



UNIVERSIDAD VERACRUZANA
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN Y ANÁLISIS
ESPECIALIZACIÓN EN ESTUDIOS DE OPINIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Las representaciones sociales de los jóvenes sobre el espacio recreacional nocturno (bares, antros y karaokes). Zona centro, Xalapa, Ver.

**Que para obtener el grado de
Especialista en Estudios de Opinión**

Presenta

Lic. Abril Alejandra González Lobato

Directora:

Dra. Jeysira Jacqueline Dorantes Carrión

Xalapa-Enríquez, Ver., México, 30 de octubre de 2017



Agradecimientos

Al Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana, por todo el aprendizaje. Fue una experiencia que me enriqueció personal y profesionalmente.

A la Dra. Jeysira Jacqueline Dorantes Carrión, por acompañarme durante este proceso. Su guía y observación constante fue un impulso primordial para la culminación de este proyecto.

A la Dra. Guadalupe A. Maldonado Berea, por las enseñanzas de vida que compartió conmigo siendo mi tutora.

Al Dr. Claudio R. Castro López y a la Dra. María L. Hernández Maldonado, por su orientación brindada en el análisis estadístico.

A la Dra. Ahtziri E. Molina Roldán y al Mtro. Aldo Colorado Carvajal por sus comentarios puntales de mejora y perfeccionamiento de este documento.

Al Dr. Juan Pablo Zebadúa Carbonell, investigador de la Maestría en Estudios Culturales (UNACH), quien, durante la realización de una movilidad académica a su cargo, enriqueció mi trabajo oportunamente.

A mis compañeros, Gabriela Perroni Marañón, Alim E. Vázquez Feria, Patricia Avilés Casas, M. Antonieta Mejía Gracia y Alma R. Córdova Aguilar, por sus sugerencias y apoyo constante, de gran importancia para la construcción de este estudio.

A Leonardo Cadena Gómez, por inspirarme a través de su labor a investigar esta temática.

A la administración de los establecimientos donde se realizó el trabajo de campo, por recibirme con los brazos abiertos: Doña Lucha Bar, La Central Xalapa, La Tiendita, Dutty Dancehall Club, Mescalina Social Club y Hunter, así como a todos los jóvenes que compartieron sus opiniones y experiencias, las cuales son el sustento de este proyecto.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por la beca otorgada para seguir con mis estudios.



Índice de contenido

Introducción	7
a) Presentación	7
b) Reflexión acerca de los Estudios de Opinión	11
Descripción del Proyecto de Intervención	12
a) Planteamiento del problema	12
b) Objetivos	15
c) Descripción de la población de análisis	15
d) Justificación.....	16
e) Selección argumentada de la zona centro	18
Capítulo I. Marco Teórico.....	19
1.1. El enfoque socio-cultural de la juventud	19
1.1.2. Los espacios de recreación nocturna y su relación con los jóvenes	23
1.2 La construcción de las Representaciones Sociales.....	27
1.2.1. El concepto de Representaciones Sociales.....	27
1.2.2. Las funciones de las representaciones sociales en Jean Claude Abric.....	30
1.2.3. El origen del concepto.....	30
1.2.4. Antecedentes teóricos de la teoría de Representaciones Sociales	31
Capítulo II. Marco Contextual	37
2.1 Panorama general del municipio de Xalapa.....	37
2.2 Lineamientos del Ayuntamiento de Xalapa para el funcionamiento de las actividades económicas del tipo “C” (alto riego).....	41
Capítulo III. Diseño metodológico.....	45
3.1. Justificación sobre el diseño metodológico.....	45
3.2. Herramientas para la recolección de datos (técnica e instrumentos).....	46
3.2.1. El muestreo	46
3.4. Aspectos relevantes del trabajo de campo	57
Capítulo IV. Resultados del análisis de datos	59
4.1. Resultados de la Etapa I.....	59
4.2. Resultados de la Etapa 2	65
4.2.1. Análisis sociodemográfico	65
4.2.2. Análisis del tiempo invertido en los E.R.N.....	68



4.2.3. Dimensión de Actitud	72
4.2.4. Dimensión Información	76
4.2.5. Dimensión Campo de Representación	82
4.3 Propuestas de mejora para el E.R.N. de Xalapa expuestas por los jóvenes	105
4.4. Ubicación del núcleo central y elementos periféricos.....	107
4.5. Matriz prueba de chi cuadrada	109
Conclusiones.....	113
Fuentes de Información.....	118
Anexos	125

Índice de tablas

Tabla 1: Resultados fase I. Establecimientos con mayor frecuencia.....	49
Tabla 2: Tamaño de muestra por estrato y establecimiento.....	52
Tabla 3: Organización del cuestionario en dimensiones, variables e indicadores.....	54
Tabla 4: Edad.....	66
Tabla 5: Último grado de estudios (finalizado).....	66
Tabla 6: Ocupación principal.....	67
Tabla 7: Frecuencias de visita a los ER.N. por género.....	69
Tabla 8: Variables seleccionadas para el AEDT (1).....	83
Tabla 9: Lista de palabras lematizadas y sinónimos (1).....	85
Tabla 10: Respuestas características de los hombres acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	86
Tabla 11: Respuestas características de las mujeres acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	88
Tabla 12: Respuestas características de los jóvenes de 18 a 20 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	89
Tabla 13: Respuestas características de los jóvenes de 21 a 23 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	91



Tabla 14: Respuestas características de los jóvenes de 24 a 26 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	92
Tabla 15: Respuestas características de los jóvenes de 27 a 29 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	93
Tabla 16: Respuestas características de los jóvenes que frecuentan los bares acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	95
Tabla 17: Respuestas características de los jóvenes que frecuentan los antros acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	97
Tabla 18: Respuestas características de los jóvenes que frecuentan los karaokes acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno.....	98
Tabla 19: Lista de palabras lematizadas y sinónimos (2).....	99
Tabla 20: Respuestas características de los hombres acerca de una experiencia relevante en los E.R.N.....	101
Tabla 21: Respuestas características de las mujeres acerca de una experiencia relevante en los E.R.N.....	103
Tabla 22: Propuestas para el espacio recreacional nocturno en Xalapa.....	105
Tabla 23: Matriz de resultados prueba chi cuadrada.....	109

Índice de gráficas

Gráfica 1: Frecuencia de asistencia de los jóvenes a los E.R.N.....	59
Gráfica 2: Bares preferidos de los jóvenes en Xalapa.....	60
Gráfica 3: Antro/club nocturno preferidos de los jóvenes en Xalapa.....	61
Gráfica 4: Karaoke preferido por los jóvenes en Xalapa.....	62
Gráfica 5: Género.....	65
Gráfica 6: Estrato más frecuentado.....	68
Gráfica 7: Número de negocios visitados por salida nocturna.....	70
Gráfica 8: Hora de salida del espacio recreacional nocturno.....	70
Gráfica 9: Principal sensación de los jóvenes al asistir al E.R.N.....	72



Gráfica 10: Género musical que prefieren escuchar en los E.R.N.....	73
Gráfica 11: Relación entre estrato más frecuentado y música preferida.....	74
Gráfica 12: Alcohol de mayor consumo.....	75
Gráfica 13: Medio más viable para dar a conocer negocios pertenecientes al E.R.N.	76
Gráfica 14: Aspecto de mayor atención para ingresar a un bar, antro o karaoke.....	77
Gráfica 15: Relación entre aspecto de mayor atención y estrato más frecuentado....	79
Gráfica 16: Número de copas consumidas por salida nocturna.....	80
Gráfica 17: Gasto generado.....	81
Gráfica 18: Razón principal de asistencia.....	82



Introducción

a) Presentación

En el municipio de Xalapa el sector juvenil cuenta con una presencia social relevante, la cual ha generado un impacto significativo en la dinámica social de toda la región. Esto se debe en gran medida a que la ciudad alberga los principales servicios educativos de nivel superior¹ del Estado de Veracruz, siendo razón por la que dicha ciudad se ha ido configurado a la par de las necesidades de esta población.

Un cambio significativo que se viene presentando en el municipio en relación a los jóvenes es la ocupación de algunas zonas del centro histórico para la incorporación de negocios dedicados a la industria del esparcimiento nocturno². De acuerdo al sociólogo argentino Margulis dentro de su obra “La cultura de la noche” de 1994, los espacios dedicados al ocio juvenil nocturno se han convertido dentro de las zonas urbanas en nuevos puntos de encuentro para la manifestación de expresiones juveniles.

Al hacer mención del espacio de recreacional nocturno, se pretende abarcar más allá de la sola referencia de los negocios dedicados a ofrecer este tipo de servicios experienciales o de entretenimiento juvenil; sino que además se incluye toda la atmosfera social y cultural que se genera a partir de ellos, como la apropiación del horario nocturno, la diversidad de itinerarios

¹ De acuerdo con el economista Hilario Barcelata. en su diagnóstico general de Xalapa, el municipio cuenta con la principal oferta educativa del nivel superior del Estado. Cuenta con “206 instituciones entre universidades y tecnológicos, 37 escuelas normales y 27 entidades que imparten posgrados” (Barcelata; 2012: 88). Además la Universidad Veracruzana, principal institución pública de educación superior de Veracruz, concentra la mayor parte de su oferta académica en dicho municipio (Suárez & Casillas; 2008: 51-52).

² En el artículo de investigación “Conflicto espacial, exclusión y espacio público en la centralidad urbana de Xalapa, Veracruz” que surge a partir del trabajo de investigación realizado por Hernández y Gómez en el posgrado en Arquitectura de la Universidad Veracruzana, se expone que a partir del gobierno del ex alcalde David Velasco Chedraui (2008-2010) se hace evidente la inclusión de la iniciativa privada en la configuración de los espacios públicos del centro de Xalapa. Los autores que explican que las “casonas viejas fueron adecuando sus instalaciones para uso comercial en horario nocturno (...) y que (...) los jóvenes de clase media-alta son los principales usuarios, como espacio de esparcimiento y entretenimiento, y que usan dicho espacio en el horario de la tarde-noche” (Hernández y Gómez; 2015: 286-287).



o recorridos, la expresión de diferentes estilos juveniles, las prácticas sociales compartidas, entre muchos otros.

A partir de dicha premisa es de donde parte este proyecto de investigación, el cual pretende localizar las representaciones sociales que han construido los jóvenes sobre el Espacio Recreacional Nocturno (E.R.N.) de la zona centro de Xalapa, a través del análisis de sus opiniones, experiencias y tipos de consumo que generan al interior. Esto con la finalidad de comprender parte de la situación actual que caracteriza a la juventud xalapeña, así como evidenciar la complejidad social presente dentro de este ámbito, y generar desde su perspectiva y realidad propuestas de mejora en aspectos que consideren importante modificar.

Este proyecto de investigación se incorpora a la línea de generación y aplicación de conocimiento “estrategias cuantitativas y cualitativas para la medición de la opinión y representaciones sociales” de la Especialización en Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana; ya que a través de una estrategia de análisis estadístico se localizaron las percepciones, opiniones y dimensiones sociales de una población específica, acerca de una temática que forma parte de su vida cotidiana.

De acuerdo a la perspectiva sociocultural, utilizada para explicar la juventud, no se puede dar una definición única de joven, pues este enfoque pretende romper con generalizaciones. Sin embargo, se exponen ciertas características que se les atribuyen: “individuos que se encuentran en una etapa transitoria que supone la preparación para el estatus de adulto, donde se da la construcción de un criterio propio, madurez sexual, ausencia de autoridad y adquisición de poderes; todo esto construido a la par de las pautas culturales de cada sociedad” (Levi y Schimitt, 1996: 11).



Para fines de delimitación de la población, el estudio se enfocó en jóvenes que se encuentran dentro del rango de edad de 18 a 29 años³ y que residen en el municipio de Xalapa. De acuerdo a la Encuesta Intercensal 2015 realizada por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se encuentran 105, 795 habitantes con estas características, abarcando el 31% de la población total del municipio de Xalapa.

En cuanto a la limitación geográfica, se ubicó exclusivamente en la zona centro⁴ de la ciudad, debido a que es la zona con mayor concentración de locales pertenecientes al E.R.N., que de acuerdo al Reglamento de Comercio del Ayuntamiento de Xalapa se divide en bar, antro y karaoke. Esta zona ocupa el 27% del total de negocios registrados con este giro comercial (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, INEGI; 2016). Además de otros elementos que lo conforman como puestos de comida ambulante, cajeros automáticos, rutas itinerantes juveniles, entre otros.

La metodología implementada fue de corte cuantitativo, ya que “se recabaron y analizaron datos cuantificables de una muestra probabilista que representa a la población total” (Briones, 2002: 17-18); y al ser una investigación que se centra en localizar las características y tipos de perfiles de una población definida dentro de un espacio geográfico determinado, se presenta como un estudio descriptivo. Así como transversal, ya que los resultados son válidos dentro un periodo específico de tiempo.

El presente proyecto de intervención consta de una descripción general del estudio, cuatro capítulos, conclusiones, bibliografía y anexos.

El apartado referente a la descripción general del estudio abarca de manera detallada los aspectos pilares de proyecto de investigación, se constituye la pregunta de investigación; el objetivo general y los particulares del proyecto; las características y la delimitación de la

³ Para delimitar la población de análisis se utilizó el rango de edad 15-29 años, proporcionado por el Instituto Mexicano de Juventud para definir generacionalmente a los jóvenes. Sin embargo, de acuerdo a las leyes mexicanas sólo las personas de 18 años o más tienen acceso a establecimientos donde vendan bebidas alcohólicas; razón por la cual se decidió acotar el rango a 18-29 años.

⁴ La argumentación de la selección geográfica de la zona centro se desarrolla a detalle al final de este apartado.



población de análisis y; por último, la justificación del porqué se decidió trabajar la zona centro de Xalapa.

El primer capítulo contiene el soporte teórico utilizado en el estudio, relacionado con los conceptos de juventud y representaciones sociales. Para definir el concepto de juventud se retomaron las aportaciones teóricas de los investigadores Carles Feixa (2000), Rossana Reguillo (2000) y Mario Marguilis (2005), con la finalidad de resaltar la importancia de la perspectiva sociocultural y; en relación a las representaciones sociales se utilizaron a los clásicos Serge Moscovici (1961) y Jean Claude Abric (1994).

El segundo capítulo expone el panorama general de la ciudad Xalapa, es decir, las características principales que resaltan de la región desde el ámbito geográfico, demográfico y social, para comprender el contexto que dio hincapié a la temática expuesta en este proyecto. Asimismo, se da una breve descripción de la reglamentación municipal vigente en Xalapa sobre los negocios y empresas denominados de giro C, en donde se incorporan los bares, antros y karaokes.

El tercer capítulo incluye la fundamentación metodológica del proyecto de investigación y la estrategia implementada para llevarlo a cabo; se incluye el desarrollo de la técnica utilizada para la recolección de información: la encuesta, la descripción del cuestionario, la obtención de la muestra de la población de jóvenes que asiste a algún establecimiento perteneciente al E.R.N., los programas utilizados para el análisis de los datos recabados y algunas experiencias relevantes durante el trabajo de campo, todo vinculado con la base teórica seleccionada.

El cuarto capítulo expone de forma sistemática los resultados obtenidos del análisis de los datos obtenidos. Permitiendo dar cuenta de la representación social que comparten los jóvenes de Xalapa y aspectos relacionados con su estructuración (tipo de consumo, gasto económico, gustos, preferencias, etc.).

Para finalizar se presentan las conclusiones, la bibliografía consultada y los anexos que incluyen el instrumento empleado que validan el trabajo de campo realizado.



b) Reflexión acerca de los Estudios de Opinión

El proyecto de investigación planteado surge desde la perspectiva de los Estudios de Opinión, ya que se analizaron las opiniones de un conglomerado específico sobre una determinada temática. No obstante, se debe enfatizar que dichas opiniones no son ideas surgidas de la nada, sino que nos muestran características grupales que involucran aspectos sociales, históricos y culturales, así como el contexto social que experimentan.

“Los estudios de opinión son en la práctica una foto instantánea, una radiografía de la opinión pública. La calidad de la fotografía depende no solo de la calidad de la máquina fotográfica, sino también, de la capacidad creativa y de manejo del operador” (Aigner, 1992: 54).

Los estudios de opinión tratan de visualizar la opinión pública de la ciudadanía o de cierto grupo social de manera representativa. Aunque este tipo de estudios tienen una fuerte vinculación hacia el análisis político y de marketing, se comienzan a incorporar a nuevas áreas en la investigación como: educación, periodismo, estilo de vida, turismo, etc. Una de las grandes aportaciones de los estudios de opinión es “la construcción minuciosa de instrumentos metodológicos, que a su vez debe vincularse con una reflexión teórica” (Boudon, 1974:54).

