a los PPyP, el 18% lo hace de 3 a 6 veces a la semana y, otro 16% de una a 2 veces, se trata de la tercera parte de los entrevistados con éstas prácticas preferentes, muy probablemente están asociadas más a las deportivas y de paseo.

Gráfica 14. ¿Con qué regularidad visita las plaza públicas y/o parques públicos?



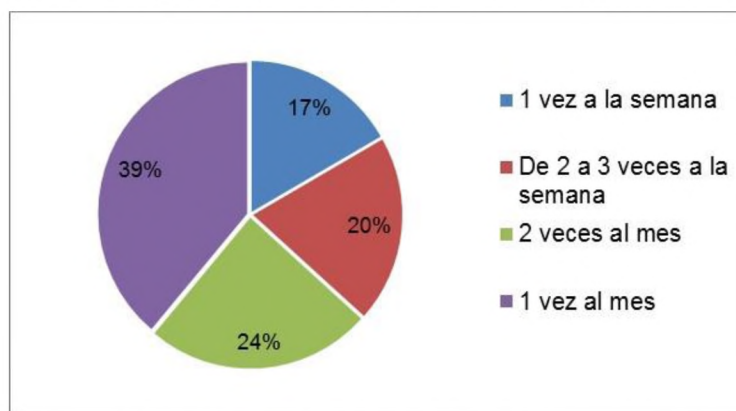
Fuente: Elaboración propia

La asistencia a los locales de cafeterías es una práctica de socialización de los años recientes que ha ganado importancia tanto para el usuario como para el vendedor, estos locales ofrecen servicio generalmente durante el día. Entre los entrevistados, unos asisten a los cafeterías semanalmente, de 2 a 3 veces (20%) y de 1 vez (17%), en cambio otros acuden al mes, de 2 veces (24%) y 1 vez (39%). (Gráfica 15)

Durante las visitas de campo se detectó que los pequeños locales de cafeterías están localizados sobre las calles centrales del municipio (7), son formatos

tradicionales de consumo, no como los cafeterías principalmente de franquicias encerrados en la PCC, a locales también asisten diferentes edades -adolescentes, edad productiva y tercera edad- aunque predominan jóvenes. Por tanto, con los datos se observa que los lugares centrales de cafeterías son un espacio que al mismo tiempo es de interacción social y de consumo de alimentos, generalmente de bajo costo y cantidad, pero sobre todo se caracterizan por ser “un espacio de estar”; tienen un ambiente tranquilo que permite socializar, platicar y quizá leer/mirar con tranquilidad.

Gráfica 15. ¿Con qué frecuencia asiste a los cafeterías?



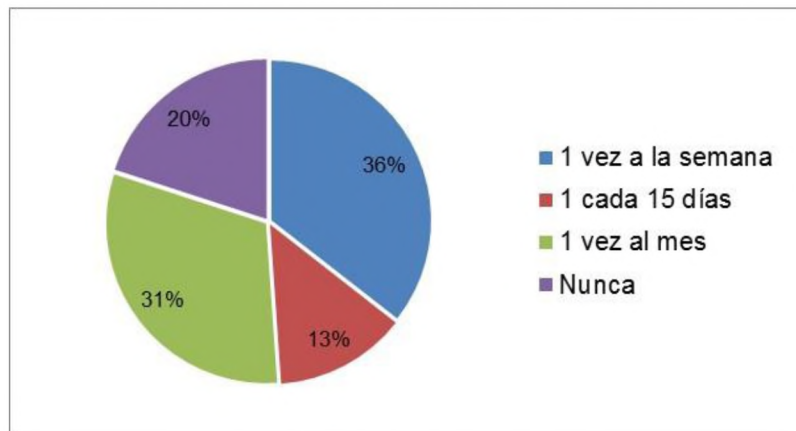
Fuente: elaboración propia con base a los cuestionarios aplicado

La frecuencia de asistencia a los restaurantes, es otra práctica de consumo de lugares y de actividad comercial que ha ganado adeptos en la medida que existen condiciones socioeconómicas para hacer gastos y considerarlo una práctica de ocio y socialización tanto de la tarde como de la noche. De acuerdo con los entrevistados, hay quienes lo hacen semanal (36%), otros quincenal (13%), otros mensual (31%), sumadas estas proporciones tienen a estos lugares como uno más de los espacios de ocio. En cambio hay un 20% de entrevistados que nunca asiste a estos lugares, ello es revelador tanto para la práctica de ocio como para la situación socioeconómica. (Gráfica 16)

Si bien existen diferentes tipos de restaurantes que ofrecen comida más “barata” y otros de firmas de mayor prestigio con precios más elevados, en número son importantes los polígonos de estudio (40 sin contar los que se localizan dentro de las PCC), tienden a estar aglomerados en el territorio total del municipio. En el

lugar de estudio los formatos de alimentos son en restaurantes, fondas y mercado de antojitos, están cerca del centro, de oficinas, de escuelas, gozan de buena accesibilidad por las vías centrales, aunque también están los del entorno próximo. Los formatos de restaurantes son diversos al medio día, por la tarde y la noche.

Gráfica 16. ¿Con qué frecuencia asiste a los restaurantes?



Fuente: Elaboración propia

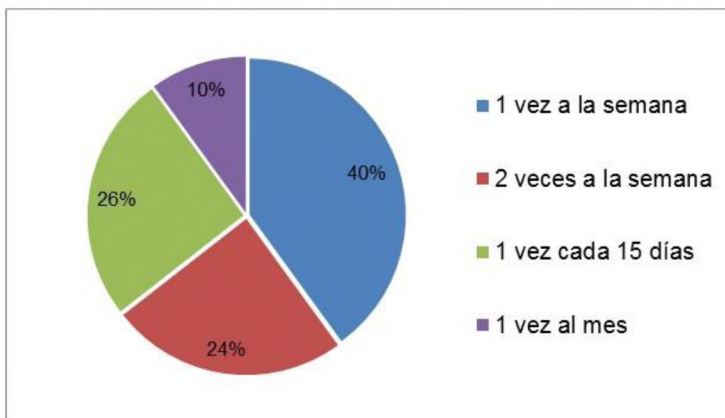
Entre las prácticas de socialización y consumo de espacios nocturnos, está la práctica de asistir a los locales de diversión nocturna, aquí se considera a los llamados “antros” y bares.

En el municipio de Metepec se concentra el mayor número de ellos respecto a otros municipios o bien éstos gozan de importante afluencia y preferencia. Los “antros” se caracterizan por ser lugares de alta socialización principalmente de jóvenes donde se da aproximación física y cultural, pueden estar sentados y parados en grupos o a veces individuales, el diseño interior de dichos locales ofrece iluminación especial con pista grande para bailar lo cual es el atractivo, por su parte la música de ciertos géneros y variedades hacen la diferencia entre ellos, hay expendio de alcohol con opciones de tipos y precios, están abiertos por la noche (tarde/noche, noche y madrugada).

La frecuencia de asistencia a los “antros” es importante, todos los entrevistados expresan que asisten a ellos; los que van semanalmente, una vez (40%) y dos veces (24%), esta porción es la que más aprecian o se sienten más atraídos a

ellos, además, los que asisten una vez cada dos semanas (26%), y los que asisten mensualmente (10%) (Gráfica 17). En conjunto la práctica de asistencia a los antros está muy presente, el uso del espacio como el negocio económico (entrada, bebidas, tabaco, alimentos, seguridad) revelan dinamismo de ésta práctica social.

Gráfica 17. ¿Con qué frecuencia asiste a los antros?

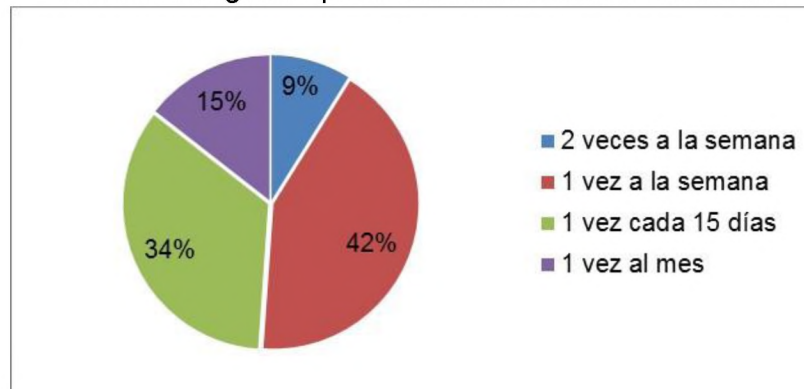


Fuente: Elaboración propia

Por su parte los bares comparten características con los “antros”, también existe venta de alcohol, disfrute de música y ciertos alimentos. Al bar asisten desde jóvenes mayores de 18 años hasta personas de 50/60 años de edad. Ello hace la diferencia del modo cómo se comportan dentro del establecimiento, la cantidad de gasto para el consumo de bebidas de todo tipo, en los bares no existe pista de baile o ésta es pequeña, el área destinada a las mesas para consumo de alcohol es mayor, en su mayoría cierran más temprano que los “antros”.