Este estudio presenta las opiniones y actitudes que experimentan los jóvenes de Xalapa dentro del espacio de recreación nocturna (bares, antros/club nocturnos y karaokes); como son: cuanta frecuencia salen, preferencia de lugares, consumo, vínculos personales que construyen en este ámbito, formas de diversión, entre otros.



Descripción del Proyecto de Intervención

a) Planteamiento del problema

El aumento de negocios dedicado al esparcimiento nocturno en la zona centro de Xalapa es notable, y junto con ello la modificación de la vida nocturna de la ciudad. Este tipo de establecimientos son frecuentados por un número significativo de jóvenes, sector social que cuenta con una presencia importante en la región, pues ocupa el 31% de la población total de Xalapa (Encuesta Intercensal 2015, INEGI).

Los investigadores Pallarés y Feixa exponen en el desarrollo de su artículo “Espacios e itinerarios para el ocio nocturno juvenil” (2000) que la relación dada entre jóvenes y el surgimiento de espacios recreacionales nocturnos es una tendencia que se presenta a partir de los años sesenta y que se ha manifestado prioritariamente en zonas urbanas como parte de fenómenos sociales más amplios referentes a la ampliación mercado consumista, la innovación tecnológica, los cambios en la estructura familiar y las nuevas formas de cómo se expresa la condición de juventud.

Los jóvenes a través de la historia se han “apropiado” de determinados lugares que convierten en puntos generadores de sentido. Cada grupo social se apropia de espacios al cual le otorgan una carga simbólica, pues en él desarrollan prácticas grupales, organizan su relación entre los miembros y son una referencia de su identidad. Para el caso en particular, los espacios de recreación nocturna involucran todos estos aspectos, en mayor o menor medida, para los jóvenes.

Muchas ciudades (...) experimentaron un proceso de crecimiento urbano y de modernización, uno de cuyos elementos más visibles fue la aparición de una serie de locales y zonas para los y las jóvenes, destinados fundamentalmente al consumo del ocio. La memoria colectiva de cada generación evoca determinados lugares físicos (una esquina, una zona de la ciudad, un local de ocio) que vienen a simbolizar, de manera metafórica, determinadas transformaciones en los estilos de vida y en los valores de la sociedad en su conjunto. (...) La tenencia ha sido por una parte, una transición de los



espacios públicos y privados inespecíficos a espacios privados de acceso público (Pallarés & Feixa; 2000: 24-25).

Al mismo tiempo, dichos espacios se encuentran estratificados, ya que dentro de ellos se reproducen prácticas de dominación, procesos de exclusión, y formas de legitimación o deslegitimación entre jóvenes. Estas dinámicas de diferenciación se presentan intrínsecamente a través de códigos culturales como los géneros musicales, la vestimenta y expresiones lingüísticas.

En la cultura de la noche hay elecciones pero también restricciones: según la condición social se puede o no acceder a ciertos lugares. Se es elegido para ingresar o para ser excluido. Se puede elegir, pero dentro de una cierta gama. La cultura de la noche es etnocéntrica, clasista y, hasta podríamos decir, racista. Los jóvenes toman rápidamente conciencia de la restricción de sus posibilidades, de los mapas de exclusión (...) Se puede elegir dentro de una cierta gama, condicionada por el sector social al que se pertenece, por los *habitus* de clase, por el cuerpo, condición étnica. Influyen los modales, la vestimenta, el peinado, la edad, la “onda” (Marguilis, 1994: 17-18).

Tratando de romper con los análisis o supuestos simplistas (pues como se expone hay diversas vertientes que interceptan el fenómeno expuesto), se analizaron las opiniones y actitudes de estos sujetos en relación a los espacios de recreación nocturna para así dar alternativas o cambios desde su percepción y ofrecer un enfoque que involucre su perspectiva como asistentes.

El presente estudio pretende ubicar las representaciones sociales de los jóvenes sobre el espacio recreacional nocturno ubicado en la zona centro de Xalapa, es decir, conocer las construcciones de sentido común que comparten acerca de este espacio a través de la búsqueda y el análisis de las opiniones, actitudes y consumos que generan; con la finalidad de aproximarnos a entender las tendencias actuales de este sector.



Aunque el H. de Xalapa define en el Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa 2016 (con vigencia actual) la siguiente clasificación⁵ de negocios vinculados al espacio recreacional nocturna: bar, discoteca (antro), canta-bar (karaoke), pulquería, cantina, cabarete, club privado y restaurantes; este estudio se centra en el análisis de los primeros 3, pues su mercado meta va mayormente dirigido a un público juvenil, siendo el sector poblacional de interés.

⁵ La Dirección General de Desarrollo Económico del H. Ayuntamiento de Xalapa es el encargado de controlar y verificar las actividades económicas del municipio, las cuales clasifican en 3 giros comerciales de acuerdo al nivel de riesgo que representa para la población, y a su vez, cada giro comercial se subdivide según el servicio o bienes que comercializan. Los negocios que se dedican a la venta de bebidas alcohólicas al interior de su establecimiento y generan un aglutinamiento de personas se consideran como una actividad económica de alto riesgo (tipo C), siendo su clasificación la lista de negocios expuesta, la cual hace alusión a los negocios del espacio recreacional nocturno. Este apartado se explica con mayor profundidad en el capítulo II.



b) Objetivos

Objetivo General:

Describir las representaciones sociales de los jóvenes acerca del espacio recreacional nocturno de la zona centro del municipio de Xalapa (bares, antros y karaokes); a través del análisis de sus opiniones, actitudes y consumos, y así conocer la relación que existe entre dicho espacio y su condición de juventud.

Objetivos Particulares:

1. Describir las actividades que realizan en común los jóvenes dentro de los establecimientos que conforman el E.R.N.
2. Identificar los principales consumos, gustos y preferencias de los jóvenes. Criterios de costo, tipo de oferta cultural, concepto del lugar, entre otros.
3. Organizar las sugerencias y modificaciones que incorporarían los jóvenes para mejorar el espacio recreacional nocturno en la Ciudad de Xalapa.

c) Descripción de la población de análisis

La población de estudio abarca a jóvenes que se encuentren entre el rango de edad 18-29 años y que residan en el municipio de Xalapa. La delimitación de la edad que se retoma es la otorgada por el Instituto Mexicano de la Juventud; aunque esta institución abarca el rango de 15 a 29 años, el estudio la acotó debido a que en México se establece que la venta de bebidas alcohólicas es permitida a partir de los 18 años de edad.

De acuerdo a los microdatos⁶ de la Encuesta Intercensal 2015 de INEGI, existen 105, 798 habitantes con estas características, de donde 51, 504 pertenecen al género masculino y 54, 294 femenino. De esta población total se seleccionarán los jóvenes que frecuenten negocios dedicados a la recreación nocturna.

⁶ A los microdatos proporcionados en la Encuesta Intercensal 2015 se les aplicó el *factor de expansión* a través del software "R", para así obtener las edades separadas. Posteriormente, se realizó la suma de la población requerida. Es importante señalar que no se tomó en cuenta los jóvenes pertenecientes al área conurbada.



d) Justificación

Se considera que el espacio recreacional nocturno se ha ido perfilando en mayor o menor medida como un punto de encuentro para los jóvenes en Xalapa, convirtiéndose en un ámbito donde manifiestan y construyen parte de condición juvenil. Siendo los jóvenes un sector representativo poblacionalmente, con relevancia social en el municipio, es importante indagar acerca de sus espacios y sobre el tipo de dinámicas o convivencias que generan dentro de ellos.

Se justifica este tema por varias razones: primero, desde las ciencias sociales existen pocas investigaciones que hayan puesto la mirada al estudio de la juventud desde los espacios de recreación nocturna, pues es un fenómeno relativamente nuevo. No obstante, es una realidad que comienza a presentar con fuerza en las ciudades.

Las investigaciones realizadas son de años recientes: Grazian con su estudio “Vida urbana nocturna, capital social y la vida pública de las ciudades” en Estados Unidos de 2009; Mendes y Di Leo con “Usos del tiempo, violencia, consumo de drogas y sexualidad en espacios recreativos en 3 ciudades argentinas; Farré y Cilley con “Indagando sobre las salidas nocturnas de los jóvenes”, ambos estudios realizados en Argentina de 2010 y; en un ámbito más local, el trabajo etnográfico de Aguilar con “Usos del espacio nocturno en el Puerto de Veracruz” en México de 2001.

Una segunda justificación es que se considera que el uso del tiempo libre de los jóvenes en Xalapa no debe ser un tema minimizado, pues es un motor importante en la dinámica económica xalapeña. Si se tiene un conocimiento mayor delimitado de sus preferencias se puede dar una dirección mejor definida sobre la oferta de este tipo de espacios que no sólo involucre al ámbito empresarial. Además de poder generar espacios de ocio nocturno juvenil desde el sector público.

Por último, es que los resultados que se obtengan pueden ser de gran utilidad para el ámbito artístico en Xalapa –características que han renombrado por muchos años la ciudad– pues se observarán tendencias sobre los gustos y consumos; además puede dar una visión general al sector turístico y empresarial sobre las preferencias actuales. Es por ello, la



importancia de incorporar una parte cuantitativa en el trabajo, como lo determinan los estudios de opinión, permitiendo su objetividad y su validación.

Y en menor medida, si la opinión de los jóvenes lo expone, indagar sobre aspectos de violencia y sexualidad que llegan a vivir en sus salidas de ocio nocturno, Se trata de buscar la diversidad, complejidad y la importancia que les otorgan los jóvenes a estos espacios para encontrar una vía de mejora social que no se base en la prohibición.



e) Selección argumentada de la zona centro

El estudio se realizó en la zona centro del municipio de Xalapa, Ver., y para la delimitación de dicho espacio geográfico se utilizó el “Plano de Localidad Urbana Xalapa, Ver. 2015” de la sección “centro histórico”, proporcionado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Los argumentos por los cuales se decidió enfocarse en el análisis del centro histórico se muestran a continuación:

1. Representatividad numérica: La localidad de Xalapa cuenta con 161 unidades económicas relacionadas al ámbito recreacional nocturno (centros nocturnos, discotecas, bares y similares), de las cuales 43 unidades se localizan en el centro, representando el 27% del total de establecimientos con este giro comercial⁷. Es la zona geográfica con la mayor cantidad de establecimientos de esta índole en la ciudad; siendo la que le continua las colonias colindantes al centro.
2. El fácil acceso a esta zona: Existen varias rutas de transporte público que transitan desde los diferentes puntos de la ciudad hasta el centro de la ciudad, así como la oferta estacionamientos privados o generados por parte de los propios establecimientos para vehículo personal.
3. Diversidad de establecimientos: Los locales ubicados en la zona centro son variados en relación a su costo monetario, tipo de público, oferta cultural, y productos que ofrecen.
4. Espacios recreacionales en general: El centro de la ciudad cuenta además con una concentración de espacios para la recreación a nivel general como galerías, cafeterías, restaurantes, parques, etc. Los cuales transponen con el espacio recreacional nocturno.

⁷ Porcentaje obtenido a través de la herramienta “Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas” de INEGI.



Capítulo I. Marco Teórico

1.1. El enfoque socio-cultural de la juventud

La definición de juventud utilizada para este estudio se localiza dentro del enfoque socio-cultural, desarrollado en el transcurso de este apartado. Dicho enfoque se vincula con la perspectiva de los Estudios de Opinión, con la finalidad de explicar las diferentes formas sociales y culturales en cómo se experimenta la juventud, en relación a la diversidad de modelos de negocios de la industria del ocio nocturno.

El desarrollo conceptual y la visibilización de los sujetos que integran la categoría social de juventud tuvieron una amplitud significativa durante la postguerra; a la par de las luchas por la universalidad de los derechos humanos (Reguillo, 2010: 4-5). Su contexto histórico estuvo marcado por diversos fenómenos y conflictos políticos, económicos y sociales, los cuales dieron la pauta para reivindicar a la juventud como un sector independiente y activo en las sociedades.

Puede decirse entonces que son tres procesos los que "vuelven visibles" a los jóvenes en la última mitad del siglo XX: la reorganización económica por la vía del aceleramiento industrial, científico y técnico, que implicó ajustes en la organización productiva de la sociedad; la oferta y el consumo cultural, y el discurso jurídico (Reguillo, 2010: 5).

El término de juventud desde el ámbito de los estudios sociales hace alusión a una condición social que experimentan los individuos en determinado momento de su vida. Dicha categoría cuenta con características específicas, razón por la que quienes la experimentan conformen un grupo social independiente. Desde los estudios de desarrollo humano en psicología, la juventud se ubica entre la infancia y la adultez.

A pesar de las cualidades particulares que comparten los individuos considerados jóvenes, como cualquier otro aspecto de la realidad social no es estática, por el contrario, es dinámica y mutable; ya que no comparten las mismas condiciones estructurales o parámetros culturales, debido a las diferencias existentes entre sus contextos histórico-sociales.



Los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo que implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales (Reguillo, 2000: 8).

La condición de juventud se encuentra delimitada por dos procesos, uno biológico y otro social. El primero, referente a la pubertad, “es una etapa de maduración del individuo humano ampliamente determinada por leyes fisiológicas (...). En cambio (..), la fase juvenil se ve determinada de manera decisiva y fundamentalmente por factores sociales” (Allebeck y Rosenmayr en Brito, 1996: 3). Es un proceso fundamental que define gran medida la construcción de la identidad de cada individuo.

En la actualidad, el estudio de la juventud cuenta con varias perspectivas de análisis: la juventud como momento clave para la inserción social, la juventud como dato demográfico, la juventud como punto de conflicto, diferencias de la juventud entre el campo y la ciudad; por mencionar algunas (Alpizar y Bernal, 2003). Para cuestiones específicas de este proyecto nos enfocaremos al estudio de la juventud como construcción socio-cultural.

Las investigaciones desde la perspectiva sociocultural surgen de la antropología y la sociología y hacen referencia a la multiplicidad de formas en cómo se expresa y vive lo juvenil⁸, es decir, al entendimiento de las prácticas sociales y de los esquemas simbólicos que generan representaciones sociales específicas, las cuales derivan en identidades juveniles.

Investigaciones recientes realizadas desde este enfoque (Feixa, 2002; Reguillo, 2000; Canclini 1997), además de la otorgarle importancia al espacio subjetivo se han vinculado con otras dimensiones de análisis como son el género o la estratificación de clases sociales.

⁸ De los principales temas abordados dentro de este enfoque son: subculturas juveniles, prácticas culturales, subjetividad, poder, clase social como eje rector de la condición juvenil, género, sexualidad e investigaciones vinculadas a contextos socio-históricos específicos.



Se ha hecho común el interés por analizar la problemática de lo juvenil desde una perspectiva socio-cultural, de tal forma que sea posible conocer y analizar las construcciones de los referentes que formulan los jóvenes en torno a un conjunto de instituciones y prácticas en su vida cotidiana (Rivera y Márquez, 2011: 1184).

Independientemente de la diversificación de la juventud, lo innegable es que es la condición juvenil no se mantiene por siempre -los cambios psicológicos y sexuales si están presentes- es por ello que es un momento permisivo, donde se experimenta con diversas formas de sociabilización y esquemas simbólicos de representación que al paso del tiempo y bajo un proceso de selección derivan en proyecciones de lo que es ser adulto, como son:

Las pautas de preparación para el empleo, el establecimiento de relaciones afectivas y la creación de redes exteriores a las instituciones familiares y escolares, que les permitan a los sujetos socializar y desarrollar su capital cultural a lo largo de sus vidas (Molina, 2009: 85).

Partiendo desde el enfoque socio-cultural, pero teniendo en cuenta estas transiciones que involucran la individualidad, para fines exclusivos de este estudio de opinión cuando se hable de jóvenes se entenderá lo siguiente:

Un periodo de experimentación en las áreas de formación de identidad y adquisición de status como individuos, absorben modelos a seguir y estímulos de los grupos de amigos y de los medios de comunicación, en contraste con valores familiares y comunitarios que hasta ese momento de su vida habían sido los predominantes. Esta es una etapa dominada por el proceso de individualización y el desarrollo de las identidades sexuales (Rojek en Molina, 2009: 849).



Actualmente, desde el fenómeno de la globalización y como parte del sistema capitalismo actual el consumo se ha vuelto un eje central en el desarrollo de las juventudes y un nuevo paradigma dentro de los estudios socio-culturales. La relación gusto-consumo es una práctica cultural moderna que otorga un cierto status dentro de cualquier campo social. El consumo se vincula con el capital que posee cada individuo y este se vuelve en un elemento estructurante para la configuración de las relaciones simbólicas, sociales y de poder, según el (los) grupo (s) social (es) del cual se forme parte.