La frecuencia de asistencia a los bares es igualmente importante que los antros, todos los entrevistados asisten, sin embargo la periodicidad es distinta; están aquellos que asisten una vez a la semana (42%) y los que asisten cada 15 días (34%) éstos hacen la proporción importante de recurrencia. Sin embargo están las recurrencias de los extremos, los que asisten sólo una vez al mes (15%) y los que asisten dos veces a la semana (9%). (Gráfica 18)

Gráfica 18. ¿Con qué frecuencia asiste a los bares?



Fuente: Elaboración propia

En las noches en la parte central del Municipio de Metepec hay demanda para las prácticas de ocio, existe potencial socioeconómico y potencial cultural. Los antros y los bares son actividades que “utilizan la ciudad”. Los paseantes residentes, los usuarios metropolitanos que llegan en auto, generan derrama para cuidadores, estacionamiento y puestos de alimentos en las proximidades hasta avanzada la madrugada. La imagen urbana nocturna se acompaña de la iluminación de las calles (no siempre en buen estado ni de cobertura completa) y la presencia de patrullas complementa la dinámica de la diversión. Todo ello hace un tipo de noche en Metepec.

Como se ha visto entre antros y bares hay diferencias que pueden ser mejor organizadas y con ordenanzas más afines a la dinámica real, en cambio para la autoridad local, los antros y los bares tienen la misma norma regulativa de horario y expendio de bebidas estipuladas en el Bando Municipal.

3.6. Opinión de los servidores públicos en el Municipio de Metepec

Se consideró complementar la información recogida con el cuestionario acudiendo a informantes que se especialicen en sectores de la administración específicos, para ello se seleccionaron áreas de la administración local vinculada con las prácticas de ocio y lugares de ocio. Se programó entrevistar, al director en asuntos

urbanos, económicos y culturales, además de identificar el conocimiento sobre el fenómeno del ocio, se persigue identificar políticas o programas deliberados.

De tres entrevistas programadas en tres áreas sólo se lograron dos. Una fue al Departamento de Fomento y Difusión Cultural y otra a la Dirección de Desarrollo Económico Turístico y Artesanal. La tercera entrevista de varios intentos finalmente la cancelaron, era a la Dirección de Desarrollo Urbano y Metropolitano, con la finalidad de saber de una manera más precisa cómo se encuentran distribuidos los usos de suelo (Anexo 4).

Las entrevistas en general tuvieron serios problemas de atención de los servidores públicos al público solicitante de información. El funcionario del departamento de cultura, delegó la atención a un tercero ya que no cuentan con bases de datos que puedan establecer sus respuestas, por lo tanto son datos muy ambiguos y sin un sustento medible (Anexo 4.1). Las siguientes son las respuestas:

La administración de actividades culturales durante el día y la noche es difusa, no se cuenta con datos, de actividad ni de lugares con afluencia de visitantes, se sabe que los turistas encuentran atractivo al municipio por la denominación de Pueblo Mágico. De igual manera datos por edades y horarios, no se cuenta información, las actividades programadas por la administración generalmente son en la franja de 12:00pm a 18:00pm que corresponde con horarios de oficina.

La organización de fiestas típicas religiosas y similares la realizan los originarios de los pueblos y colonias, la administración local coadyuva con los días de la programación.

Las actividades de ocio durante el día y la noche tienen afluencia de población oriunda y de públicos flotantes en el municipio, la mayor frecuencia son los fines de semana. No se presentan conflictos culturales entre identidades y prácticas diferentes, hay un acoplamiento en las opciones de libertinaje que ofrecen los establecimientos. Un ejemplo es el "Bar 2 de Abril" -afamado, antiguo y típico-, se aprecia convivencia de gente oriunda y turistas, al bar asisten artistas reconocidos, integrantes de familias de artesanos y también gente foránea.

Existen algunos programas para fortalecer actividades y expresiones culturales. El Jardín Lineal, sobre el camellón de vialidad Toluca-Tenango, es un paseo que presenta expresiones tradicionales de alfarería y nuevas expresiones del barro. El Maratón Cultural Itinerante, diseñado para apoyar a los artistas y pintores, cuya obra se expone en 11 puntos estratégicos. El Museo del Barro, donde los artistas exponen sus trabajos diversos. El evento de Grafitis Muralistas en el que la población con estas prácticas puede expresar su arte. El propósito de los programas culturales es que la ciudadanía tenga inclusión y reconozca las manifestaciones culturales, las actividades tienen alta aceptación, la gente asiste, cuando va el presidente municipal se difunde la actividad y existe participación, de manera natural la asistencia es menor.

En el área administrativa cultural, no se cuenta con información ni concepción del ocio, del diurno y ni el nocturno, se perciben expresiones culturales artísticas como las mencionadas, pero no se cuentan con acciones para fomentar el ocio para los jóvenes, públicos activos, mujeres y tercera edad.

La segunda entrevista en la Dirección de Desarrollo Económico, Turístico y Artesanal (Anexo 4.2.), arroja las respuestas siguientes:

Las actividades económicas que representan mayores ingresos para la hacienda municipal son aquellas que pagan derechos por la expedición o refrendo anual de licencias de funcionamiento comercial de los antros, bares y algunos restaurantes, pago de derechos para la venta de bebidas alcohólicas en botella cerrada, al copeo. Son establecimientos con mayor derrama económica. Los ingresos derivados de los estacionamientos registrados que deben su funcionamiento por los lugares de ocio y recreación.

Con respecto a la existencia de alguna afectación o problemas por la intrusión de un mercado de ocio moderno hacia las actividades artesanales, no existe afectación. La prioridad económica de administración local es la promoción y comercialización de las artesanías así como gestionar ante instancias federales y estatales programas que favorezcan a los artesanos.

Es inexistente la interrelación entre actividades artesanales y actividades de ocio, la actividad de ocio obedece a tiempo sin trabajo, sin tareas, estas son recreativas, en cambio la actividad artesanal es una actividad laboral que representa sustento económico familiar. Si los talleres sustituyen una actividad por otra de ocio se generaría impacto negativo en su calidad de vida.

En el municipio existen corredores comerciales muy dinámicos, no sólo las zonas comerciales con mayor demanda. El área de la cabecera municipal; sobre Av. Pino Suarez (Galerías Metepec, Plaza Las Américas y Plaza Pabellón Metepec), área de Residencial San Carlos, área de Av. Tecnológico, y sobre la Av. Manuel J. Clouthier (ex Pilares). Para la ordenanza del comercio en los corredores de artesanías, los usos comerciales de actividades de ocio durante el día y la noche se toman en cuenta el Código de reglamentación, Gaceta No. 9 y Bando Municipal.

Tampoco en esta área administrativa se concibe el fenómeno del ocio, y las dinámicas diurnas y nocturnas. Aunque se confirma de manera indirecta que las actividades de comercio y os servicios relacionados con el ocio son las de mayor contribución a los ingresos locales (pagos de derechos y obligaciones).

3.7. Conclusión parcial

Las prácticas de ocio en el Municipio de Metepec son dinámicas, diversas en el día y la noche. En los días de la semana, son diversos de lunes a sábado y por lo general el ocio del domingo tiene ambiente familiar. El municipio cuenta con tres universos de ocio que se complementan en el día, en la noche y en la semana: prácticas de ocio-consumo en plazas y centros comerciales, las prácticas de ocio vinculadas a la diversión y libertinaje y las prácticas culturales tradicionales. Aunque hay dinámica de ocio, pero todavía el municipio no vive las 24 horas continuas ni los siete días de la semana como lo hacen otras ciudades en el orden internacional.

El municipio no tiene un plan especialmente orientado a impulsar a las actividades nocturnas por ello sería ideal que el municipio tenga una dinámica de actividades económicas las 24 horas del día. En una distribución de prácticas del ocio en el día, las plazas y centros comerciales ganan en atracción por las opciones que ofrecen en un mismo lugar; aunque en el interior lo que más agrada a los asistentes es estar, pasear, mirar y recorrer, es la actual forma de socialización, es una práctica diaria, en cambio la asistencia a esos espacios para el consumo activo es el fin de semana. Es el ocio-consumo del espacio, de mercancías y servicios de diversión, es importante para todos los públicos.

En el ocio nocturno, la práctica principal es el consumo de alcohol, bailar y comida, por ello destaca la asistencia a bares, antros y restaurantes, prácticas que inician al atardecer y terminan en la madrugada, principalmente los días viernes y sábado. La mayor parte de la población reporta que por lo menos asiste una vez a la semana. Los antros aplican promociones de precios en entrada, tipos de bebidas. Los antros se clasifican en baratos y caros, todos tienen estrategias empresariales todo el año. El efecto de los bajos costos en franja horaria inicial conlleva que los asistentes entren pronto bajo los efectos del alcohol, así prolongan horas de consumo. Esta práctica de ocio cobra significado para jóvenes y población activa, lo mismo hombre que mujeres.

La preferencia por socializar en plazas comerciales hace que las plazas públicas y parques tengan cada vez menos asistencia con fines sociales, quizá mantiene significado para el ejercicio físico. Existe más del doble de espacios privados cerrados que espacios públicos abiertos, lo que genera una disminución en la construcción y rehabilitación de espacios públicos y a la vez impacta en la generación de aéreas verdes.

Las plazas comerciales han conseguido atraer a la población con opciones que generan nuevas preferencias por el ocio-consumo, mientras que el sector público no despliega estrategias para generar espacios públicos de ocio, según se ha

constatado en las entrevistas, el fenómeno del ocio todavía no se concibe en la política pública urbana.

La práctica de ocio en actividades tradicionales y típicas, vincula a la artesanía, sitios de interés histórico, programas de los pueblos originarios y comida típica. Estas actividades generan principalmente ocio de medio día al atardecer, es significativo para jóvenes y población activa, para oriundos, población activa flotante y visitantes. A ello se complementa el ocio nocturno ya descrito. La programación de actividades tradicionales la realizan las organizaciones sociales de los pueblos y barrios originarios. La autoridad local sólo colabora en asuntos de logística complementaria del orden público. El ayuntamiento despliega programas de manifestaciones culturales de tipo pasivo; exposiciones y recorridos. Considera su actuar acotado al turismo de imagen urbana y tradiciones típicas (Pueblo Mágico), no tienen programas de ocio activo diurno y nocturno.

Capítulo IV. Conclusiones generales

Capítulo IV. Conclusiones generales

La pregunta que condujo la investigación fue: ¿cuáles son las transformaciones que propician las prácticas de ocio y consumo durante el día y la noche en Metepec? Estas son diversas, en la investigación se seleccionaron las más visibles en el día y en la noche, ellas debían interactuar factores culturales y espaciales para su selección, tal como se explicitan en el siguiente subapartado.

El objetivo general fue “examinar las transformaciones de las funciones económicas del ocio y el consumo durante el día y la noche, en las últimas décadas, en polígonos seleccionados de Metepec”. Esta tarea se ha cubierto a cabalidad tal como expone la reflexión que sigue.

La hipótesis sostenía que en “Las actividades económicas y el comportamiento cultural de la población actual del Municipio de Metepec confluyen actividades de ocio y consumo, al tiempo que sobreponen prácticas culturales tradicionales con nuevas lógicas del tiempo libre, conforma lugares y espacios (plazas comerciales, restaurantes, cafeterías, bares, antros, entre otros). Dicha dinámica abarca por igual prácticas de ocio y consumo en el día que la noche con significado, peso cultural y, lógica económica diferentes. Al ser un municipio de atracción cultural, de consumo y de diversión, todo ello genera reestructuración de funciones económicas y socio-espaciales”.

4.1. Conceptos y hallazgos sobre el ocio diurno y nocturno

Por la naturaleza de la investigación –prácticas culturales de ocio- no era suficiente con localizar elementos materiales como son los espacios y lugares donde se practican, sino que había que considerar cómo las personas se identifican con un lugar, porqué tienen significados, cuáles son los símbolos que crean, aquellos que generan sentimiento de permanencia e identidad con el lugar, por ello además de identificar, localizar y registrar lugares (levantamiento y representación) se tuvo contacto con individuos que viven el día a día de sus lugares (aplicación de cuestionario).

Para realizar la investigación del ocio diurno y nocturno, se consideraron conceptos cuyos contenidos se entrelazan, que se encuentren de forma integrada: prácticas sociales (de la juventud y público activo), configuración de símbolos en lugares (locales y sitios), servicios de ocio (lugares de consumo), consumo y ocio (plaza y centros comerciales) durante las horas del día en la ciudad.

La realización de una investigación de prácticas culturales en lugares y horarios da lugar a observar los significados invisibles que inciden en la toma de decisión para las prácticas de ocio. Por ejemplo: el antro llamado *SOHO*, mediante estrategia de socialización participativa se identifican patrones; el bar es de jóvenes con nivel económico medio a los que les gusta un tipo de música urbana, con semejante forma de vestir, de hablar, vienen de lugares casi semejantes, la coincidencia en este tipo de antros les permite empatizar y socializar. En esta práctica cultural, no basta con aplicar conceptos físicos (localización y características del antro), es necesario complementar conceptos del comportamiento cultural que construyen espacio social (identidad, símbolos, prácticas).

En cuanto a los conceptos también hay ajustes internos en las prácticas de ocio, por ejemplo para el ocio nocturno, el término de juventud, persona mayor de edad y que oscila entre 18 a 30 años, sino que en las prácticas del atardecer, la noche y amanecer los grupos etarios son mayores, se puede considerar personas en edad activa que les gusta realizar prácticas de diversión. Los diversos elementos de diversión abarca el placer en todos los sentidos, en la noche pueden ser; el consumo de alimentos, el consumo de bebidas alcohólicas, en algunos casos consumo de drogas, el gusto por el baile y la fiesta, el gusto por los juegos de azar en los casinos. En el día las prácticas culturales, que abarca a todas las edades, pueden ser, atracción por la cultura (arte, música, teatro, religión, historia, deporte), por identificar y conocer de cada lugar o sitio de interés, interesarse y convivir con la naturaleza, ejercer prácticas del deporte y ejercicio físico, en fin crear círculos sociales con las personas que también coinciden en tales lugares.

La nominación cultural de los lugares de ocio nocturno, ha cambiado en el tiempo, ello devela cambio etario y tipos de públicos. En el municipio en los años 2000, se escuchaba referir a todo el ocio nocturno con la expresión “discos y cantinas”, en la actualidad tales expresiones no se usan, los jóvenes para referirse a las prácticas nocturnas dicen vamos de “antros y bares” que por extensión así se conoce por todos a las prácticas de ocio nocturno. El cambio de denominación desde luego encierra y expresa cultura contemporánea, estrategia comercial y lógicas de marketing.

En el Municipio de Metepec se observan aéreas en las cuales se distinguen dinámicas de prácticas y actividades de ocio conforme pasan las horas del día, en ellos el ritmo de las actividades de la población va organizando funciones y actividades que van cambiando el uso del espacio. Para la investigación se han seleccionado dos polígonos donde están presentes actividades y lugares en forma significativa: el polígono del centro del municipio y el polígono de plazas y centros comerciales, dos universos culturales de naturaleza distinta.

El polígono del centro es potente y dinámico en ocio diurno y nocturno (contiene un gran número de locales), asimismo potente en cultura tradicional y prácticas tradicionales. Éste cuenta con un corredor artesanal tradicional distribuido en dos cuadras, en la Av. Ignacio Comonfort esquina con Av. Estado de México, cuenta con más de 30 establecimientos de venta de artesanías de barro, plata y vidrio, representa a la actividad artesanal alfarera, con importante atracción durante la tarde. Existe otra área donde se concentran restaurantes, antros y bares, alrededor del Palacio Municipal, con dinámica por la tarde y noche, es de concurrencia principalmente de jóvenes. En la concentración de puestos de comida típica, las personas compran alimentos y los consumen en el Quiosco de la plaza central, se observa un ambiente familiar.

En el centro del municipio, en la noche, se observa que ciertas actividades y lugares comparten localización espacial, los restaurantes, con los bares con venta de alcohol y la venta de alimentos que cada uno cuenta con reglamentaciones

específicas. Al menos hay dos razones para ello; una, los restaurantes se localizan cerca de locales donde venden bebidas alcohólicas en costos y horarios diversos, mientras los asistentes siguen exigencias reglamentarias del Bando Municipal y altos costos y, la segunda, debido al patrón alimenticio de algunas personas, después de salir de “la fiesta” consumen alimentos. Son prácticas culturales y lógicas de localización económica que se auto-ajustan y se configuran eslabonadas.

El polígono de las plazas y centros comerciales es una zona importante para el desarrollo de prácticas de ocio organizadas por las nuevas lógicas del consumo. Las plazas y centros comerciales generan prácticas en dos formas distinguibles: ejercicio de ocio sensorial y, ocio activo en consumo de diversión y placer.

- i) Patrón cultural del consumo sensorial del espacio, la gente acude en muchas ocasiones solo a realizar visita/paseo, sin propósito de consumir productos de las firmas del interior (mercancías, alimentos y diversión) sino más bien, las plazas son lugares donde se abstrae el paseo, provoca necesidad de “vivir” o participar con otras personas, con nivel económico y capacidad de consumo, se practica distracción visual, sensorial y caminata dentro del ambiente del consumo. Es un tipo de ocio que consume espacio con sensaciones, en este caso el del consumo.
- ii) El otro patrón de práctica cultural del ocio, es el hecho activo de consumir ocio, placer, diversión, se trata de las personas que concurren periódicamente a consumir servicios y actividades. Por ejemplo, en Galerías Metepec, la pista de hielo, con alta concurrencia de niños y padres, los fines de semana dejan derrama económica porque además consumen alimentos y otras mercancías; otras personas acuden con frecuencia a los restaurantes con carta de comida internacional a la semana y al mes; para otras personas las salas de cines, con asistencia semanal que combina estancia en cafeterías y/o restaurantes. Todas estas actividades interrelacionan lo espacial, lo social y lo comercial sin salir de la plaza; nave/lugar que engloba el ocio.