La radio y la televisión, la violencia, la política, el uso de la tecnología, se convierten aquí en el referente para rastrear relaciones, usos, decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales en los jóvenes (Reguillo, 2000: 16).

Los aprendizajes, la familia, el ocio, las experiencias y vivencias (que surgen de cada historia de vida) van conformando el habitus de cada joven y por ende una forma particular de consumo, dicha práctica se ha convertido en eje central para la interacción -o exclusión- entre los jóvenes y como una forma para manifestar su identidad juvenil. Desde la perspectiva de Bourdieu, el consumo es un elemento que aglutina a las personas y un otorgante de identidad, dirección y sentido.

Las diversas manifestaciones juveniles vinculadas en cierta medida a formas de consumo, como lo son: estilos de vida, vestimenta, la adquisición de ciertos bienes o los espacio en los que se congregan, localizados fundamentalmente su uso del tiempo libre explican gran parte del proceso de interacción social, ya que para que exista una interacción es necesario que los sujetos participantes se reconozcan entre sí, y esto solamente se puede generar cuando se interrelacionan por algún aspecto de su identidad.

A partir de lo expuesto, podemos afirmar que para entender el comportamiento y la diversidad de las juventudes en el mundo actual es importante generar estudios vinculados a las manifestaciones colectivas expuesta, no como una temática trivial, sino como un aspecto clave para la interpretación de aspectos mucho más complejos como lo son el impacto de los medios de comunicación o la desigualdad social.



1.1.2. Los espacios de recreación nocturna y su relación con los jóvenes

A través de la Encuesta Nacional de Juventud realizada por el Instituto Mexicano de la Juventud (INJUVE) en 2010, se reveló la importancia que le otorgan los jóvenes a ciertas actividades en relación al uso de su tiempo libre. Se encontró que el reunirse con amigos es la principal actividad que realizan los jóvenes, mientras que escuchar música ocupa la quinta posición; en el caso de los jóvenes de localidades urbanas se encontró una mayor proporción en salir con la pareja y conectarse a internet⁹.

Estas prácticas vinculadas al ocio son parte primordial en la construcción de las identidades juveniles y características de los jóvenes mexicanos en el presente.

Según Feixa (1998), el ocio puede dejar de ser entendido como el distendido tiempo libre después del trabajo, para ser (re)significado como el crónico período de no-trabajo que hay que llenar de la mejor manera posible. De esta manera, la socialización se desarrolla fundamentalmente en estos espacios (Mendes, Di Leo y Schwarz, 2010: 3).

Los espacios recreacionales nocturnos se convierten en lugares idóneos para llevar a cabo estas prácticas que forman parte de relevante de la tendencia actual en la juventud en México. No obstante, es importante matizar este argumento para no caer en generalizaciones, ya que la concurrencia, así como la carga significativa que le otorgan los jóvenes a este tipo de espacios no es similar, pues el visitar estos establecimientos se vincula con otros factores como por ejemplo el ubicarse geográficamente en una zona urbanizada, el nivel socioeconómico o el grado de estudios.

Estos negocios recreativos juveniles condicionados a la nocturnidad ofrecen la sensación de libertad al considerarse “lejos” de los condicionamientos familiares o “modos correctos” de comportarse en sociedad, llegando a formar parte de la cotidianidad de los jóvenes.

⁹ Resultados Encuesta Nacional de Juventud de INJUVE, 2010. Extraída de: http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Encuesta_Nacional_de_Juventud_2010_-_Resultados_Generales_18nov11.pdf consultada el 24 de noviembre de 2016.



En el imaginario y en el discurso de muchos jóvenes, la ciudad es de ellos mientras los adultos duermen; el elemento tiempo se utiliza para conquistar el espacio. Se genera así una ilusión de independencia, de privacidad (Diz y Di Leo, 2010: 7).

Pero ¿a qué se refiere el concepto espacio recreacional nocturno? Este término abordado desde los estudios sociales y culturales surge en la década de los ochenta con la finalidad de comprender nuevos fenómenos sociales relacionados con la globalización, el consumismo y las nuevas prácticas en el ocio de los jóvenes; el cual refiere a una determinada temporalidad y territorialidad.

El término pretende abarcar más allá de la sola referencia de los negocios o empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicios experienciales o de entretenimiento prioritariamente juvenil; sino que, además, incluye toda la atmósfera social y cultural que se genera a partir de ellos, como la apropiación de un horario nocturno, la diversidad de itinerarios o recorridos, la expresión de diferentes estilos juveniles, las prácticas sociales compartidas, entre otros.

Parafraseando a los autores, a través de la historia los jóvenes han seleccionado sus espacios de convivencia, re-significando determinados territorios urbanos, donde desarrollan prácticas grupales, organizan su relación entre los miembros y se convierten en referencia de su identidad (Pallerés y Feixa; 2000: 24), siendo la dirección o tendencia actual los mencionados espacios de recreación nocturna.

El sociólogo argentino Mario Margulis expone que existe una *cultura de la noche* llevada a cabo principalmente por los jóvenes, derivada de los nuevos cambios de la vida urbana. El autor realiza una diferenciación entre la noche (ciclo natural día-noche) y la nocturnidad, la cual define como la significación socialmente construida en torno a la noche, en donde se definen prácticas y discursos relacionados a “lo lúdico, lo sensual, el erotismo y la vía urbana de la recreación (simulación) de la fiesta” (Margulis, 1994: 16).



La actividad juvenil alcanza en calles de la ciudad su mayor visibilidad en horas avanzadas. La ciudad renace cerca de la madrugada y se puebla de jóvenes de ambos sexos. Muchos territorios urbanos cobran de noche un significado diferente y se entrecruzan también con complejos itinerarios (Margulis, 1994: 2).

Aunque la visita a los espacios recreacionales nocturnos o el desarrollo de la nocturnidad en las ciudades no es exclusivo de los jóvenes, es evidente su predominio del mismo, sobre todo conforme transcurren las horas. Existe en el imaginario de los jóvenes una re-apropiación del tiempo y de determinados espacios.

La tendencia de los jóvenes por acudir a espacios recreacionales nocturnos deriva de otros factores sociales estructurales como los avances tecnológicos, las nuevas formas de urbanidad y la separación más marcada de los jóvenes ante la familia, los cuales han provocado estas modificaciones en el comportamiento y en el uso del tiempo entre los jóvenes.

Los ciclos del tiempo y los cambios en su percepción social, así como en su organización, distribución y uso, están influenciados por cambios sociales, innovaciones tecnológicas, de ahí que se hayan producido importantes transformaciones en el uso del tiempo de los y las jóvenes y con relación a ellos, en los espacios utilizados en la vida cotidiana (Pallerés y Feixa, 2000: 24).

Se debe tener en cuenta que la conformación de un espacio recreacional nocturno se desarrolla en relación a la afluencia de negocios dedicados a la industria del ocio nocturno, los cuales forman parte del sector productivo sujetos a la lógica de competencia de mercado; cada establecimiento pretende atraer determinado tipo de jóvenes consumidores, de acuerdo a su visión y dirección empresarial. Los jóvenes tienen una gama de opciones para elegir, pero al mismo tiempo, son lugares con restricciones ya que según la condición social de cada joven será un factor primordial para poder acceder a determinado lugar.



La cultura nocturna no deja de estar regulada por las formas de legitimación y dominación presentes durante el día, siguen predominando las lógicas de distinción, exclusión y jerarquías donde el mercado sigue definiendo los espacios recreativos que serán apropiados por los jóvenes (Margulis, 1997; Laespada y Gómez, 2001).

Por lo tanto, los espacios de recreación nocturna en el ámbito urbanizado forman parte de lo cotidiano entre los jóvenes, un lugar donde generar vivencias de carácter juvenil, aquello que define su condición social. Cada lugar aspira a la popularidad, otorgada por ofrecer intrínsecamente a su público -en este caso los jóvenes- experiencias intersubjetivas. Estos espacios forman un lugar para la convivencia, foros culturales, formas donde hacer conexiones sociales, entre otras prácticas. El conocer a mayor profundidad las representaciones sociales de los jóvenes en torno a estos espacios, es una de las principales razones de la elaboración de este proyecto de investigación.



1.2 La construcción de las Representaciones Sociales

1.2.1. El concepto de Representaciones Sociales

La fundamentación teórica de este proyecto de investigación se basa en el estudio de las representaciones sociales (R.S.). Las R.S. hacen alusión a los esquemas en como organizamos el mundo de manera práctica para la comprensión del mismo, dando la pauta para la interacción y el entendimiento social. Su estudio abarca dos terrenos de análisis distintos: el psicológico y el social, pues surgen a partir del proceso de vinculación entre el sistema cognitivo y un ámbito social dado. De acuerdo con Denisse Jodelet (1989) se refiere a una forma de pensamiento social.

Desde la perspectiva social, Serge Moscovici -autor de la teoría- considera a las R.S. como referencias de sentido común que operan de manera práctica en la cotidianidad, lo que posteriormente Jodelet nombra “conocimiento especializado”; son intercambios de pensamientos y acciones que cuentan con un significado propio, determinado por un grupo social particular. Su finalidad es generar relaciones con los otros.

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. ...es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. ...son sistemas de valores, nociones y prácticas que proporciona a los individuos los medios para orientarse en el contexto social y material, para dominarlo (Moscovici, 1979: 17-18).

Ahora bien, desde el ámbito psicológico se enfatiza que las R.S. no son entidades unilaterales esparcidas en el mundo social, sino que forman parte de un arduo proceso generado desde la psique de cada individuo. El hecho de que sean compartidas no significa que sean idénticas, pues lo que se comparte son sólo referencias; las posturas encontradas, la intensidad en el significado o las oposiciones que generen son un claro ejemplo de su diversidad entre cada



sujeto. Además, el factor de la comunicación provoca que el individuo participe activamente en la construcción y de-construcción de las R.S., es por ello que Moscovici expone que contienen un carácter heterogéneo y dinámico.

Las representaciones sociales están incorporadas (es decir, integradas al cuerpo simbólico) en el pensamiento del agente por un proceso de construcción. Es posible establecer diferenciaciones entre representaciones sociales en torno a una diversidad de objetos o hechos sociales, en virtud de la individualidad del agente, esto es, su subjetividad, y en función de la especificidad de su contexto sociocultural (Ibañez en Piñero, 2008: 5).

La manifestación de las R.S. se da tanto en el proceso como en el contenido de las mismas. El proceso se refiere a “las formas en que se adquieren y se comunican los conocimientos; en este proceso interviene el papel que desempeñan los distintos medios de comunicación para la creación, transmisión y reproducción de las formas simbólicas” (Piñero, 2008: 7) y este se adquiere de estructuras o fenómenos sociales más complejos como el núcleo familiar, los, *mass media* la religión, la identidad cultural, la historia regional, entre otros.

Sobre el contenido, Moscovici plantea que es conformado por 3 dimensiones:

1. Información: “se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social” (Moscovici, 1979: 45). Son los grados de información que tienen los individuos o los grupos sociales sobre determinado objeto de representación.

Para el tema de investigación, la información de los jóvenes sobre el espacio recreacional nocturno la obtienen a través de las redes sociales, publicidad, recomendaciones de amigos o conocidos.

2. Campo de representación: “nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones” (Moscovici, 1979: 46). La figura que cada individuo o grupo social da sobre el objeto a representar.



Para el tema de análisis, el campo de representación lo construyen en relación a la preferencia del lugar de recurren. Como se visualizan a sí mismos dentro de dicho espacio y como visualizan a los otros a partir de ello.

3. Actitud: “la orientación global en relación con el objeto de la representación social” (Moscovici, 1979: 47). Es la evaluación que ofrece el individuo o grupo sobre el objeto de representación.

Para el tema de investigación se refleja en las preferencias del lugar (y como las justifican) y las opiniones del porqué no van a otros.

Jean Claude Abric (1994), plantea que la dimensión campo de representación a su vez se conforma y organiza por lo que denomina “núcleo central” y los “elementos periféricos”. El núcleo central es donde se determina el significado de la representación, cuenta con el contenido más arraigado de la memoria colectiva, siendo el elemento más difícil al cambio; mientras que los periféricos se ubican alrededor del núcleo central y ayudan a cimentar el significado de la representación.

Dicho postulado es pieza clave para entender la heterogeneidad intrínseca de las R.S. pues cada individuo estructura los elementos de acuerdo a un modelo que le parezca coherente, pero el cual parte de una subjetividad. “Dos representaciones definidas por un mismo contenido pueden ser radicalmente diferentes si la organización de ese contenido, y luego la centralidad de ciertos elementos, es distinta” (Abric, 2001: 21).

Para finalizar, el concepto de representaciones sociales nos ayuda a explicar y comprender los comportamientos de determinados grupos sociales. En la actualidad, este tipo de análisis se puede aplicar en el terreno de la opinión pública, para conocer con mayor profundidad la forma en cómo se articula la misma.



1.2.2. Las funciones de las representaciones sociales en Jean Claude Abric

Abric, dentro de su obra “Prácticas sociales y representaciones” de 1976 afina el concepto de representación social, exponiendo sus cuatro funciones fundamentales:

1. Funciones de saber. Es el conocimiento práctico proveniente del exterior, el cual adquieren los individuos para la comprensión del mismo en relación a su proceso cognitivo. Se refiere al sentido común aplicado en la vida cotidiana que da la pauta para la comunicación entre sujetos.
2. Funciones identitarias. Delimitan las identidades de los grupos y los ubican en el espacio social, da los lineamientos de acción para los grupos sociales y genera comparaciones con los demás. Forma parte del control social colectivo.
3. Funciones de orientación. Se refiere al comportamiento sobre las situaciones y a las expectativas que se esperan. “La representación interviene directamente en la definición de la finalidad de la situación, determinado a priori, el tipo de relaciones pertinentes para el sujeto; pero también eventualmente en una situación en que una tarea es por efectuar” (Abric, 2001: 15).
4. Funciones justificadoras. Es la argumentación posterior sobre el comportamiento realizado. Esta función está relacionada con el refuerzo de la posición social de los grupos.

1.2.3. El origen del concepto

La teoría de las representaciones sociales desde de la corriente psico-social fue generada por el Serge Moscovici dentro de su tesis doctoral “El psicoanálisis, su imagen y su público” de 1961, en donde expone los esquemas de representación que tenía el público francés en torno al psicoanálisis. Para la obtención de sus resultados utilizó como herramientas de investigación el análisis de la prensa y entrevistas a profundidad, las cuales realizó a diferentes grupos de la sociedad francesa.

Moscovici utiliza parte de la visión teórica de Durkheim sobre las representaciones colectivas que refieren a las estructuras sociales intrínsecas en las sociedades, las cuales le



otorgan coerción; y a los estudios del psicoanálisis de Freud sobre la construcción de sistema cognitivo en los individuos.

En un inicio el trabajo de Moscovici fue ignorado por la comunidad científica, pero a partir de la década de los noventa tomó gran popularidad en el ámbito de la psicología social con autores como Jean Claude-Abric (1994) y Denisse Jodelet (2000). Para este momento, se ha convertido en un clásico obligatorio en varias disciplinas como lo son la sociología, psicología o mercadotecnia.

1.2.4. Antecedentes teóricos de la teoría de Representaciones Sociales

Para definir el concepto de representación social, Moscovici retoma los postulados teóricos de algunos autores clásicos dentro las disciplinas psicológica y sociológica: Freud (1933), Durkheim (1895), Berger y Luckmann (1972).

Bajo este panorama general, se exponen los antecedentes teóricos de la parte social utilizados por S. Moscovici para la construcción del concepto de representaciones sociales, los cuales se ubican en la teoría sociológica clásica y contemporánea. Los aportes de Emilie Durkheim sobre las representaciones colectivas y Berger y Luckmann con la perspectiva fenomenológica de la construcción social de la realidad.

a) Representaciones colectivas en Durkheim

El concepto de representaciones colectivas forma parte fundamental de la teoría social de Durkheim. Fue uno de los primeros autores en exponer que el desarrollo cognitivo de los sujetos depende de sus condiciones sociales dadas. Esta teoría le otorga mayor peso a las estructuras organizativas inmersas en las sociedades, las cuales se comparten y determinan tanto el pensamiento como la acción de los individuos, posicionándolas en un nivel independiente del plano psicológico y biológico.

En el ensayo “Representaciones individuales y representaciones colectivas” realizado por Marcel Mauss y Emilie Durkheim en 1898 exponen que las sociedades generan



colectivamente categorías abstractas (representaciones colectivas) para darle un ordenamiento al mundo; dichas categorías sobrepasan las conciencias individuales y dan paso a la coerción social. Cuando una representación colectiva se consolida con el paso del tiempo se inserta en las nuevas generaciones como situaciones naturalizadas.

Como otras instituciones (creencias y modos de conductas instituidos por la colectividad), las representaciones colectivas nos fueron legadas por generaciones anteriores y nada tuvimos que ver con su formación, luego entonces no es en la conciencia individual donde se podrán averiguar las causas que le dieron nacimiento (Vera, 2002: 108).

El concepto de representaciones colectivas expone una crítica a la noción del pensamiento individual y a la conciencia como principio generador de conocimiento. Desde esta perspectiva, las representaciones colectivas tienen la función de organizar y clasificar interpersonalmente los sucesos del exterior, pero estas clasificaciones impuestas no son vistas como construcciones sociales sino como una realidad impuesta.

Las representaciones colectivas, según Durkheim se imponen a las personas con fuerza constrictiva, ya que parecen poseer ante sus ojos, la misma objetividad que las cosas naturales. Por lo tanto (...) se consideran independientes y externos a las personas, quienes, en esta concepción, son un reflejo pasivo de la sociedad (Araya, 2002: 21).

Las representaciones colectivas pasarían a formar tiempo después parte de lo que Durkheim denominó hecho social¹⁰, como estas estructuras operantes que rebasan a los individuos y son parte fundamental del mantenimiento de las sociedades. El autor expone para ejemplificar lo que es un hecho social con lo siguiente:

¹⁰ El desarrollo del concepto hecho social se presenta en los trabajos posteriores que realiza Durkheim ya de forma individual como *Las reglas del método sociológico* y *El suicidio*.



Cuando desempeño mi rol de hermano, de esposo o de ciudadano, cuando ejecuto los compromisos que he contraído, cumplo con deberes que están definidos por fuera de mí y de mis actos, en el derecho y en las costumbres. Entonces, incluso cuando estén de acuerdo con mis propios sentimientos y cuando sientan en mi interior su realidad, ésta no deja de ser objetiva; porque no soy yo quien los ha hecho, sino que lo he recibido (Durkheim, 2006: 50).

Los hechos sociales son formas de actuar, pensar y sentir externas a los sujetos, que provocan que las sociedades no se desintegren. Es por ello que desde la perspectiva durkheimiana la educación forma parte fundamental para el mantenimiento de dichas construcciones, pues es un refuerzo continuo por preservar las estructuras sociales que con el paso del tiempo se convierten en hábitos, “la educación tiene por objetivo convertir al ser en un ser social” (Durkheim, 2006: 45).

Una característica primordial de los hechos sociales es la capacidad de coerción externa a los individuos que se ejerce en las sociedades; esta se hace más explícita al momento de que se pretenden romper o evitar. Cuando se violenta el orden establecido se presencia este poder de forma determinante como sanciones, o de una manera moderada como el alejamiento de las personas, burlas o risas. A su vez, los hechos sociales se dividen en materiales y no materiales.

En *Las reglas del método sociológico*, Durkheim distinguía entre dos tipos de hechos sociales: los materiales y los no materiales. Aunque analizó ambos tipos a lo largo de su obra, se centró más en los *hechos sociales no materiales* (por ejemplo, la cultura y las instituciones sociales) que en los *hechos sociales materiales* (por ejemplo, la burocracia y el derecho) (Ritzer, 1997: 22).

Una crítica posterior que se le hace a este enfoque es que para el caso de las manifestaciones particulares este enfoque teórico las aborda de una forma simplista, pues es evidente la prioridad que le otorga a las estructuras sociales. Durkheim expone que las manifestaciones individuales no dejan de tener una carga social, pues están determinadas a las circunstancias de su contexto próximo.



Regresando a la teoría de Moscovici se puede observar como los planteamientos de Durkheim contribuyen el ámbito macro social como parte fundamental para la construcción de las representaciones sociales. Sin embargo, Moscovici al mismo tiempo realiza fuertes críticas a este enfoque teórico, ya que a pesar de que las condiciones estructurales sociales forman parte de la construcción del pensamiento colectivo, estas no otorgan un peso absolutista en el actuar de los individuos, pues intervienen otros factores como son el sentido, la vida cotidiana, y la constitución de la psique.

La sociedad no es algo que se le impone desde fuera al individuo, los hechos sociales no determinan las representaciones como una fuerza externa (social) que hace impacto sobre los individuos que la componen. La sociedad, los individuos y las representaciones son construcciones sociales (Araya, 2002: 21).

Las contribuciones teóricas de Durkheim utilizadas por Moscovici ayudan a comprender parte del estudio de opinión planteado; pues las percepciones de los jóvenes sobre el tema expuesto están fuertemente vinculados a sus condiciones sociales, a pesar de que trate aspectos que podrían denominarse como personales. Es decir, aunque se hable de un gusto u opinión individual esta dependerá de los contextos sociales donde se posicionen los individuos.

b) La construcción de la realidad en Berger y Luckmann

La teoría de las representaciones sociales retoma algunas contribuciones teóricas de la corriente fenomenológica en Berger y Luckmann. En su obra “La construcción de la realidad social” se otorga una importancia significativa al estudio de la vida cotidiana. Para estos autores el ámbito de lo cotidiano es donde los sujetos construyen sus esquemas del sentido el cual comparten y dan pie a la interacción con los otros, es decir, incorporan el plano intersubjetivo al análisis social.

La realidad de la vida cotidiana se me presenta además como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros. Esta intersubjetividad establece una señalada diferencia entre la vida cotidiana y otras realidades de las que tengo conciencia. Estoy sólo en el mundo de mis sueños, pero sé que el



mundo de la vida cotidiana es tan real para los otros como lo es para mí. En la realidad, no puedo existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarme continuamente con otros (Berger y Luckmann, 2003: 38).

Moscovici se retroalimenta con desarrollo conceptual de esta teoría con los términos de vida cotidiana e interacción social:

Vida cotidiana: se presenta una realidad re-pensada, un espacio de segundo orden que se caracteriza por estar cargado de significaciones que se comparten con otros; es por ello que recibe la categoría de intersubjetiva. No obstante, estas significaciones operan de forma objetiva, otorgando validez y coherencia a su mundo social más cercano.

A Berger y Luckmann les interesaba especialmente la tendencia fenomenológica de las personas a considerar los procesos subjetivos como realidades objetivas. En su opinión, las personas solían aprehender la vida cotidiana como una realidad ordenada; es decir, el actor percibe la realidad social como independiente de su propia aprehensión. A sus ojos aparece ya objetivada y como algo que se le impone (Ritzer, 1997: 283).

En relación al proyecto planteado, esta perspectiva se relaciona con la selección que llevan a cabo los jóvenes sobre espacios recreaciones, pues los convierten en escenarios donde construyen sus representaciones sociales que otorgan sentido a sus prácticas y dinámicas. En estos espacios se presentan y generan entre los jóvenes “elementos afines con el propósito de asociarse, reconocerse entre ellos” (Bayona, 2010: 56), son lugares físicos que re-significan entre ellos y que forma parte de su cotidiano.

Interacción social: el abordaje de este concepto es uno de los más importantes dentro de la obra de Berger y Luckman. Exponen que las interacciones sociales se dan cara a cara (relaciones-nosotros) y estas ocurren de una forma personalizada con los sujetos más cercanos a uno, posibilitando la vinculación interpersonal. Cuando se genera una interacción existe un intercambio de esquemas de significaciones, el cual se entiende por medio un lenguaje compartido.



En cambio, mientras los individuos vayan siendo más ajenos a uno y la interacción cara a cara se hace mínima o imposible de generar, es cuando intervienen las tipificaciones (relaciones-ellos), es decir, una forma en como clasificamos a los sujetos, *hacerme una idea de ellos, de cómo son* (percepción). Estas tipificaciones a su vez se generan por el desarrollo de roles, y esto se refieren a las maneras en cómo los sujetos deben de actuar bajo determinadas situaciones sociales.

Incorporando este análisis social al estudio, podemos encontrar que el espacio recreacional nocturno en un ámbito donde se generan interacciones cara a cara entre los jóvenes xalapeños y donde intercambian un repertorio de significaciones, y al mismo tiempo, se activan los esquemas tipificadores, desde los dos polos: el cómo considera un joven que son los otros que se encuentran “fuera” del establecimiento recreacional que frecuenta y; el rol que el mismo joven debe tomar en ese sitio (cómo debe comportarse).



Capítulo II. Marco Contextual

2.1 Panorama general del municipio de Xalapa

El municipio de Xalapa es la capital del estado de Veracruz y se localiza en la región veracruzana conocida como las Altas Montañas. Cuenta con una superficie territorial de 118.5km², representando el 0.16% de todo el territorio estatal. Limita con los municipios de Banderilla, Jilotepec, Naolinco, Actopan, Emiliano Zapata, Coatepec y San Andrés Tlalnehuayocan (Barcelata, 2011: 112-113).

Dicho municipio es conformado por 55 localidades, de las cuales 48 de ellas cuentan con menos de 1000 habitantes. Su localidad más importante es Xalapa de Enríquez, pues concentra a la mayor parte de población municipal y contiene la oferta más amplia en productos y servicios del sector terciario (Barcelata, 2011:71).

De acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda de 2010 otorgados por INEGI, Xalapa cuenta con una población total de 457, 928 habitantes, representando el 5.9% de la población a nivel estatal, esto la posiciona en el segundo lugar de entre los municipios más poblados de Veracruz. Del total de su población el 53 % es femenina, con 244, 357 mujeres, y el 47% restante representa a 213, 571 hombres.

Otras características sociodemográficas relevantes del municipio, es que cuenta con una tasa de analfabetismo de 3.9% (un nivel bajo en comparación a la existente estatal de 11.4%.); y un índice de marginación de -1.6455, lo que significa igualmente un nivel bajo¹¹. Sin embargo, este panorama varía entre localidades ya que el acceso a los servicios básicos no se distribuye de igual manera.

A continuación, se presenta el mapa de ubicación del municipio de Xalapa:

¹¹ Ambos datos se obtuvieron del análisis sociodemográfico realizado por el economista Hilario Barcelata presentados en su obra "Xalapa. Economía local y problemática social" de 2012; realizado con datos del Censo de Población y Vivienda de 2010 de INEGI.

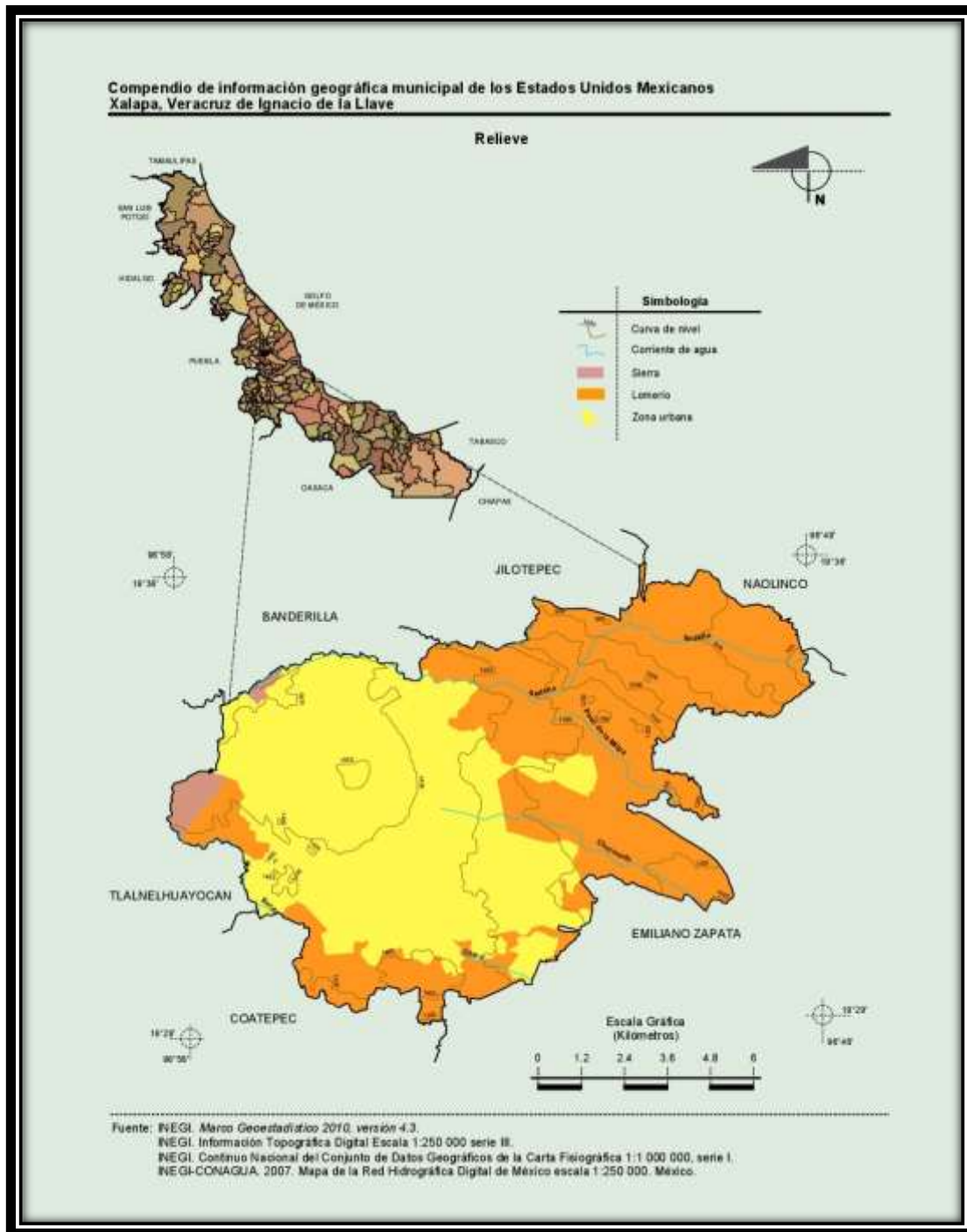


Figura 1. Municipio de Xalapa, Veracruz. Extraído del Compendio de Información Geográfica Municipal, INEGI.



Sobre la economía municipal, Xalapa se ha caracterizado por sus actividades económicas vinculadas a los servicios en administración pública, también cuenta con actividades en materia de prestación de servicios educativos y financieros y, en “los últimos años se destaca la fuerte expansión empresarial sustentada en el comercio, con la llegada de tiendas de autoservicio, tiendas departamentales, proveedores de bienes al mayoreo, almacenes estilo club, cadenas de tiendas de conveniencia, restaurantes, cafeterías, centros nocturnos, hoteles, casinos y cadenas de cines” (Barcelata; 2012: 9).

Como se ha mencionado en el transcurso de la lectura, la oferta de servicios educativos de nivel superior es un aspecto característico de la ciudad. Xalapa tiene “206 universidades y tecnológicos, 37 escuelas normales y 27 entidades que imparten posgrados” (Barcelata; 2012: 88), de donde destacan la Universidad Veracruzana (UV), la Escuela Normal Veracruzana, la Escuela Industrial “Concepción Quiroz Pérez”, y el Instituto Superior de Música del Estado de Veracruz (Delgado y García, 2011: 647-650).

En el ámbito turístico, la ciudad posee diversos espacios públicos para la difusión del arte y la cultura como son la Galería de Arte Contemporáneo, la Pinacoteca Diego Rivera, El Jardín de las Escultura, el Museo de Antropología, el Teatro del Estado, El Ágora de la Ciudad y El Centro Recreativo Xalapeño; desde la sociedad civil, se encuentran empresarios culturales que ofertan espacios para la desenvolvimiento cultural y el entretenimiento como son el café teatro “Tierra Luna”, el café bar “La Tasca”, el “Patio Muñoz”, entre otros (Delgado y García, 2011: 650-651).

Otros espacios turísticos importantes son las iglesias con arquitectura barroca La Catedral de Xalapa y La Iglesia del Calvario; los callejones el Diamante, Jesús te Ampare, de la Calavera y el Barrio Xallitic; y los parques del Cerro de Macuiltepetl, El Haya, Los Lagos, El Centenario, El Jardín Botánico, Jardines de la Universidad Veracruzana, y Los Tecajetes¹².