Se observa que la localización y accesibilidad de las distintas actividades del ocio es fundamental, los bares, antros y restaurantes, comida tradicional, están sobre vialidades principales, por las calles que se pueden entrar y salir al municipio.

Respecto a las diferencias de las prácticas de ocio del día y de la noche. La distribución de las actividades durante el transcurso del día es de la siguiente manera: en la mañana se aprecia un ambiente de preparación de alimentos, limpieza de locales, hora de entrada a las escuelas y al trabajo; hacia medio día e inicio de la tarde, un ambiente más fluido en comercios y servicios de alimentos, corresponde con la hora de descanso para alimentos permitido a los trabajadores que se traslapa con la salida de las escuelas; en el atardecer y la noche, se percibe el ambiente de diversión, descanso, dinámica festiva, predominan las prácticas culturales del ocio, actividades económica en bares, antros y otros que abren desde la tarde hasta la madrugada.

De igual manera la práctica del ocio genera filias y rutinas según sean espacios privados cerrados y espacios públicos abiertos. Las rutinas en los espacios privados cerrados, la población prefiere visitar plazas comerciales en el día, lo que se asocia con el consumo de salas de cines, restaurantes, cafeterías y casinos, en cambio por la noche prefieren lugares para la fiesta y diversión que se asocia con bares, antros, restaurantes y cabarets. Los espacios públicos abiertos para la práctica del ocio, tiene menor número de adeptos, se ha ido dejando a un lado, así lo muestra las entrevistas aplicadas. Existe desplazamiento hacia actividades de ocio en manos de la mercadotecnia, que hacia aquellos lugares que permiten socializar en espacios abiertos.

En el Municipio de Metepec conviven dos universos culturales de naturaleza distinta. Las actividades tradicionales del ocio conviven complementándose con los espacios el ocio moderno. Las actividades tradicionales no han sido opacadas, se sigue practicando, produciendo y comercializando artesanías. La inclusión de un mercado especializado del ocio agrega beneficio a los talleres de tradición familiar, cuando las personas visitan un antro, bar, restaurante y sitios de interés

pasean por el corredor artesanal, los visitantes se sienten atraídos por otras manifestaciones de cultura, aunque tienen ligero contacto con lo tradicional pero dará lugar a futuras visitas a los sitios de interés histórico, religiosos, talleres y museo de la alfarería. En entrevista al Secretario de Cultura del municipio, mencionó que la población que visita al municipio, suelen involucrarse en las tradiciones y fechas religiosas festivas, en este caso el visitante observa una práctica cultural tradicional. Es el caso de la fiesta de San Isidro Labrador para la que se cierran calles para que pase el desfile organizado por la gente originaria de los pueblos.

En las prácticas culturales del ocio diurno los locales tienen interconexión unos con otros, no se puede visitar sólo a las artesanías sino también pasar por un restaurante o bar, se convierten en recorridos de propósitos combinados, aún más se agregan las prácticas de la diversión, se despierta la curiosidad de observar lo que está pasando en locales de música, donde hay socialización y risas de las personas, así los locales de música se integran al conjunto cultural de Metepec y las personas regresan a la vida nocturna.

Las prácticas culturales del ocio diurno promueven a las prácticas culturales del ocio nocturno, así como las prácticas tradicionales se incorporan en las prácticas del consumo. Hay un impacto positivo de las actividades diurnas, la población se siente atraída por saber más de la cultura y tradiciones del lugar, que lo convierten en un “lugar destino” para realizar ocio y ocupar el tiempo libre. Un ejemplo de la promoción de ocio combinado, se encontró en una visita de campo; en la Plaza Galerías Metepec se exhibía la figura de la Tlanchana con un pequeño texto de su leyenda, esto refleja el esfuerzo por aprovechar espacios de ocio-consumo para interesar a los paseantes de la cultura tradicional del municipio.

Las áreas del ocio se consolidan en la estructura urbana. La dinámica de los espacios urbanos de consumo y ocio del día y la noche se renuevan continuamente en las mismas áreas. En el transcurso de la investigación (inicio y cierre) se pudo observar que los espacios de ocio, abren y cierran con rapidez, los

establecimientos sufren adaptaciones, siendo su incremento menos significativo que sus transformaciones, siguen siendo antros, bares y restaurantes. Tales áreas se consolidan como áreas para usos del ocio, son dinámicos en lo comercial, en novedades de atracción y con estrategias para los asistentes.

4. 2. Recomendaciones. El ocio como programa de política pública

El conocimiento de las prácticas culturales de ocio que generan espacios y lugares urbanos es fundamental para la planeación urbana, para las disciplinas urbanas y las políticas urbanas. Es necesario indagar los nuevos fenómenos en las ciudades, tales como el ocio diurno y nocturno. Si no se conoce un problema no se gobierna el mismo, más aún los espacios generados por las prácticas sociales, su consideración en programas de políticas públicas implica integración de la sociedad.

Con la investigación se encontró que las personas no viven los establecimientos del ocio diurno y nocturno con el solo fin de ir a divertirse sino que los lugares adquieren significados particulares porque son catalogados diferentes a los demás lugares; las personas los seleccionan de acuerdo con su formato físico, vivencia/percepción, entorno social, música que escucha, nivel económico, promociones y ofertas, todas estos factores conducen a la aceptación o rechazo por los diferentes públicos, con ello conducen la cultura y la economía urbana del municipio.

Las actividades de ocio pueden convertirse en un programa de acción explícito de integración social y de integración espacial. La conformación de espacios y lugares públicos y privados es fundamental para propiciar ciudades con símbolos, identidades y vivencias. Es imprescindible crear políticas a nivel municipal que consolide espacios urbanos de múltiples tipos de ocio. Sobre todo se debe intervenir en la generación de espacios públicos abiertos, que los espacios urbanos sean apropiados para todas las edades, en todos los horarios del día.

Las personas conducen los cambios morfológicos urbanos y a la estructura urbana. Lo nuevo que se puede agregar, en la políticas y en la disciplina, es ver a la ciudad como un escenario que va más allá de los elementos físicos, lo cual necesita empezar por observar elementos invisibles asociados a la cultura de los espacios de ocio, se tendrán que generar acciones y recursos financieros en programación anuales. Se necesita agregar una visión integrada por elementos físicos, signos y significados para el ocio y práctica del tiempo libre.

Teniendo en cuenta este programa parcial de ocio, se intenta proponer posibles soluciones desde el gobierno municipal.

Bibliografía

Altamirano, Altamirano, 2000: "Patrimonio cultural, multiculturalidad y mercado cultural en centros históricos" en Carrión, Fernando (Coord.), Desarrollo cultural y gestión en centros históricos: Quito, Ecuador FLASCO, consultado en <http://www.flasco.org.ec/docs/sfdescultch.pdf>

Alva Benjamín y Aldrete Luisa, 2011: Identidad Urbana en San Luís Potosí a través de la Percepción social en el año 2011, en Ruiz, H. (et. al.), (Coords.). <http://www.eumed.net/libros/202a/1149/indice.htm> (11 de abril de 2012).

Applebaum, H. 2002: Sociedades industriales, en *Barfiel, Th. (Editor)*. Diccionario de Antropología, D.F. México: Siglo XXI.

Benach, N., 2000: Nuevos espacios de consumo y construcción de imagen de la ciudad en Barcelona, Consultado el 17 de junio de 2015 en <http://gestionintegrada.ieut.cl/wp-content/uploads/2009/09/espacios-consumo-imagen-barcelona-BENACH.pdf>

Bertho, Alain, 2015: "La vida contra el negocio" en González G., José Ma., Bayon, F. y Meloni, C. (Editores) Repensar la ciudad desde el ocio, Bilbao: Universidad de Deusto.

Borja, Jordi, 1971: "La ciudad y el ocio" en Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo núm. 83, Barcelona, España.

Castro, Pablo, 2013: "Mercado de suelo y resistencia política" en Revista [redalyc.org](http://www.redalyc.org) 59-76, Distrito Federal, México Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35130975004>

Chautard, Pascal, 2010: Un futuro para la luz urbana, consultado el 17 de junio de 2015 en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-69962010000300011&script=sci_arttext.

Cocco, Mandeline, 2003: "La identidad en tiempos de globalización" 11-22, Costa Rica San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO consultado el 17 de junio de 2015 en <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan028761.pdf>

Cortina, A. 2002: Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global. Madrid: Editorial Taurus.