¹² El listado de espacios turísticos se obtuvo de la página web oficial del programa gubernamental “Visita México” que se puede consultar en la siguiente liga: <https://www.visitmexico.com/es/destinos-principales/veracruz/xalapa>



En un ámbito más contemporáneo, a partir del año 2008 la ciudad comienza una transformación de su imagen urbana, entre la que destaca las modificaciones arquitectónicas y del uso del espacio de la zona centro. Durante la administración del ex alcalde Velasco Chedraui (2008-2010), seguido de la ex alcaldesa Elizabeth Morales García (2011-2013)¹³, se hace evidente la inclusión de la iniciativa privada en la configuración de los espacios públicos para uso comercial en horario nocturno: la rehabilitación del Barrio “San José”, el callejón “González Aparicio” y el corredor “Los Lagos” (Hernández y Gómez; 2015: 286-287)¹⁴.

Actualmente, en materia de seguridad el municipio atraviesa un periodo de violencia, reflejo de la impunidad que se experimenta en todo el Estado de Veracruz. De acuerdo con cifras del Sistema Nacional de Seguridad Pública, Xalapa se encuentra entre los primeros 5 municipios donde se incrementó el número de homicidios durante 2016¹⁵; en el mismo año se activó la alerta de género¹⁶; existen denuncias por casos de represión y muerte a periodísticas y activistas sociales; y han presentado episodios violentos en zonas comerciales nocturnas como balaceras y levantones¹⁷.

Este desenvolvimiento que ha tenido la ciudad, vinculado a su desarrollo como urbe, la importancia en el sector educación de nivel superior y las modificaciones que se han presentado en los últimos años en el centro de la ciudad; así como la situación de violencia que atraviesa, sirven para comprender las razones históricas y como los fenómenos sociales que interceptan la temática de investigación planteada.

¹³ Los gobiernos locales de la última década en Xalapa han sido pertenecientes al Partido Revolucionario Institucional, siendo razón de la continuidad de estos proyectos de modificación urbana.

¹⁴ En una revisión realizada con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas de INEGI en 2016, se ubicaron que las avenidas Araucarias y Lázaro Cárdenas aglutinan –en un porcentaje menor a comparación del centro- unidades económicas referidas a centros nocturnos, bares y karaokes.

¹⁵ Repunta la tasa de homicidios (17 de agosto de 2016). Formato 7. Recuperado de: <https://formato7.com/2016/08/17/repunta-la-tasa-homicidios-5-municipios/>

¹⁶ Declaratoria de alerta de género en Ver. Extraída de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/167570/Declaratoria_AVGM_Veracruz.pdf

¹⁷ Ataque a bar gay en la ciudad de Xalapa, más de 5 heridos (23 de mayo de 2016), Excelsior. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/23/1094212>; Ataque con arma en antro ubicado en el centro de la ciudad de Xalapa (28 de julio de 2017), Notinformex. Recuperado de: <http://www.notinformex.mx/2017/07/balean-al-hunter-en-el-callejon.html>



2.2 Lineamientos del Ayuntamiento de Xalapa para el funcionamiento de las actividades económicas del tipo “C” (alto riesgo)

Toda actividad comercial, industrial o de prestación de servicios que se realice dentro de los límites municipales de Xalapa es regulada por el H. Ayuntamiento de Xalapa, a través de la Dirección de Desarrollo Económico. De manera general, sus funciones se basan en controlar, vigilar y verificar administrativamente cualquier unidad productiva, de acuerdo al Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa, Veracruz¹⁸.

Los objetivos de dicho reglamento expuestos dentro del mismo, se dividen en dos partes:

- I. Regular los procedimientos administrativos a cargo del Ayuntamiento para el desarrollo económico y el funcionamiento de las unidades productivas, así como el desarrollo rural sustentable.
- II. Regular y controlar toda clase de actividades que tiendan a promover, difundir e incrementar el turismo en el municipio en coordinación y apoyo a los objetivos, metas y procedimientos que se establezcan en la materia a nivel estatal y federal; alentando consiguientemente las corrientes turísticas estatales, nacionales e internacionales (Dirección General de Desarrollo Económico, 2016: 4).

Los negocios pertenecientes al espacio recreacional nocturno que se analizan en este proyecto de investigación son considerados por el H. Ayuntamiento de Xalapa como actividades económicas, ya que ofrecen bienes o servicios a cambio de una transacción monetaria (Artículo 12 del Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa, Veracruz). Por lo tanto, se rigen dentro de la reglamentación mencionada y cuentan con una serie de obligaciones las cuales necesitan cumplir para su funcionamiento legal.

¹⁸ Publicado en la Gaceta Oficial del H. Ayuntamiento de Xalapa el 20 de enero de 2016, reglamento actualmente vigente.



La división de las unidades económicas es por el giro mercantil y se refiere “al conjunto de acciones que tienen por objeto la producción, distribución y consumo de bienes y servicios generados para satisfacer las necesidades materiales y sociales, autorizadas mediante la emisión de la cédula de empadronamiento” (Artículo 12 del Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa, Veracruz), y se clasifican según su riesgo o impacto social: giro A (bajo riesgo), giro B (mediano riesgo), giro C (alto riesgo); siendo esta última donde se ubican negocios de recreación nocturna, ya que se consideran como “enajenantes” siendo más complejos sus requerimientos.

El giro mercantil de alto riesgo o tipo “C”, se define como “aquellas actividades que se realizan en un establecimiento mercantil ubicado en el municipio cuyo proceso constituye un riesgo para la población por la utilización de productos peligrosos, inflamables, enajenantes, que pongan en riesgo la salud de la población, que generen contaminación auditiva, y en general aquellos cuyo manejo debe realizarse de acuerdo a normas especiales” (Artículo 21 del Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa, Veracruz).

Dentro del giro tipo C, existe una subdivisión de las actividades de alto riesgo, siendo la de nuestro interés los establecimientos cuya actividad sea la enajenación o expendio de bebidas alcohólicas, en donde se engloban los bares, discoteca, canta-bares (karaoke), cantinas, cabaretes, cervecerías y pulquerías¹⁹. Para este tipo de establecimientos el reglamento expuesto dedica su capítulo séptimo a detallar una serie de especificaciones y reglas necesarias para realizar en orden sus funciones.

A continuación, se describen de manera general:

- Artículo 35.- Se refiere al pago establecido en el Código Hacendario y en la Ley de Ingresos correspondiente para la entrega de licencias o “permisos” de ejercer estas actividades económicas, otorgados por el Ayuntamiento de Xalapa.

¹⁹ Por el tipo de clientela a la que se dirige los negocios como cantinas, cabaretes, y pulquerías no se tomaron en cuenta para este estudio.



- Artículo 36.- Expone varios señalamientos relacionados a aspectos de salud pública como: prevención de alcoholismo, prohibición de alcohol adulterado, contar con un botiquín de emergencias y respetar el horario máximo autorizado²⁰; también señala aspectos de protección civil como: evitar el aglomeramiento en la entrada principal o contar con un programa interno de protección civil.
- Artículo 37.- La prohibición de la entrada a menores de edad.
- Artículo 38.- Hace hincapié que en el caso de los restaurantes que vendan bebidas alcohólicas, sólo lo podrán ofrecer ese servicio al consumir alimentos.
- Artículo 39.- La prohibición estricta y contundente de la modalidad de barra libre (por medio de un pago único, tienen derecho al consumo ilimitado de bebidas).
- Artículo 40.- Expone que los establecimientos que ofrezcan bebidas alcohólicas y condicionen la prestación de dicho servicio por la adquisición de una membresía, serán considerados como *club privado*, por lo tanto, deberán mostrar en la entrada y en un lugar visible esa especificación al público en general.
- Artículo 41.- Muestra los requisitos para el refrendo de la licencia o permiso otorgado por el Ayuntamiento de Xalapa.
- Artículo 42.- Menciona que el titular de las licencias de funcionamiento en turno, deberá informar a la Cámara de Comercio cuando las actividades económicas no impliquen la elaboración, expendio o consumo de bebidas alcohólicas.

El Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa estipula el trabajo en conjunto con otros departamentos que forman parte del Ayuntamiento de Xalapa para el funcionamiento de los giros comerciales tipo C; cada dependencia -según sea su función- está encargada de revisar el cumplimiento de los artículos mencionados, además de contar con lineamientos propios (Artículo 24-29 del Reglamento para el Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa, Veracruz).

²⁰ La hora de “cierre de puertas” para los negocios giro C es a las 2:00 a.m. y debe estar sin ninguna persona adentro del local a las 3:00 a.m.



- Subdirección de Salud. Encargado de verificar que cada establecimiento cumpla con lo estipulado en la reglamentación municipal vigente, entre las más relevantes se encuentran:
 1. Los empleados que preparen bebidas y/o alimentos deben expedir un certificado médico con el fin de conocer su salud a nivel general.
 2. Constancia de fumigación del establecimiento renovada cada 6 meses.
 3. Contar con dispensarios fijos de jabón y papel higiénico en los sanitarios.
- Subdirección de Medio Ambiente. Encargado de verificar que cada establecimiento, debido a su actividad produzca emisión de ruidos y vibraciones, las cuales afecten a la población, cumplan con las medidas y los dispositivos necesarios para reducir las emisiones, de conformidad con las Normas Oficiales Mexicanas (NOM).

Para los establecimientos analizados el límite de ruido al exterior son 65 decibeles en zonas comerciales.
- Dirección General de Desarrollo Urbano. En relación a los establecimientos analizados es el encargado de establecer y acreditar la capacidad máxima de cada lugar, de acuerdo al espacio, el diseño del inmueble, el tipo materiales con los que se realizó la construcción del inmueble y el uso de agua potable.
- Subdirección de Protección Civil. En relación a los establecimientos analizados, está encargado de la seguridad de la población que frecuente estos lugares. Entre sus funciones más relevantes se encuentran:
 1. Autorización de la Dirección General de Desarrollo Urbano, en el que se establezca la capacidad máxima de las personas en el inmueble.
 2. Contar con luces de emergencia.
 3. Contar con extintores de 4.5 kg vigentes, 1 por cada 15 metros.
 4. Constancia de capacitación para el manejo de extintores y primeros auxilios.

De acuerdo a la ley, los lineamientos expuestos deben ser cumplidos pues de lo contrario habrá sanciones para los establecimientos que no los cumplan que van desde multas, suspensión o clausura definitiva. Las modificaciones a los lineamientos sólo pueden autorizarse por el Ayuntamiento de Xalapa y deberán ser públicas a la población en general.



Capítulo III. Diseño metodológico

3.1. Justificación sobre el diseño metodológico

Las investigaciones de corte cuantitativo proveen una perspectiva amplia y sistemática de las cuestiones que enfrenta el objeto de estudio, con la finalidad de conseguir una visión completa de la problemática que se exponga. Ofrecen resultados con un grado de veracidad, proporcionalidad y objetividad científica, otorgando la posibilidad de generar ciertas aseveraciones sociales.

La investigación social cuantitativa está directamente basada en el paradigma explicativo. Este paradigma (...) utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales actuales (Briones, 2002: 18).

La presente investigación fue construida desde la metodología cuantitativa por dos razones fundamentales: 1) al posicionarse como un estudio de opinión es necesario generar datos cuantificables los cuales se puedan exponer por medio de gráficos, y con estos ser capaz de proporcionar algunas generalizaciones sobre la problemática que se aborda; 2) por el tipo de espacio en el que se realizó el estudio y la amplitud en cuanto al número de sujetos con los que se decidió trabajar se vuelve más viable esta perspectiva.

Al ser una investigación que se centra en el análisis de un sector social definido, dentro de un espacio geográfico determinado se denomina como un estudio descriptivo, pues “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Dante en Sampiere, 2006: 102), así como transversal ya que los resultados son válidos dentro un periodo específico de tiempo.



3.2. Herramientas para la recolección de datos (técnica e instrumentos)

La estrategia metodológica se vincula con la selección de la técnica utilizada para la recolección de datos, siendo para este caso la encuesta, la cual puede definirse como “un modo de obtener información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación, que forman parte de una muestra representativa, mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario, con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables” (Corbetta en Briones, 2002: 86).

Se consideró que la encuesta ayudaría a caracterizar el panorama general de la temática dada. Por lo tanto, el instrumento para aplicar la técnica de la encuesta se remite al cuestionario. La aplicación de esta técnica se realizó en dos etapas, ambas con dos muestras probabilísticas y cuestionarios diferentes. La etapa I consistió en un cuestionario simple, que tuvo como finalidad identificar las preferencias de los establecimientos de los jóvenes para depurar la aplicación del cuestionario de la etapa II.

El cuestionario de la etapa II se construyó dentro de la lógica de la teoría de las R.S. para localizar sus 3 dimensiones: actitud, información y campo de representación. Abarcó cuestiones sobre la frecuencia de las salidas nocturnas, sus preferencias, tipo de consumos y gastos económicos que realizan en una salida al E.R.N.; así como opiniones generales sobre estos espacios y propuestas de mejora para los mismos.

3.2.1. El muestreo

El muestreo se define:

Es la parte de la población que efectivamente se mide, con el objeto de obtener información acerca de toda la población. La selección de la muestra se hace por un procedimiento que asegure en alta grado que sea representativa de la población (Galbiati, 2017: 3).



Etapa I

Esta consistió en un muestreo aleatorio simple, donde la selección de la muestra se realizó de acuerdo a la población total de jóvenes que se encuentra dentro del rango de edad 18-29 años y residan en el municipio de Xalapa. Como se mencionó anteriormente, según datos de la Encuesta Intercensal 2015 existen 105,798 habitantes que cuentan con dichas características, siendo esta la población total que constituye el objeto de estudio.

Se conoce que el 75.1% de los jóvenes en el estado de Veracruz van de fiesta o tienen reuniones de amigos, mientras que el 24.9% no lo hacen²¹. Entonces estos porcentajes se utilizaron para la proporción que se necesita en la fórmula de muestreo aleatorio simple; y esta equivale a $p=0.751$ y $q=0.249$, con una confiabilidad al 95%.

La fórmula del muestreo aleatorio simple es la siguiente:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} \quad \text{y} \quad D = \frac{B^2}{z_{\alpha/2}^2}$$

Donde:

$N = 105,798$ Es el total de jóvenes (18-29 años) en el municipio de Xalapa.

$p = 0.751$ Es la proporción de jóvenes que se van de fiesta o tienen reuniones de amigos.

$q = 0.249$ Es la proporción de jóvenes que no se van de fiesta o tienen reuniones de amigos.

$B = 0.079$ Es el error permitido en la estimación de la proporción de encuestados.

$z_{\alpha/2}^2 = 3.8416$ Es un valor de tablas usando la confiabilidad de $\alpha = 0.05$, o sea el 95% de confiabilidad.

Entonces sustituyendo los valores en la fórmula:

$$n = \frac{19783.5592}{171.871188+0.186999} = 114.9817 \cong 115$$

²¹ Dato obtenido de la Encuesta Nacional de Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y Delincuencia. SEGOB, INEGI & ECOPRED, 2014.



Por lo tanto, de los 105,798 jóvenes del municipio de Xalapa, con un error del 7.9% y una confiabilidad del 95%, se requirió encuestar a 115 jóvenes. La muestra requerida para la aplicación del cuestionario de la etapa I se cubrió con éxito a través de la siguiente estrategia:

Se aplicó un breve cuestionario vía internet, a través de los Formularios de Google²² compuesta por 4 preguntas: 1) edad²³, 2) bar favorito, 3) antro/club nocturno favorito, 4) karaoke favorito, llevándose a cabo del 23 de noviembre al 06 de diciembre de 2016. Al reunir la muestra requerida se seleccionaron 3 bares, 3 antros/clubes nocturnos y 1 karaoke, los que obtuvieron mayor frecuencia entre los encuestados. La construcción de la base de datos se realizó en el software Excel versión 2016.

El número de establecimientos por estrato con la que se decidió trabajar se debe en relación a los resultados obtenidos²⁴ de la etapa I, con la finalidad de depurar los lugares donde se levantaron las encuestas que conforma parte de la etapa II de acuerdo a la preferencia de los jóvenes en Xalapa. De los establecimientos seleccionados se localizó el cupo máximo²⁵ la de clientes en el inmueble, de acuerdo a su acreditación expedida por la Dirección General de Desarrollo Urbano del H. Ayuntamiento de Xalapa.

A continuación, se presentan los establecimientos con mayor frecuencia en la tabla 1:

²² Herramienta de la compañía Google para crear formularios personalizados en línea.

²³ Las opciones de respuesta se hicieron por rangos de edad, abarcando de los 18 a los 29 años, si no cumplía el encuestado con este requisito la encuesta se bloqueaba. Se adjunta en anexo la encuesta fase I.