Crawford, Margaret, 2004: "El mundo en un centro comercial" en Sorkin, Michael (Editor), Variaciones sobre un parque temático. La nueva ciudad americana y el del espacio público, México: Editorial Gustavo Gili, SA (primera edición en inglés de 1992)

Elizagarte Victoria, Zorilla Pilar, 2004: El comercio urbano como factor estratégico para la competitividad entre ciudades, consultado el 17 de junio de 2015 en http://www.diba.cat/documents/172547/226405/promoeco-descarregues-biblioteca_estrategies-mercasa_comercio_urbano-pdf.pdf

Friedmann, John, 2011: "Barrio por barrio: reclamando nuestras ciudades" en Urban. Revista del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio, NS01-Marzo, España: Escuela Técnica de Arquitectura. Universidad Politécnica de Madrid. Pp13-19.

González García, José M., Bayon, F. y Meloni, C., 2015: *Repensar la ciudad del ocio*, Universidad de Desuto Bilbao, Instituto de Estudios del Ocio.

González Viaña, María del Carmen, 2014: Cambios en la vocación del territorio: estudio de tres enclaves porteños: Avenida de Mayo, La Boca y Barrio Chino, Madrid: memoria para optar al grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid Facultad de Geografía e Historia.

Gómez, Gabriel y Villar, Alberto, 2013: "Apropiación simbólica y reconfiguración identitaria del espacio urbano en Metepec" en Revista redalyc.org 268-290 León, Guanajuato, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y

Portugal, consultado el 17 de junio de 2015 en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203329578015>

Gutiérrez Conde, Verónica y otros, 2014: “La competitividad de la micro y pequeña empresa de alimentos y bebidas el caso del municipio turístico de Metepec en el Estado de México” en SciELO Scientific Electronic Library Online 585-595, Buenos Aires, Argentina: Universidad Autónoma del Estado de México – Toluca

Hoyos C, Guadalupe, 2016: “Reestructuración productiva y crecimiento metropolitano. Los servicios y el comercio en la Zona Metropolitana de Toluca, 1980-2013”, en Canales G, Rosa A. y Ovando A. Wendy, (Coordinadoras), Desarrollo económico, regional y sustentable. Una perspectiva multidisciplinaria, Toluca: UAEM – Facultad de Economía.

H. Ayuntamiento de Metepec, 2016: Ciudad Típica de Metepec, Gaceta Municipal, No. 13

H. Ayuntamiento de Metepec, 2016, *Plan de Desarrollo Municipal de Metepec*, 2016- 2018 en Gaceta Municipal, No.31, 30 de marzo, 2016. Disponible en http://www.metepec.gob.mx/wp-content/uploads/files/GACETA/GACETA%202016/033116_GACETA_31_2016.pdf [Consulta 10 de febrero de 2017]

Jayne, Mark, 2006: *Cities and Consumption*. London: Routledge.

Margulis, Mario y otros, *La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, consultado el 17 de junio de 2015 en http://correo0.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_-_la_cultura_de_la_noche.pdf

Montero, Muradas, I, Gutiérrez Taño, D. y Diez Armas, R, 2001: “La cultura como componente de la oferta de los destinos turísticos maduros” en *Estudios Turísticos*. pp. 41-55.

Ortiz Villacrés, Ruth Adonay, 2013: "El uso de suelo y la imagen urbana en el Barrio La Colón". Ambato - Ecuador: Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato.

Peimbert, Duarte y Alejandro, José, 2004: "Espacios públicos, lugar y paisaje: proximidades y distancias para un antropología urbana" en Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, 51-68, Nuevo León, México: Universidad Autónoma de Nuevo León

Téllez, Ricardo, 2002: "Antropología, identidades y globalización" consultado el 17 de junio de 2015 en <http://www.elementos.buap.mx/num45/pdf/19.pdf>

Ramírez López, Alejandra Azucena, 2012: "¡Hoy es noche de antro! La discoteca como espacio productor de diferenciación social entre jóvenes de Cuernavaca, Morelos, México" en Gaceta de Antropología, Artículo 11.

Ruíz Olabuénaga, J, 1999: Metodología de la investigación cualitativa. Segunda edición. Universidad de Deusto.

GEM Secretaria de Turismo, Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos 2016, Estado de México.

Urresti, Marcelo, 2002: "Adolescentes, consumos culturales y usos de la ciudad" en Revista Encrucijadas, nueva época, 36-43, consultado el 17 de junio de 2015 en http://oei.org.ar/edumedia/pdfs/T01_Docu3_Adolescentesconsumosculturales_Urresti.pdf

Tresserras, Jordi Juan, (Coord.), 2004: "La tematización cultural de las ciudades como estrategia de desarrollo a través del turismo" en Boletín GC: Gestión Cultural, Universidad de Barcelona, Consultado el 17 de junio de 2015 en http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316768545_JJuan.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Planeación Urbana y Regional
Licenciatura en Planeación Territorial



Objetivo del cuestionario: complementar la investigación de tesis titulada “El día y la noche en Metepec: prácticas de ocio y consumo de lugares” con la práctica en campo. La información resultante tendrá uso estrictamente académico.

Vive en Metepec _____ Vive en otro municipio _____ Vive en otra entidad _____
Edad ____ Sexo ____

Parte I. Prácticas de ocio

- ¿Cada cuánto va a las plazas comerciales?
A) Nunca _____ B) A veces (1 a 2 al mes) _____ C) Frecuentemente (de 1 a más veces por semana) _____
- ¿Con qué regularidad visita las plazas públicas y/o parques?
A) De 1 a 2 veces a la semana _____ B) De 3 a 6 veces a la semana _____
C) A veces (1 vez al mes) _____ D) Nunca _____
- ¿Con qué frecuencia asiste a cafeterías? (marcar si es en el día o noche)
A) 1 vez a la semana _____ B) De 2 a 3 veces a la semana _____ C) 1 vez al mes _____
D) 2 vez al mes _____ Nunca _____ (Día ____ Noche ____)
- ¿Con qué frecuencia asiste a restaurantes? (marcar si es en el día o noche)
A) 1 vez a la semana _____ B) 1 vez cada 15 días _____ C) 1 vez al mes _____
D) Nunca _____ (Día ____ Noche ____)
- ¿Con qué Frecuencia asiste a los antros?
A) 1 vez a la semana _____ B) 2 veces a la semana _____ C) 1 vez cada 15 días _____
D) 1 vez al mes _____ E) Nunca _____
- ¿Con qué frecuencia asiste a los bares? (marcar si es en la tarde o noche)
A) 1 vez a la semana _____ B) 2 veces a la semana _____ C) 1 vez cada 15 días _____
D) 1 vez al mes _____ E) Nunca _____ (Tarde ____ Noche ____)

Parte II: Aspectos económicos

7. ¿Según usted han existido cambios en las actividades económicas del municipio?
A) Si____ B) No____

8. ¿Consideraría que existen diversos lugares de ocio (bares, antros, cafeterías, restaurantes, otros) para diferentes tipos de persona?
A) Si____ B) No____

9. Considera que los precios de las actividades de ocio son:
A) Baratos____ B) Accesibles ____ C) Caros____

10. ¿Cuáles actividades de ocio prefiere realizar en el día? Indique

11. ¿Cuáles actividades de ocio prefiere realizar en la noche? Indique

12. ¿Elige los lugares de ocio según las promociones?
A) Si____ B) No____

Parte III. Aspectos culturales

13. ¿Le gusta venir al municipio de Metepec?
A) Si____ B) No____ C) Porqué_____

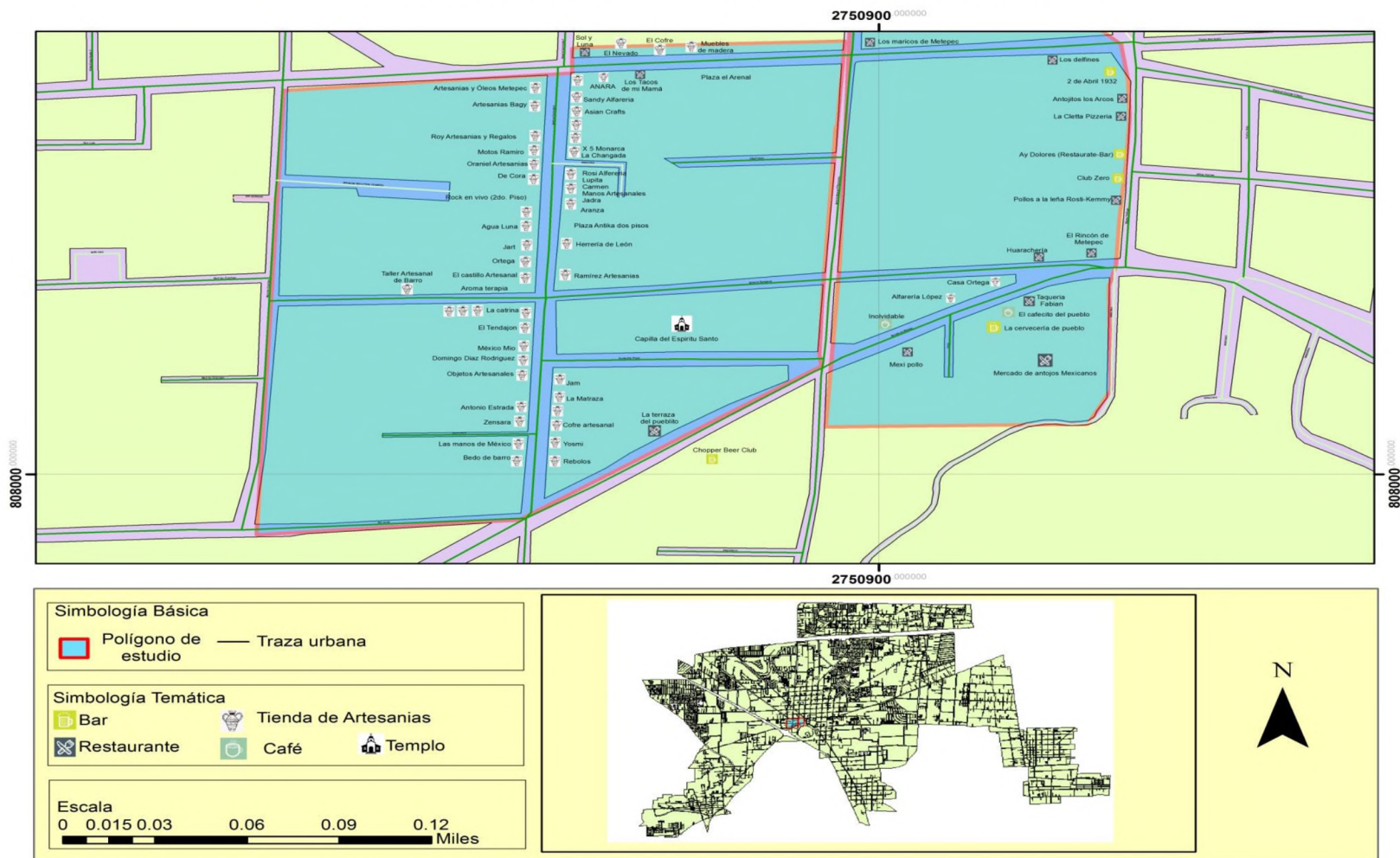
14. ¿Con cuáles de estas opciones se siente más identificado en el municipio de Metepec? (marcar una o varias opciones)

- A) Las ferias y fiestas tradicionales____ B) Las artesanías____ C) El Calvario____
D) La plaza central____ E) Los bares y antros ____ F) Los centros
comerciales____ G) Los restaurantes____ H) Los cafeterías____ I)
Otros_____

15. ¿En qué horarios le gusta visitar al municipio de Metepec?
A) Por la mañana ____ B) Por la tarde____ C) La noche____ D) La madrugada____

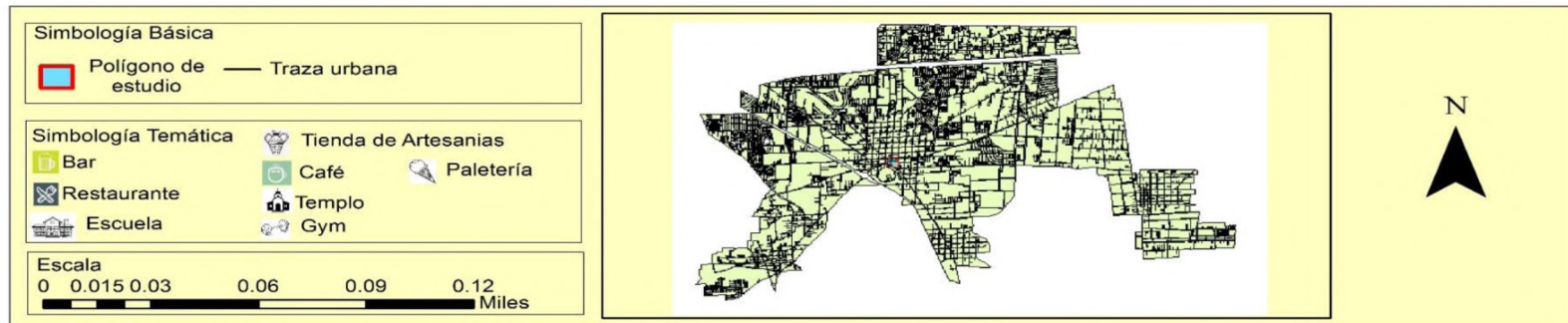
Anexo 2. Mapas de localización de cuadrantes de estudio

Anexo 2.1. Localización de lugares de ocio en el cuadrante 1



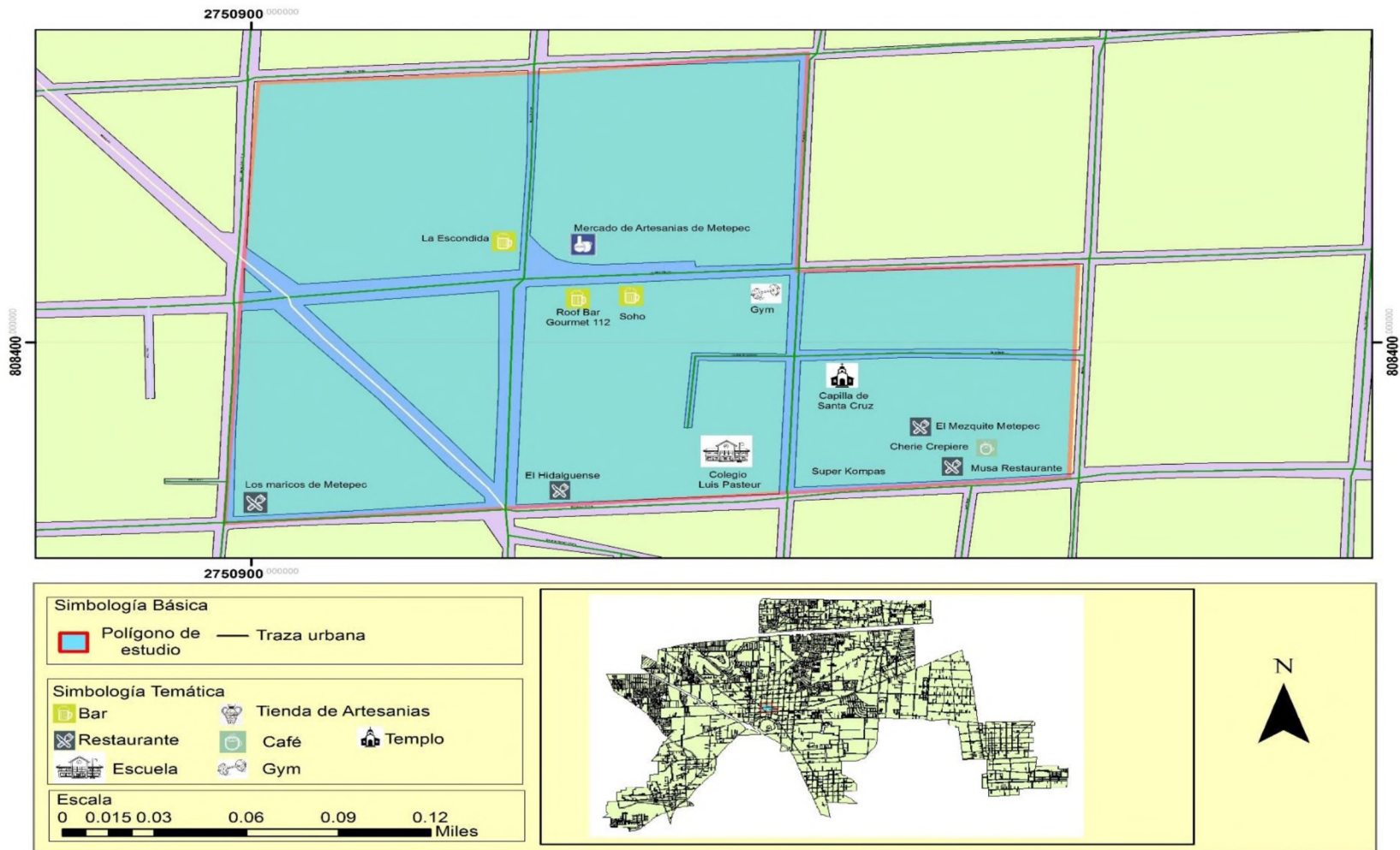
Fuente: elaboración propia con base en *Google Maps* e INEGI, marco geoestadístico de 2014