²⁴ El número de lugares seleccionados por cada estrato fue a juicio del investigador, de acuerdo a los resultados obtenidos en la fase I. Para el caso del estrato karaoke, más de la mitad el de los jóvenes encuestados argumentaron no asistir a karaokes, siendo la razón por la que se decidió trabajar con un solo establecimiento. Los gráficos de los resultados de la fase I se presentan en el apartado de anexos.

²⁵ El cupo máximo de los establecimientos fue solicitado a la administración de cada uno, de acuerdo a lo establecido en la Dirección General de Desarrollo Urbano del H. Ayuntamiento de Xalapa.



Tabla 1. Resultados fase 1. Establecimientos con mayor frecuencia

Estrato	Nombre comercial	Cupo máximo por establecimiento universo	Población total por estrato
Bar	1. Doña Lucha	600	960
	2. La Central Xalapa	160	
	3. La Tiendita	200	
Antro / Club nocturno	1. Dutty Dancehall Club	200	1050
	2. Mescalina Social Club	250	
	3. Hunter	600	
Karaoke	1. K-bar	250	250
Población total			2,260

Etapa II

Con los datos obtenidos en la primera etapa se llevó a cabo un muestreo estratificado con asignación proporcional. Al sumarse el cupo máximo de los establecimientos seleccionados según el estrato se obtuvo la población total, y al obtener ese dato poblacional se extrajo la muestra para la aplicación de la encuesta definitiva, la cual se repartió proporcionalmente a las tres categorías.

De acuerdo a los resultados de la fase I se conoce que el 51% de los jóvenes en Xalapa asisten 1 vez a la semana a los espacios de recreación nocturna; mientras en 49% van con menos frecuencia. Por lo tanto, estos porcentajes se utilizaron para la proporción que se necesita en la fórmula de muestreo estratificado; esta equivale a $p=0.51$ y $q=0.49$, con una confiabilidad al 95%

La fórmula del muestreo estratificado de asignación proporcional es la siguiente:

$$n = \frac{(\sum_{i=1}^n N_i p q)}{ND + \frac{1}{N} (\sum_{i=1}^n N_i p q)} \quad \text{y} \quad D = \frac{B^2}{z_{\alpha/2}^2}$$



Donde:

$N = 2,260$ Es la población total de los 3 estratos.

$N_1 = 960$ Es la población total del estrato bar.

$N_2 = 10,50$ Es la población total del estrato antro – club nocturno.

$N_3 = 960$ Es la población total del estrato karaoke.

$p = 0.51$ Es la proporción de jóvenes en Xalapa que asisten 1 vez a la semana a algún espacio de recreación nocturna.

$q = 0.49$ Es la proporción de jóvenes en Xalapa que asisten con menos frecuencia a algún espacio de recreación nocturna.

$B = 0.074$ Es el error permitido en la estimación de la proporción de encuestados.

$z_{\alpha/2}^2 = 3.8416$ Es un valor de tablas usando la confiabilidad de $\alpha = 0.05$, o sea el 95% de confiabilidad.

Sustituyendo los valores en la fórmula:

$$n = \frac{564.774}{3.291542 + 0.00044(564.774)} = 159.4766 \cong 160$$

Entonces, de los 2,260 sujetos que conforman la población total de los 3 estratos, con error del 7.4% y una confiabilidad del 95%, se requieren encuestar a 160 jóvenes dentro de los estratos establecidos.

La fórmula para la distribución de la muestra por cada estrato es la siguiente:

$$n_i = n \frac{N_i}{N}$$

Al sustituir la fórmula para cada uno de los estratos se obtienen los siguientes resultados:

$$n_1 = 160 \frac{960}{2260} = 68 \qquad n_2 = 160 \frac{1050}{2260} = 74 \qquad n_3 = 160 \frac{250}{2260} = 18$$

Se vuelve a utilizar el mismo procedimiento para conocer el número de encuestas necesarias a realizar ahora por establecimiento en proporción a su cupo máximo; sólo se exenta el estrato de karaoke al ser sólo un establecimiento.



Bar (estrato I):

$$n_1 = 68 \frac{600}{960} = 43$$

$$n_1 = 68 \frac{160}{960} = 11$$

$$n_i = 68 \frac{200}{960} = 14$$

Antro/ Club nocturno (estrato II)

$$n_i = 74 \frac{200}{1050} = 14$$

$$n_i = 74 \frac{250}{1050} = 18$$

$$n_i = 74 \frac{600}{1050} = 42$$

A continuación, se presentan los resultados de forma sistemática de la muestra seleccionada por estrato y establecimiento en la Tabla 2:

Tabla 2. *Tamaño de muestra por estrato y establecimiento*

Estrato	Nombre comercial	Tamaño de muestra por estrato	Tamaño de muestra por establecimiento
Estrato 1 Bar	1. Doña Lucha	68	43
	2. La Central Xalapa		11
	4. La Tiendita (A.C.)		14
Estrato 2 Antro / Club nocturno	1. Dutty Dancehall Club	74	14
	2. Mescalina Social Club		18
	3. Hunter		42
Estrato 3 Karaoke	1. K-bar	18	18
	Total	160	160



La muestra requerida en cada uno de los estratos para la aplicación del cuestionario de la etapa II se cubrió con éxito a través de la siguiente estrategia:

El instrumento se implementó al interior de los establecimientos señalados, los cuestionarios se llevaron impresos y se aplicaron cara a cara a cada uno de los informantes seleccionados. El encuestador se dio a la tarea de leer las preguntas y escribir las respuestas, así como de explicar las dudas que surgieran.

El cuestionario de la etapa II se construyó bajo las pautas descritas por la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici (El psicoanálisis, su imagen y su público; 1961) y Jean Claude Abric (Prácticas sociales y representaciones, 1994) sobre la construcción de cuestionarios, esto con la finalidad de localizar las dimensiones de información, opinión y campo de representación de los jóvenes en relación a los espacios de recreación nocturna que frecuentan en la ciudad de Xalapa.

Constó de 24 preguntas divididas en 21 cerradas 3 abiertas, que buscan localizar las preferencias, opiniones, tipos de consumo, prácticas en común, propuestas de mejora, gasto económico que generan, vínculos sociales que crean y en que basan su asistencia a un determinado lugar sobre los mencionados espacios.

Las variables utilizadas son de carácter cualitativo, es decir, “se refieren a características o a cualidades que no tienen medición numérica” (Mandeville, 2003: 134) debido al objetivo y tipo de investigación planteada.

El periodo de aplicación del cuestionario fue del 13 de marzo al 5 de junio de 2017; y la construcción de la base de datos se realizó en el software Excel versión 2016. Para el tratamiento de los datos obtenidos se utilizaron dos softwares distintos, según el tipo de variable analizada.



Los análisis estadísticos empleados se desglosan en los siguientes:

1. Se generaron gráficos y tablas para exponer de forma visible la parte descriptiva de los datos obtenidos de las preguntas cerradas del cuestionario. Dicho análisis se llevó a cabo en el programa estadístico SPSS versión 15.0.
2. Se creó una matriz con los resultados obtenidos del cruce de todas las variables que forman las preguntas cerradas, a través de la prueba Chi-Cuadrada; con la finalidad de conocer cuales variables tienen relación entre sí. Para ello se utilizó el programa estadístico SPSS versión 15.0.
3. A través de la recategorización y depuración de las respuestas obtenidas de dos preguntas abiertas, se realizó un análisis estadístico para datos textuales (AEDT)²⁶; el cual consistió en la sistematización del vocabulario empleado por los encuestados para convertirlo en una variable de tipo textual. Este análisis se realizó con el software estadístico SPAD-T, programa especializado en el tratamiento de este tipo de datos, el cual se rige bajo los fundamentos metodológicos expuestos por Lebart, Piron y Morineau (2000).

²⁶ El análisis textual permite definir e identificar las formas léxicas (palabras, números o cadena) que integran un conjunto de textos expuesto por los individuos-en este caso los obtenidos por las preguntas abiertas-. El análisis consiste en indagar a través de la ocurrencia de formas gráficas; la intención que tiene el (los) autor (es) es comunicar el discurso implícito; inicia con el recuento de palabras que se utilizaron en las repuestas libres, permitiendo realizar un estudio de texto desde la perspectiva multivariante. Este análisis fue propuesto por el Dr. Lebart, creador del software SPAD-T y André Salem, experto en lexicometría (Mendoza, Hernández y Fernández, 2015: 56-57).



Tabla 3. Organización del cuestionario en dimensiones, variables e indicadores

Referente teórico	Dimensiones	Variables	Indicadores
Representación social	Información	Espacio recreacional nocturno que mayor frecuenta	Bar Antro/club nocturno Karaoke
	Información	Los dos días de la semana que mayor frecuenta los espacios recreacionales nocturnos	Lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado, domingo
	Información	Frecuencia de visita de los espacios recreacionales nocturnos	Muy frecuentemente (1 vez a la semana), frecuentemente (1 vez cada dos semanas), de vez en cuando (1 vez cada 3 semanas), pocas veces (una vez al mes)
	Información	Número de espacios recreacionales nocturnos que visita en una noche	1, 2, 3, 4, 5 o más
	Información	Personas que tienen conocimiento de sus salidas recreacionales nocturnas	Padres, tutor, familiar, pareja, compañero de pensión, ninguno
	Información	Tipo de alcohol que consume en los espacios de recreación nocturna	Cerveza, whiskey, vodka, ron, tequila, preparados artesanales, otro
	Información	Número de copas que consume en una noche	2-4, 5-7, 8-10, 11- más
	Información	Personas con las que frecuenta los espacios de recreación nocturna	Solo, pareja, amigos, compañeros de escuela o trabajo,



			familiares, personas que conoces esa noche
Información	Hora de llegada a los espacios de recreación nocturna		Antes de las 7:00 pm, 7:00 pm, 8:00pm, 9:00 pm, 10:00 pm, 11:00 pm, 12:00 am
Información	Hora de salida a los espacios de recreación nocturna		10:00 pm, 11:00 pm, 12:00 am, 1:00 am, 2:00 am, 3:00 am, 4:00 o más
Información	Promedio de gasto en una noche en los espacios de recreación nocturna		\$100.00-\$200.00 \$201.00-\$300.00 \$301.00-\$400.00 \$401.00-\$500.00 \$501.00-\$600.00 \$601.00-\$700.00 \$701.00-\$800.00 \$801.00-\$900.00 \$901.00-\$1000.00 \$1001.00 o más
Actitud	Razón por la que asiste a los espacios recreacionales nocturnos		Bailar, beber, festejar, convivir, conocer gente, desestresarse, salir rutina, ligue, sexo, otro
Actitud	Aspecto al que presta mayor atención para ingresar a un espacio de recreación nocturna		El tipo de personas que asiste, concepto lugar, oferta cultural, variedad y sabor en la carta, músicos o dj's, precio, código de vestimenta, atención personalizada, ubicación, seguridad



	Actitud	Género musical que prefieren escuchar	Rock, electrónica, reggae, salsa, reggaetón, pop, banda, jazz, hip-hop, son jarocho, otro
	Actitud	Tipo de alcohol que prefiere consumir en los espacios de recreación nocturna	Cerveza, whiskey, vodka, ron, tequila, preparados artesanales, otro
	Actitud	Sensación que le causa al asistir a un espacio de recreación nocturna	Libertad, felicidad, descontrol, indiferencia, ansiedad, otro
	Campo de representación	Significado que le da al término espacio recreacional nocturno	Abierta
	Campo de representación	Experiencia impactante que haya vivido en algún espacio de recreación nocturna	Abierta
	Campo de representación	Propuesta para mejorar el espacio recreacional nocturno en Xalapa	Abierta



3.4. Aspectos relevantes del trabajo de campo

El primer contacto

Al obtener los establecimientos para la aplicación del instrumento de la etapa I se llevó a cabo un primer acercamiento con la administración de cada uno de ellos para solicitar el dato sobre la capacidad máxima de clientes en el inmueble, de acuerdo a su acreditación expedida por la Dirección General de Desarrollo Urbano del H. Ayuntamiento de Xalapa.

Los acercamientos se hicieron vía redes sociales a través de un mensaje personal a la cuenta oficial de cada negocio, donde se explicó a grandes rasgos la finalidad de la investigación; además de que se buscó un intermediario para que los encargados legales tuvieran confianza en otorgar la información.

Al obtener el dato señalado se realizó el muestreo estratificado con asignación proporcional descrito anteriormente, obteniendo de esa manera el número de cuestionarios aplicados por cada estrato y establecimiento.

Autorización

Se contactó por segunda ocasión a la administración de los establecimientos para pedir su autorización de aplicar el cuestionario de la etapa II dentro de sus instalaciones. Se mostró un oficio expedido por el Coordinador de la Especialidad, el Dr. Claudio Castro y una copia del cuestionario.

Experiencias personales significativas del trabajo de campo

Positivas

El trato por parte de la administración de los negocios seleccionados, así como de los jóvenes encuestados fue respetuosa y abierta. Hubo apoyo desde la gerencia de cada lugar durante la aplicación del instrumento; se otorgaron bebidas de cortesía a los jóvenes que participaron como informantes, apoyo de su personal laboral para alumbrar cuando se levantaba un



cuestionario y se contaba con poca iluminación y; en algunos casos, se otorgó un espacio para la coordinación del equipo de encuestadores.

Negativas

El primer acercamiento fue de incertidumbre, ya que la gerencia de los establecimientos fue muy meticulosa para otorgar la información requerida y dar la autorización sobre la aplicación del instrumento. Hubo una gran dificultad al realizar los cuestionarios del estrato 2 perteneciente a “antro-club nocturno”, ya que son negocios más oscuros y la música tiene un mayor volumen, además de que su público tiende a llegar de madrugada. Por último, la aplicación del instrumento tuvo un retraso debido a que el Ayuntamiento de Xalapa en coordinación con la Subdirección de Comercio generó clausuras y multas a 3 de 7 negocios seleccionados.

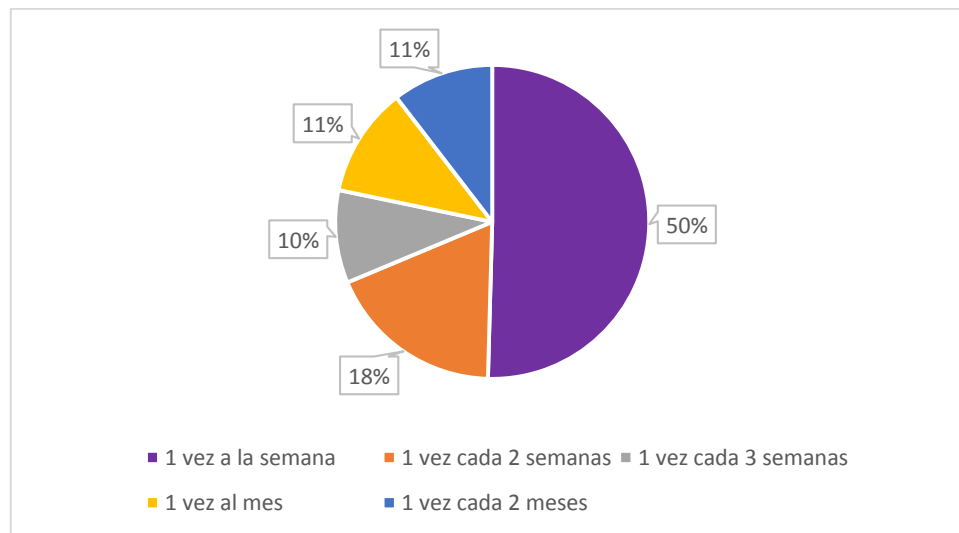
Capítulo IV. Resultados del análisis de datos

La decisión de realizar el trabajo de campo al interior de los establecimientos mencionados fue con la intención de localizar a jóvenes que frecuentaran este tipo de negocios. La etapa I - descrita anteriormente- fue utilizada para depurar el número de establecimientos en los cuales se aplicaría el instrumento de la etapa II; y de esa manera, enfocarse exclusivamente en los negocios representativos para la juventud xalapeña.

A pesar de que la etapa I fue utilizada como un proceso de filtro y de contar con un cuestionario breve, se obtuvieron a partir de sus datos dos resultados relevantes: 1) los establecimientos incorporados al espacio recreacional nocturno (E.R.N.) significativos para los jóvenes en Xalapa y; 2) la frecuencia en relación a un mes con lo que asisten al E.R.N.