Anexo 2.2. Localización de lugares de ocio en cuadrante 2



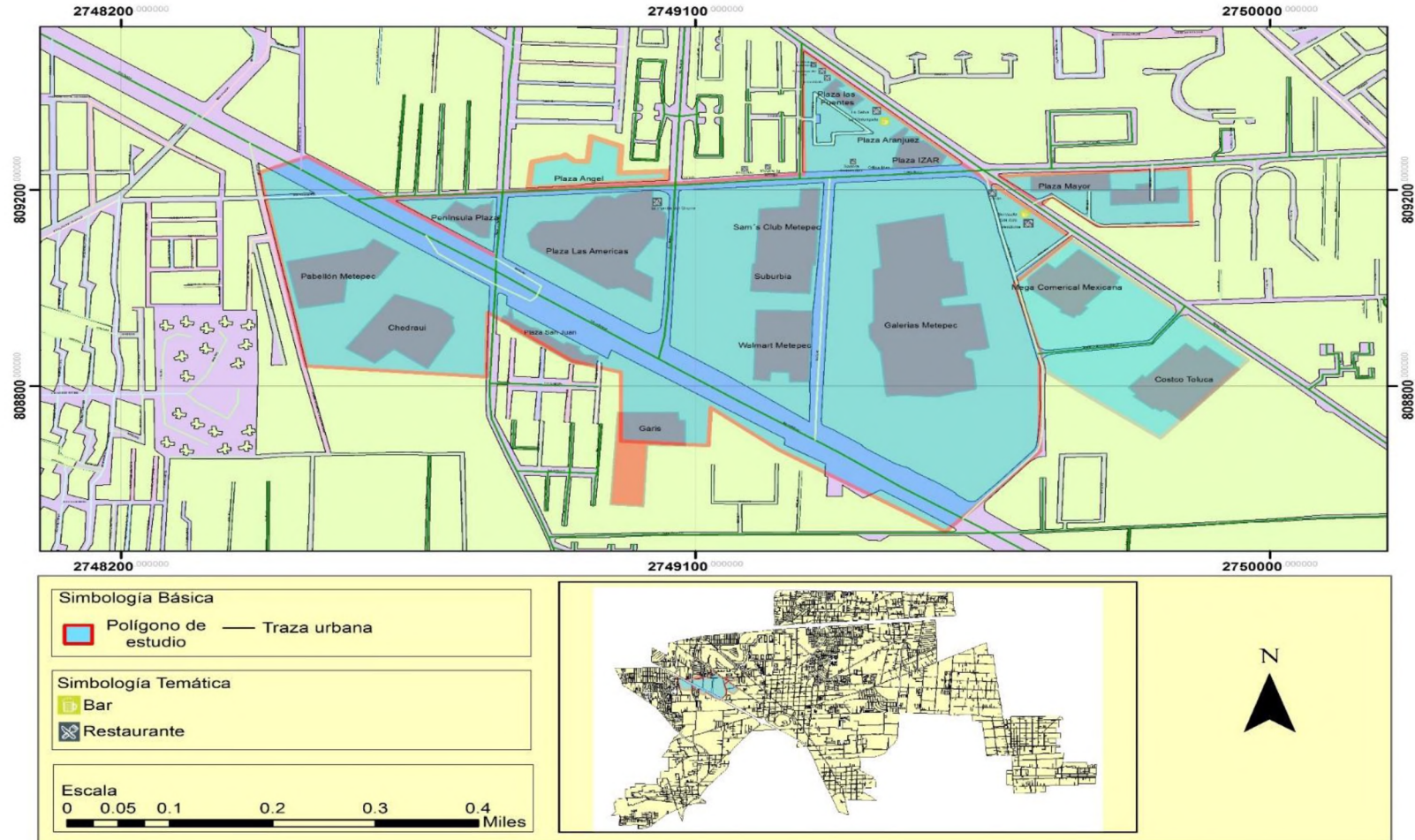
Fuente: elaboración propia con base en *Google Maps* e INEGI, marco geoestadístico de 2014

Anexo 2.3. Localización de lugares de ocio en cuadrante 3



Fuente: elaboración propia con base en *Google Maps* e INEGI, marco geoestadístico de 2014

Anexo 2.4. Localización de lugares de ocio en cuadrante 4



Fuente: elaboración propia con base en *Google Maps* e INEGI, marco geoestadístico de 2014

Anexo 3. Resultados obtenidos de las encuestas realizadas

Anexo 3.1. Respuesta varias

Entrevista aplicada a los visitantes de los polígonos de estudio en el Municipio de Metepec, octubre - noviembre 2016

4. ¿Le gusta venir al municipio de Metepec?	Respuesta	%	5. ¿En qué horarios le gusta visitar al municipio de Metepec?	Respuesta	%	6. ¿Con cuáles de estas opciones se siente más identificado en el municipio de Metepec?	Respuesta	%
Sí	85	94.4	Por la mañana	12	13.3	Las artesanías	32	16.08
No	5	5.6	Por la tarde	23	25.6	Bares y antros	30	15.08
Total	90	100.0	En la noche	42	46.7	Los centros comerciales	28	14.07
			En la madrugada	13	14.4	El calvario	24	12.06
			Total	90	100.0	Los restaurantes	24	12.06
						Ferias y fiestas tradicionale	22	11.06
						La plaza central	20	10.05
						Los cafes	19	9.55
						Total	199	100
9. ¿Según usted han existido cambios en las actividades económicas del municipio?	Respuesta	%	10. ¿Consideraría que existen lugares de ocio para diferentes tipos de persona?	Respuesta	%	11. Considera que los precios de las actividades de ocio son:	Respuesta	%
Sí	83	92.2	Sí	76	84.4	Baratos	16	17.8
No	7	7.8	No	14	15.6	Accesibles	33	36.7
Total	90	100.0	Total	90	100.0	Caros	41	45.8
						Total	90	100.0
12. ¿Elige los lugares de ocio según las promociones?	Respuesta	%	13. ¿Cada cuánto va a las plazas comerciales?	Respuesta	%	14. ¿Con qué regularidad visita las plazas públicas y/o parques?	Respuesta	%
Sí	75	83.3	Nunca	13	14.4	De 1 a 2 veces a la semana	14	15.6
No	15	16.7	A veces	46	51.1	De 3 a 6 veces a la semana	16	17.8
Total	90	100.0	Frecuentemente	31	34.4	A veces	31	34.4
			Total	90	100.0	Nunca	29	32.2
						Total	90	100.0
15. ¿Con qué frecuencia asiste a los cafés?	Respuesta	%	16. ¿Con qué frecuencia asiste a restaurantes?	Respuesta	%	17. ¿Con qué frecuencia asiste a los antros?	Respuesta	%
1 vez a la semana	15	16.7	1 vez a la semana	32	35.6	1 vez a la semana	36	40.00
De 2 a 3 veces a la semana	18	20.0	1 cada 15 días	12	13.3	2 veces a la semana	22	24.44
2 veces al mes	22	24.4	1 vez al mes	28	31.1	1 vez cada 15 días	23	25.56
1 vez al mes	35	38.9	Nunca	18	20.0	1 vez al mes	9	10.00
Total	90	100.0	Total	90	100.0	Total	90	100.00
18. ¿Con qué frecuencia asiste a los bares?	Respuesta	%						
1 vez a la semana	38	42.2						
2 veces a la semana	8	8.9						
1 vez cada 15 días	31	34.4						
1 vez al mes	13	14.4						
Total	90	100.0						

Fuente: elaboración propia

Anexo 3.2. Matriz de la pregunta 10

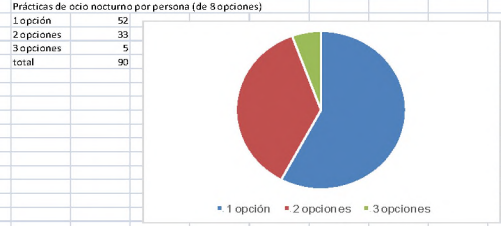
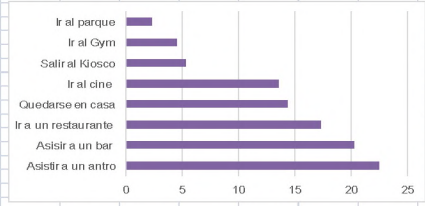
Pregunta 10 ¿Cuáles actividades de ocio prefiere realizar en el día?											
Cuestionarios	Ir a un parque	Visitar las plazas comerciales	Quedarse en casa	Ir al cine	Ir de compras	Asistir a un restaurante	Ir a un café	Gym	Ir a una plaza pública	Total	%
1	1			1					1	3	2.1
2						1				1	0.7
3		1					1			2	1.4
4	1			1		1				3	2.1
5		1		1		1				3	2.1
6			1							1	0.7
7					1					1	0.7
8		1								1	0.7
9									1	1	0.7
10						1				1	0.7
11				1						1	0.7
12	1									1	0.7
13			1		1					2	1.4
14									1	1	0.7
15	1			1		1				3	2.1
16			1						1	2	1.4
17						1				1	0.7
18			1							1	0.7
19		1		1						2	1.4
20				1				1		2	1.4
21						1				1	0.7
22	1			1						1	0.7
23						1	1	1		3	2.1
24						1				2	1.4
25		1		1		1				3	2.1
26	1	1			1					4	2.7
27			1							1	0.7
28	1							1		3	2.1
29		1				1				2	1.4
30		1								1	0.7
31				1						1	0.7
32	1									1	0.7
33						1				1	0.7
34						1	1			2	1.4
35	1	1								2	1.4
36			1	1		1	1			3	2.1
37			1							1	0.7
38				1						1	0.7
39					1			1		2	1.4
40				1						1	0.7
41		1								1	0.7
42	1									1	0.7
43				1	1					2	1.4
44						1				2	1.4
45		1		1						2	1.4
46									1	1	0.7
47	1							1		2	1.4
48			1							1	0.7
49				1		1				2	1.4
50								1		2	1.4
51								1		1	0.7
52						1				1	0.7
53	1		1	1						2	1.4
54										1	0.7
55		1						1		2	1.4
56						1				1	0.7
57								1		1	0.7
58	1					1				2	1.4
59				1						1	0.7
60								1		1	0.7
61	1				1					3	2.1
62			1					1		2	1.4
63		1								1	0.7
64						1	1			2	1.4
65						1				2	1.4
66	1									1	0.7
67		1						1		2	1.4
68								1		1	0.7
69	1								1	2	1.4
70			1							1	0.7
71				1	1	1				3	2.1
72		1				1				2	1.4
73		1						1		2	1.4
74		1								1	0.7
75						1				1	0.7
76								1		1	0.7
77	1	1						1		3	2.1
78									1	1	0.7
79		1			1					2	1.4
80		1			1					3	2.1
81		1								1	0.7
82	1									2	1.4
83								1		1	0.7
84	1			1						2	1.4
85		1								1	0.7
86						1				1	0.7
87		1								1	0.7
88								1		1	0.7
89									1	1	0.7
90									1	2	1.4
Total	19	24	9	21	13	19	16	7	19	146	100.0
%	13.0	16.4	6.2	14.4	8.9	13.0	11.0	4.8	12.3	100	