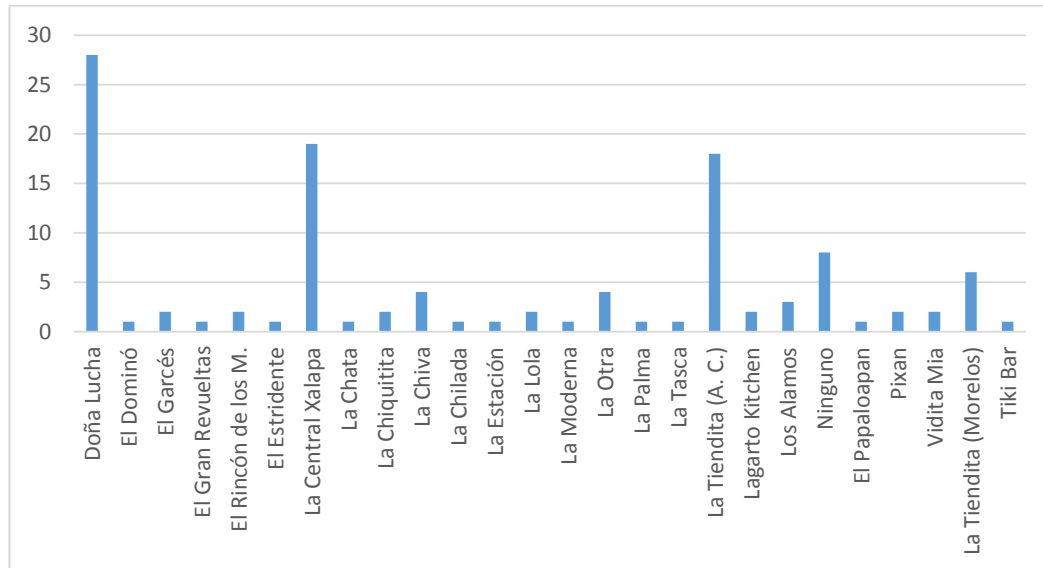
4.1. Resultados de la Etapa I

Gráfico 1. *Frecuencia de asistencia de los jóvenes a los E.R.N.*



En relación a la frecuencia con la que acuden los jóvenes a los espacios de recreación nocturna en Xalapa, se observa en la gráfica expuesta que el 50% afirma asistir como mínimo 1 vez por semana, seguido por el 18% que expone asistir 1 vez cada 2 semanas, es decir que el 68% de los encuestados frecuenta regularmente este tipo de espacios; el 10% afirma ir 1 vez cada 3 semanas, el 11% 1 vez al mes y el restante 1 cada dos meses.

Gráfico 2. Bares favoritos de los jóvenes en Xalapa



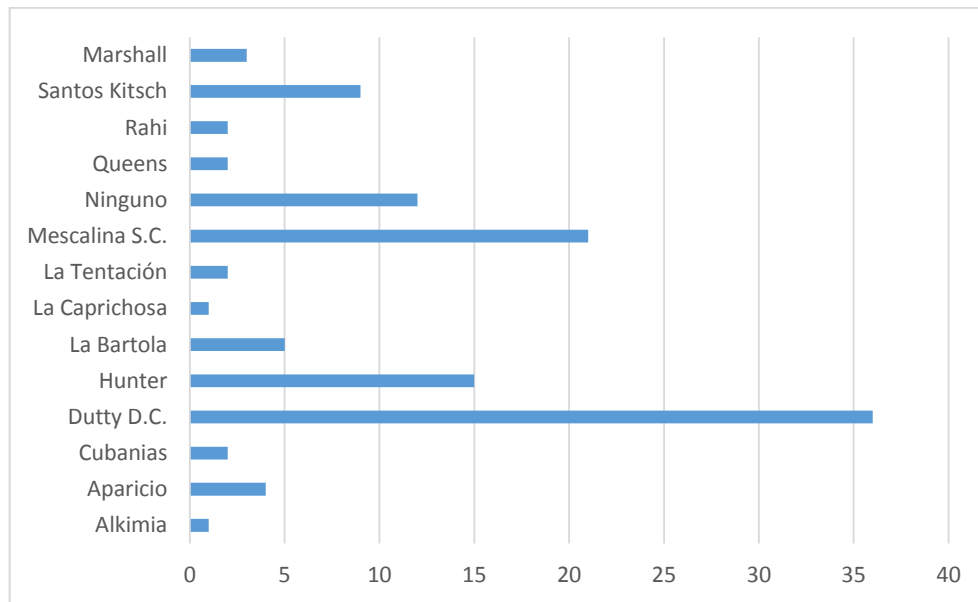
Acerca de su bar favorito, se dio una gran variabilidad en las respuestas. Sin embargo, es notable el gusto por 3 lugares en específico: el primer lugar lo obtiene “Doña Lucha”, seguido por “La Central Xalapa” y “La Tiendita” (sucursal Ávila Camacho).

A continuación, se presentan imágenes del interior de los establecimientos con la mayor frecuencia (fotografías extraídas de las redes sociales oficiales de cada negocio²⁷):



²⁷ Fotografía Doña Lucha, extraída de: <https://www.facebook.com/DonaLuchaBar/photos/a.14637658547174/1241096915999702/?type=3&theater>

Gráfica 3. Antro/Club Nocturno favorito de los jóvenes



Del estrato 2 referente al antro/club nocturno (representado en la gráfica 3), el número de establecimiento mencionados disminuye, siendo los principales “Dutty Dancehall Club”, “Mescalina Social Club” y “Hunter”. Un resultado relevante es que la variable *ninguno* aparece entre las más mencionadas. Todos los negocios expuestos en la gráfica 3 pertenecen a la zona centro de Xalapa.

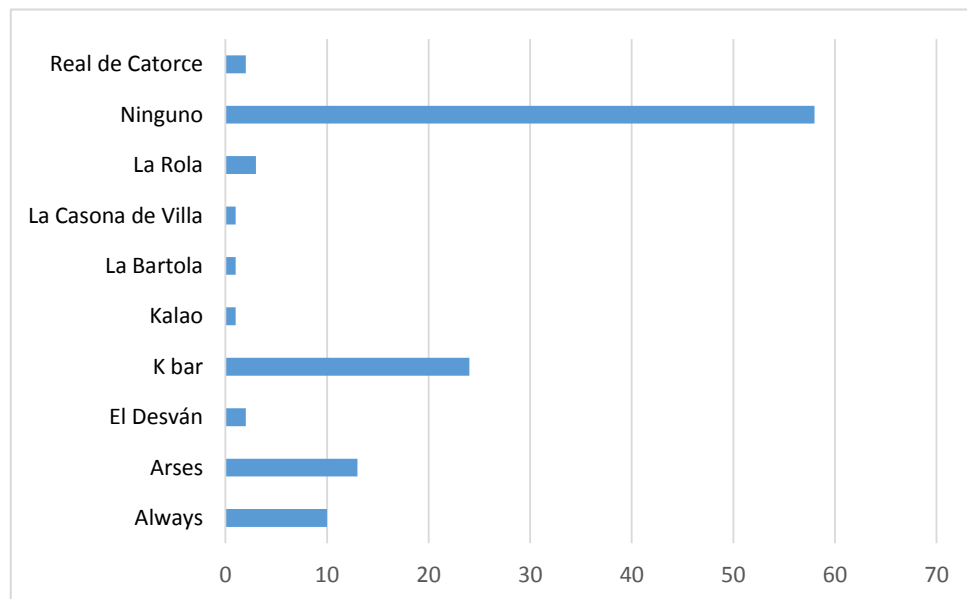
A continuación, se presentan imágenes del interior de los establecimientos con la mayor frecuencia (fotografías extraídas de las redes sociales oficiales de cada negocio²⁸):

consultada el 15 de julio de 2017; fotografía *La Central Xalapa*, extraída de: <https://www.facebook.com/LaCentral.Xalapa/photos/a.703228916370794.1073741836.647967718563581/1805067616186913/?type=3&theater> consultada el 15 de julio de 2017; fotografía *La Tiendita*, extraída de: <https://www.facebook.com/latienditabotanero/photos/a.131560517031331.1073741825.106582536195796/16781731842537/?type=3&theater> consultada el 15 de julio de 2017.

²⁸ Fotografía *Dutty Dancehall Club*, extraída de: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1851846545084037&set=picfp.100007761276330.1851846538417371&type=3&theater> consultada el 16 de julio de 2017; fotografía *Mescalina Social Club*, extraída de: <https://www.facebook.com/mescalinasocialclubmexico/photos/a.1285783248186712.1073742026.128945803870468/1285801378184899/?type=3&theater> consultada el 16 de julio de 2017; fotografía *Hunter*, extraída de: <https://www.facebook.com/HunterXalapa/photos/a.1067841203305596.1073741833.980426715380379/1500494853373560/?type=3&theater> consultada el 16 de julio de 2017.



Gráfico 4. Karaoke preferido por los jóvenes



Para el estrato 3 referente a karaoke (representado en la gráfica 4) la opción de *ninguno* cuenta con la mayor frecuencia, seguido del establecimiento “K-Bar”, siendo la razón por la cual para este estrato se decidió trabajar sólo con dicho negocio. También los jóvenes hacen referencia a “El Desván” que se ubica en la zona noroeste de la ciudad (Plano de localidad Urbana Xalapa, 2015) y “La Casona de Villa”, ubicado en la zona noreste de la ciudad (Plano de localidad Urbana Xalapa, 2015). Ambos establecimientos fuera de la delimitación geográfica del estudio.



Se presenta fotografía del único karaoke con mayor frecuencia (fotografía extraída de sus redes sociales oficiales²⁹):



K-Bar

A partir de estos resultados, se presenta el “Plano de Urbanidad Xalapa 2015” de la sección zona centro, bloque I otorgado por INEGI, en donde se marcan los 6 negocios seleccionados para este estudio y por ende los más frecuentados por los jóvenes (de acuerdo a los resultados expuestos); así como la circunferencia geográfica en donde se ubican. Esto con la finalidad de visualizar ruta recreativa nocturna analizada.

Estrato 1 Bares (representado en color azul) ●

1. Doña Lucha: José Joaquín Herrera, número 17.
2. La Central Xalapa: Jesús García, número 1-Altos.
3. La Tiendita (sucursal Ávila Camacho): Av. Ávila Camacho, número 75

Estrato 2 Antro/club nocturno /representado en color rosa) ●

1. Dutty Dancehall Club: Guadalupe Victoria, número 157 segundo piso
2. Mescalina Social Club: Guadalupe Victoria, número 157-1
3. Hunter: Callejón González Aparicio; sin número

Estrato 3 Karaoke (representado en color verde) ●

1. K bar: Av. Ávila Camacho, número 54

²⁹Fotografía K-bar, extraída de:
<https://www.facebook.com/kbar.xalapa.5/photos/a.1077643649000451.1073741855.813952315369587/1398924703539009/?type=3&theater> consultada el 17 de julio de 2017.

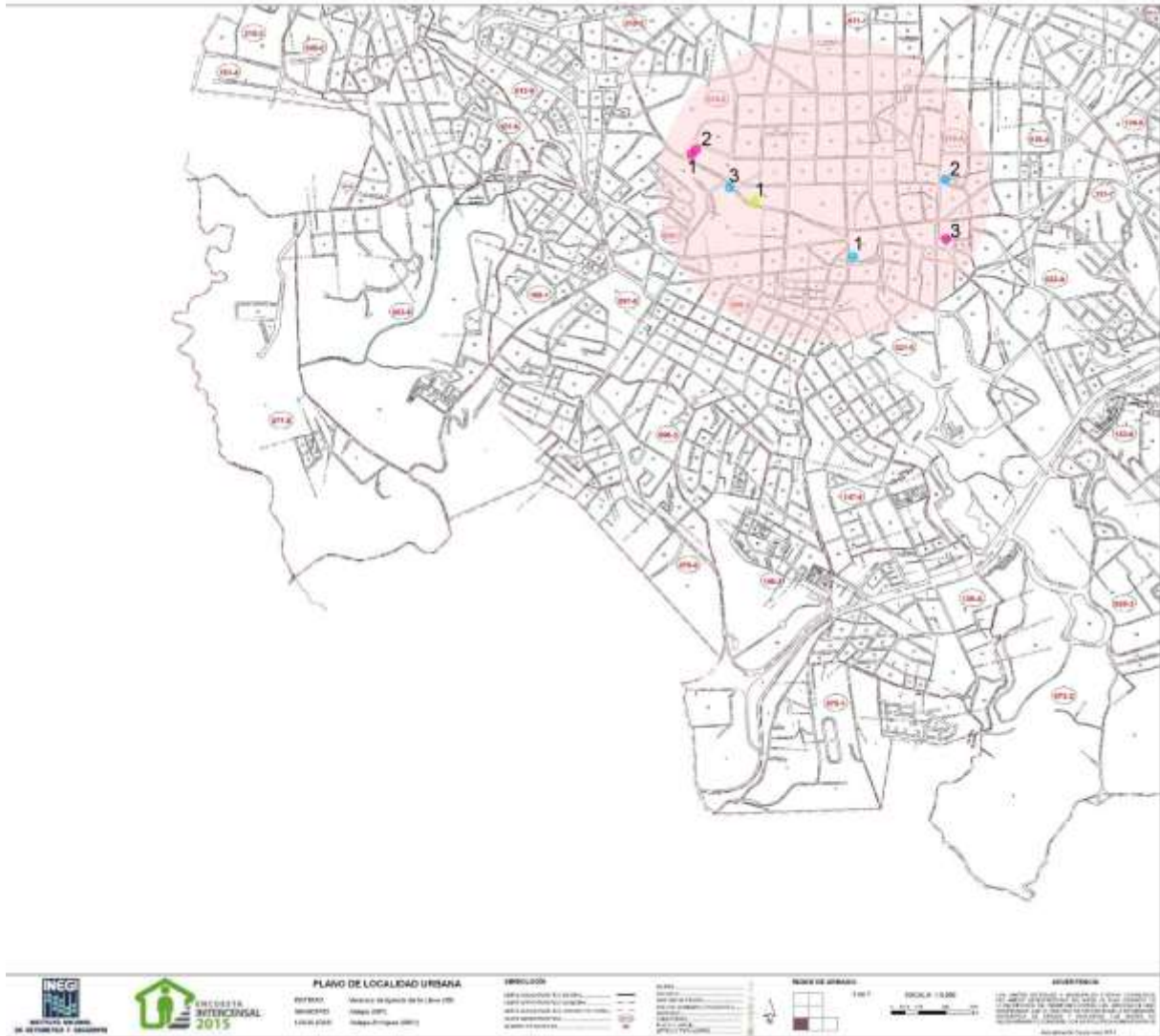


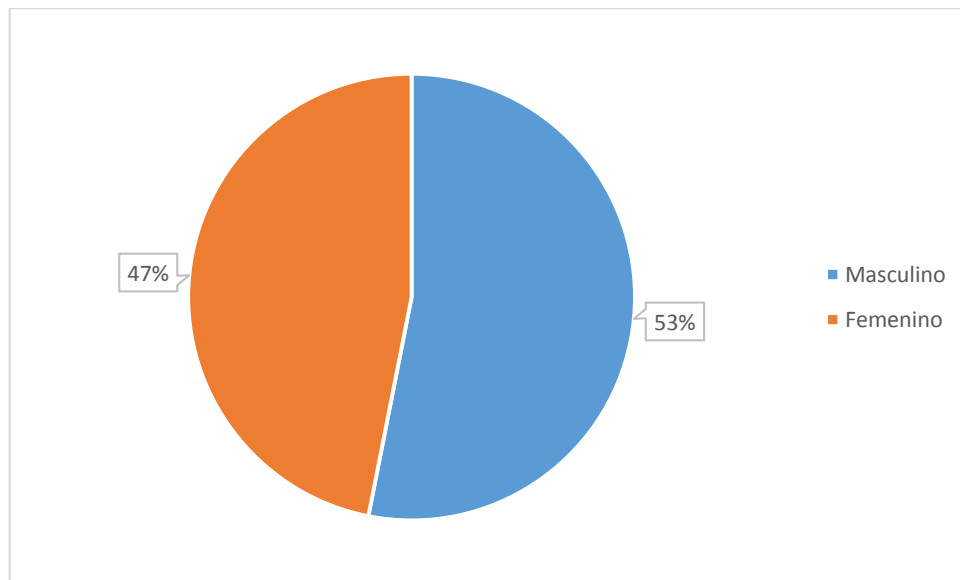
Figura 2. Plano de la zona centro (bloque 1), municipio de Xalapa, Veracruz. Extraído del Plano de Urbanidad Xalapa, 2015, INEGI. Se editó para señalar el espacio de análisis para este estudio.

4.2. Resultados de la Etapa 2

4.2.1. Análisis sociodemográfico

Se presenta el perfil sociodemográfico de jóvenes encuestados, con la finalidad de describir algunos rasgos sociodemográficos de dichos individuos y comprender grosso modo sus condiciones de vida.