Pregunta 10 ¿Cuáles actividades de ocio prefiere realizar en el día?									
(datos absolutos)									
Visitar plazas comerciales	Ir al cine	Ir al parque	Asistir a restaurante	Ir a plaza pública	Ir a café	Ir de compras	Quedarse en casa	Gym	
16.4	14.4	13	13	12.3	11	8.9	6.2	4.8	

Fuente: elaboración propia

Anexo 3.3. Matriz de la pregunta 12

Pregunta 12											¿Cuáles de estas actividades de ocio prefiere realizar en la noche?										
¿Cuáles actividades de ocio prefiere realizar en la noche?																					
Cuestio nario	Asistir a un bar	Asistir a un antro	Ir al cine	Ir a un restaurante	Quedarse en casa	Salir al Kiosco	Ir al Gym	Ir al parque	Total	%	Asistir a un antro	Asistir a un bar	Ir a un restaurante	Quedarse en casa	Ir al cine	Salir al Kiosco	Ir al Gym	Ir al parque	Total	%	
1	1	1							2	1.5	22.5	20.3	17.3	14.3	13.5	5.3	4.5	2.3	100		
2			1						1	0.8											
3	1			1					2	1.5											
4					1			1	2	1.5											
5		1							1	0.8											
6				1	1				2	1.5											
7					1			1	2	1.5											
8			1						1	0.8											
9						1			1	0.8											
10	1								1	0.8											
11			1	1					2	1.5											
12		1		1					2	1.5											
13	1								1	0.8											
14			1						1	0.8											
15		1			1				2	1.5											
16						1		1	1	0.8											
17				1					2	1.5											
18	1	1		1					2	1.5											
19	1		1	1					2	1.5											
20			1	1					2	1.5											
21			1		1				2	1.5											
22								1	1	0.8											
23	1								1	0.8											
24				1					1	0.8											
25					1				1	0.8											
26								1	1	0.8											
27		1	1	1					2	1.5											
28	1								1	0.8											
29		1							1	0.8											
30		1							1	0.8											
31			1						1	0.8											
32					1				1	0.8											
33				1					1	0.8											
34						1	1		2	1.5											
35		1							1	0.8											
36	1								1	0.8											
37					1				1	0.8											
38	1	1							2	1.5											
39			1						1	0.8											
40				1					1	0.8											
41	1	1							2	1.5											
42				1					1	0.8											
43						1			1	0.8											
44	1	1							2	1.5											
45			1						1	0.8											
46	1	1		1					3	2.3											
47				1	1				2	1.5											
48					1				1	0.8											
49		1		1					2	1.5											
50	1	1		1					3	2.3											
51					1				1	0.8											
52	1	1							2	1.5											
53						1			1	0.8											
54	1								1	0.8											
55				1					1	0.8											
56	1	1		1	1				3	2.3											
57		1							1	0.8											
58	1								1	0.8											
59			1						1	0.8											
60	1				1				2	1.5											
61			1		1				2	1.5											
62				1	1				2	1.5											
63		1							1	0.8											
64			1		1				2	1.5											
65	1								1	0.8											
66		1							1	0.8											
67	1			1					2	1.5											
68						1			1	0.8											
69	1	1		1					3	2.3											
70				1					1	0.8											
71		1							1	0.8											
72	1								1	0.8											
73		1		1					2	1.5											
74		1			1				2	1.5											
75	1					1			2	1.5											
76								1	1	0.8											
77		1		1					2	1.5											
78			1						1	0.8											
79		1							1	0.8											
80								1	1	0.8											
81					1				1	0.8											
82								1	1	0.8											
83	1	1							2	1.5											
84	1	1		1					3	2.3											
85			1						1	0.8											
86					1				1	0.8											
87								1	1	0.8											
88	1	1							2	1.5											
89		1		1					2	1.5											
90			1						1	0.8											
Total	27	30	18	23	19	7	6	3	133	100.0											
%	20.3	22.6	13.5	17.3	14.3	5.3	4.5	2.3	100.0												



Fuente: elaboración propia

Anexo 4. Entrevistas a informantes calificados

Anexo 4.1. Informante 1



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Planeación Urbana y Regional
Licenciatura en Planeación Territorial



El objetivo de esta entrevista es complementar el trabajo de campo de la investigación del tema de tesis "El día y la noche en Metepec: prácticas de ocio y consumo de lugares". La información proporcionada tendrá uso estrictamente escolar académico, por lo que agradezco su participación y opinión vertida.

Entrevista a Lic. En Diseño Gráfico Víctor Antonio Flores Pardo

Departamento: Fomento y Difusión Cultural, Municipio de Metepec (período vigente)

Fecha: _____

I. Aspectos culturales

1. ¿Cuáles son los lugares que presentan mayor afluencia de turistas y visitantes? Durante la semana, por el día y por la noche, y cuáles los fines de semana, en el día y la noche.
2. ¿Cuáles de las fiestas típicas o actividades culturales se integra con las actividades de ocio durante la mañana y cuáles durante la noche?
3. ¿La gente oriunda del municipio se integra en las actividades de ocio en el día y en la noche?
4. ¿Cuáles son las convivencias entre la población oriunda, los migrantes residentes y la población flotante de la semana y fines de semana?
5. ¿Cuáles de los programas culturales del municipio que favorece las actividades del día y cuáles de la noche?

6. ¿En su opinión existe cambio en los patrones culturales de encuentro de la sociedad? (jóvenes, adultos, niños? Dónde socializan (corredores comerciales, tianguis, plazas comerciales, parques y plazas públicas)?
7. ¿La forma de esparcimiento de la sociedad tiene alguna relación con las horas del día y con la edad de las personas?
8. ¿Existe participación ciudadana en la toma de decisiones en los programas que orienta el desarrollo cultural del municipio?
9. ¿Existe algún programa que fomente la inclusión social en el ocio para los jóvenes, mujeres y tercera edad?
10. ¿Existe algún gueto de personas extranjeras en el municipio? Y cuáles son las prácticas culturales respecto al ocio.

Anexo 4.2. Informante 2



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Planeación Urbana y Regional



Licenciatura en Planeación Territorial

El objetivo de esta entrevista es complementar el trabajo de campo de la investigación del tema de tesis ““El día y la noche en Metepec: prácticas de ocio y consumo de lugares”. La información proporcionada tendrá uso estrictamente escolar académico, por lo que agradezco su participación y opinión vertida.

Entrevistada: María Magdalena Gutiérrez Cortez, Directora

Departamento: Desarrollo Económico, Turístico y Artesanal, Municipio de Metepec
(período vigente)

Fecha: _____

Aspectos económicos

1. ¿Cuáles son las actividades económicas que representan mayores ingresos para el municipio?
2. ¿En su opinión los lugares de ocio (bares, cafeterías, restaurantes, antros, hoteles) afectan
3. ¿Cuáles son los programas del Ayuntamiento para los talleres artesanales y negocios de comercialización de productos artesanales?
4. ¿Cuáles son los corredores comerciales más dinámicos y rentables en el día, en la noche, durante la semana y los fines de semana?
5. ¿Se presentan cambios de actividad artesanal hacia otras actividades de ocio?
6. ¿Cuáles son las ordenanzas para el comercio en los corredores de artesanías, para los usos comerciales de las actividades de ocio, durante el día, en la noche, durante la semana y los fines de semana?