Gráfico 5. Género



Como se muestra en la gráfica 5, del total de jóvenes encuestados, el 53% pertenecen al género masculino y el 47% femenino; aunque es por una diferencia mínima, el porcentaje es mayor en hombres. Durante el trabajo de campo se trató de obtener en la medida de las posibilidades una equidad en ambos géneros en los jóvenes encuestados.



Tabla 4. Edad

Grupos de edad	%
18-20	20.6
21-23	28.1
24-26	34.4
27-29	16.9

Se dividió la categoría de joven en los 4 rangos de edad que se visualizan. El rango de edad con mayor frecuencia fue el de 24 a 26 años; mientras que el rango de edad menos encontrado fue el de 27 a 29 años, siendo este último grupo jóvenes que van en transición a la adultez.

Tabla 5. Último grado de estudios finalizado

Nivel educativo	%
Primaria	0.6
Secundaria	1.3
Preparatoria	55
Carrera Técnica	3.8
Universidad	34.4
Posgrado	5

El nivel de educación media superior (finalizado) es el grado de estudios que ocupa el primer lugar entre los jóvenes encuestados, seguido del nivel superior y posgrado; siendo mínima la proporción de jóvenes que cuentan solo con el nivel educativo básico.



Tabla 6. Ocupación principal

Ocupación	%
Estudiante	53.1
Trabajador Profesionista	28.1
Comerciante	1.9
Empresario	3.8
Subordinado y remunerado ³⁰	8.8
Desempleado	4.4

Acerca de su ocupación principal, la más mencionada por los encuestados fue la de estudiante, cubriendo un poco más de la mitad de la muestra con el 53.1%; situación poco sorprendente, ya que Xalapa es el municipio que contiene los principales servicios universitarios de la región veracruzana; mientras que en segundo lugar aparece el de trabajador profesionista con 28.1%.

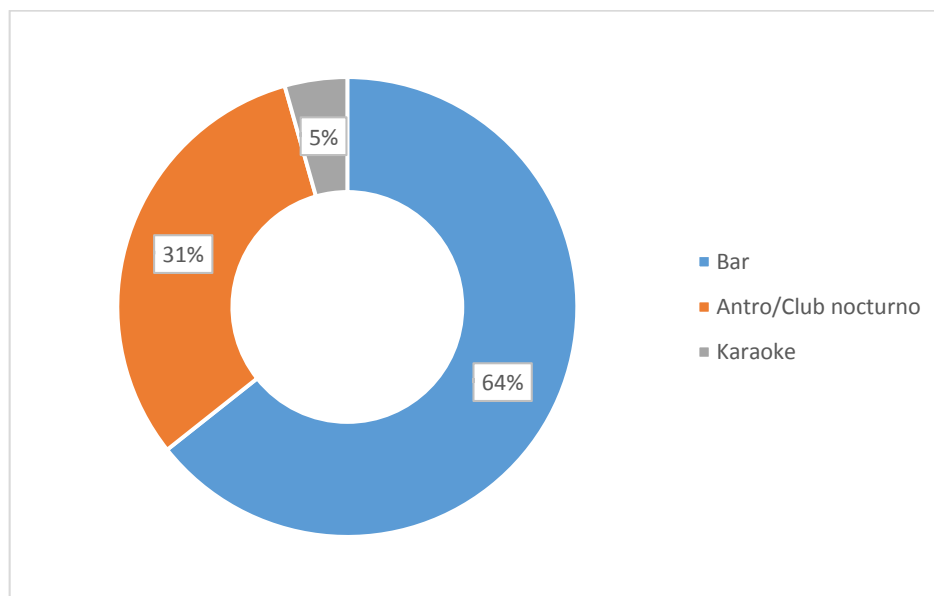
Al comparar las tablas 4 y 5, se deduce que el espacio recreacional nocturno de la zona centro de Xalapa es apropiado principalmente por jóvenes que se encuentran cursando sus estudios universitarios, es decir, que cuentan con un estatus social y económico superior reflejado a través de su nivel educativo.

³⁰ La categoría hace referencia a las “personas que tienen un empleo, entendido éste como un caso particular de condición de ocupación en la cual la actividad se desempeña respondiendo ante una instancia superior y percibiendo un pago por los servicios laborales prestados. El término comprende al empleo asalariado, pero abarca otras modalidades bajo las cuales al empleo o trabajo subordinado se le remunera con otras formas de pago (en especie); (...) sólo cuentan con su fuerza de trabajo (...) no son dueños del bien o servicio que elaboran o venden ni deciden cómo o dónde promover sus productos o servicios, por lo tanto el trabajador subordinado no enfrenta ningún tipo de riesgo económico (Glosario de términos estadísticos, Secretaría del Trabajo y Previsión Social; extraído de: <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/Glosario/glosario.htm> consultado el 6 de octubre de 2017.

4.2.2. Análisis del tiempo invertido en los E.R.N.

Con la finalidad de indagar acerca de la relevancia que le otorgan los jóvenes, así como la relación de cotidianidad que les refiere para ellos, el realizar salidas de ocio nocturno en Xalapa. Se exponen los siguientes resultados referentes a los grados de frecuencia de sus visitas a establecimientos denominados como bar, antro o karaoke.

Gráfico 6. Estrato más frecuentado



Al cuestionar a los jóvenes sobre su preferencia entre bar, antro/club nocturno y karaoke, más de la mitad de ellos expusieron que tienen una mayor inclinación hacia el bar (64%), seguido del antro/club nocturno (31%), y con el menor porcentaje el karaoke (5%). Si comparamos estos resultados con los de la gráfica 4 se puede constatar que los jóvenes en Xalapa no asisten a los karaokes; es decir, no son representativos para ellos.



Tabla 7. Frecuencia de visita al mes de los E.R.N. por género

Frecuencia visita al mes	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Muy frecuentemente (1 vez a la semana)	8.1%	6.3%	14.4%
Frecuentemente (1 vez cada dos semanas)	24.4%	14.4%	38.8%
De vez en cuando (1 vez cada 3 semanas)	15.5%	17.5%	33.1%
Pocas veces (1 vez al mes)	5%	8.8%	13.1%
Total	53.1%	46.9%	100%

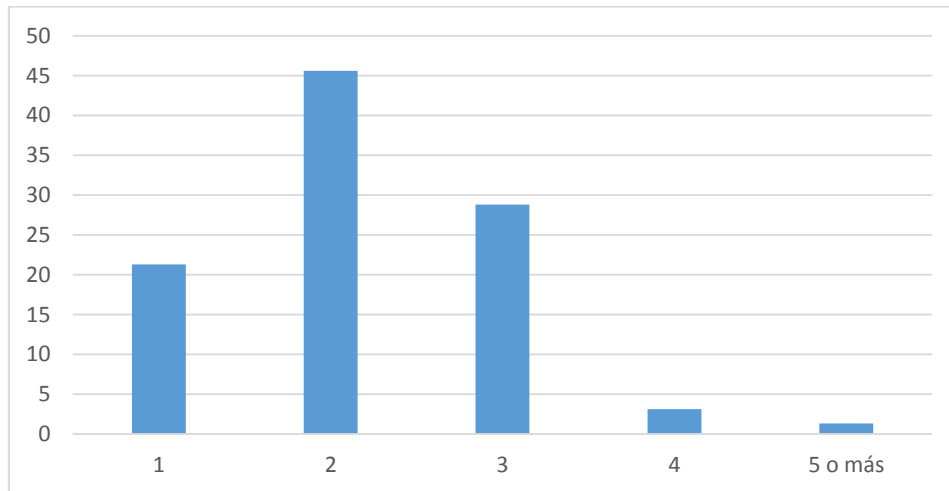
Acercas de la frecuencia de sus visitas a establecimientos incorporados al espacio recreacional nocturno en relación a un mes, las diferencias según el género aunque no son extremadamente distanciadas cuenta con diferencias notable. La frecuencia más alta se da en el género masculino con el 24.4 % en la categoría frecuentemente; mientras que para el femenino corresponde a vez en cuando con el 17.5%, visualizando que los hombres tienden más a realizar más este tipo de salida que las mujeres.

Puede interpretarse como la aún permanencia de la representación social de que el hombre se posiciona o predomina en el espacio público, mientras que las mujeres pertenecen al ámbito privado. “Los hombres siguen dominando el espacio público y el campo del poder (especialmente económico, sobre la producción) mientras que las mujeres permanecen entregadas (de manera predominante) al espacio privado (doméstico, espacio de la reproducción)” (Bourdieu; 2000: 117).

Otra interpretación que puede explicar este fenómeno es el relacionado al contexto de inseguridad que se vive a nivel local, donde la mujer está propensa a sufrir algún otro tipo de violencia, siendo un escenario que viven las mujeres en su cotidianidad. Como se menciona anteriormente, en 2016 se activó en Xalapa la alerta de violencia de género.

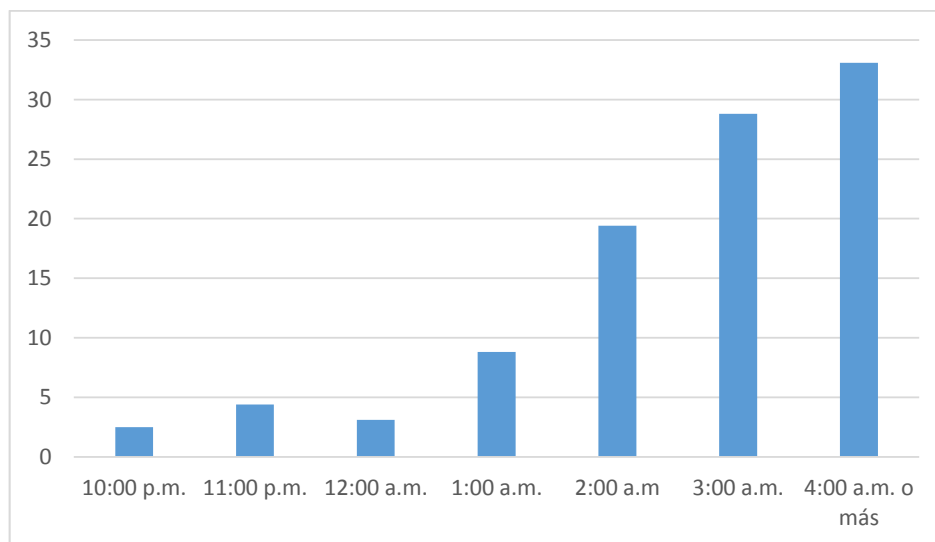


Gráfico 7. Número de E.R.N. visitados por salida



A nivel general, al cuestionarlos sobre el número de establecimiento que llegan a visitar en una salida, esta ronda entre 2 y 3 lugares; para una menor fracción su visita se reduce a 1. Un porcentaje mínimo pero significativo señala frecuentar 4 o más. Es decir, los jóvenes no se “estacionan” en un lugar, sino que generan rutas de visita.

Gráfico 8. Hora de salida de los jóvenes de los E.R.N.





La principal hora de salida de los espacios de recreación nocturna se ubica entre las 2:00 a.m. a las 4:00 a.m. incluso llegan a rebasar ese horario. Los datos expuestos coinciden con el argumento reflexivo del sociólogo Margulis: “la actividad juvenil alcanza en las calles de la ciudad su mayor visibilidad en horas avanzadas” (Margulis, 2005: 8). La temporalidad nocturna les significa la posibilidad de convivencia y sociabilización con iguales, lejos de condicionamientos sociales tradicionales. No obstante, esto no significa que la regulación o vigilancia adulta no exista, sino que es menos evidente.

Un aspecto interesante sobre los resultados presentados en la gráfica 8 es que los jóvenes afirman que su salida se da de madrugada, a pesar de que el Reglamento de Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa vigente expone que el cierre de este tipo de negocios debe ser como máximo a las 2:00 a.m.

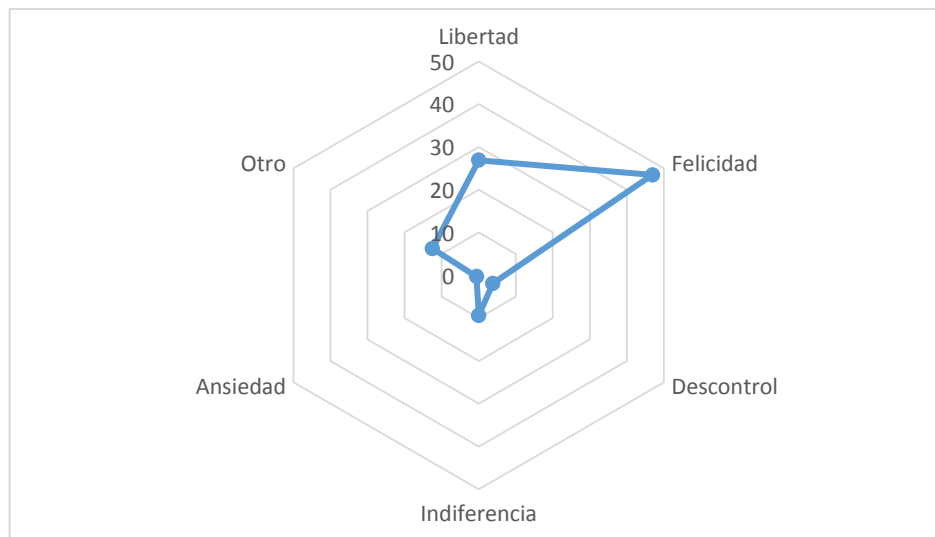


4.2.3. Dimensión de Actitud

En la teoría de las R.S., como se expresa a profundidad en el capítulo I, la actitud se refiere a la postura de aceptación o rechazo acerca de una representación. Involucra reacciones emocionales y afectivas ante determinada situación, sujeto u hecho.

Al indagar acerca de las sensaciones que les produce a los jóvenes el encontrarse en un espacio de recreación nocturna se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 9. *Principal sensación que les causa a los jóvenes asistir a los E.R.N.*

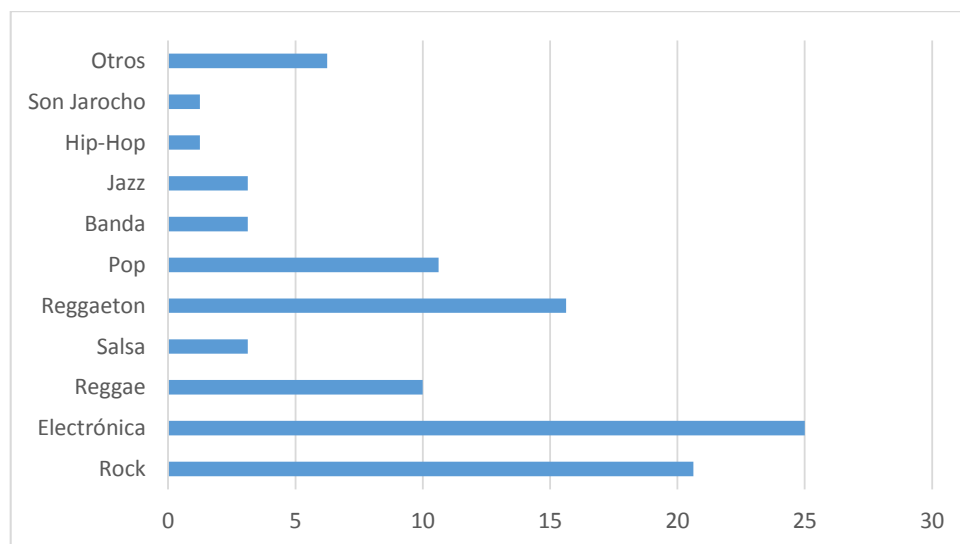


Los jóvenes en Xalapa asocian principalmente los espacios de recreación nocturna con la sensación de felicidad, es decir, son espacios que les provocan un estado de ánimo de gozo y satisfacción; y en segundo lugar ubicamos la sensación de libertad. Poco lo relacionan con el descontrol o la ansiedad. El apartado de *otros* engloba sensaciones como desestrés, euforia, diversión, relajación y desahogo.

Se introdujo al cuestionario las preguntas: ¿qué tipo de música prefieres escuchar en los bares, antros/club nocturnos o karaokes? y ¿qué tipo de alcohol prefieres consumir en un bar, antro/club nocturno o karaokes? debido a que son dos elementos imprescindibles y característicos de los espacios recreacionales nocturnos, los cuales configuran el tipo de vivencia o experiencia que se va a generar en el lugar.

Al tratar acerca de las preferencias y gustos, involucran aspectos subjetivos y emotivos, razón por la que se incorporan a la dimensión de actitud. Los resultados se muestran a continuación:

Gráfico 10. Género musical que prefieren escuchar en los E.R.N.

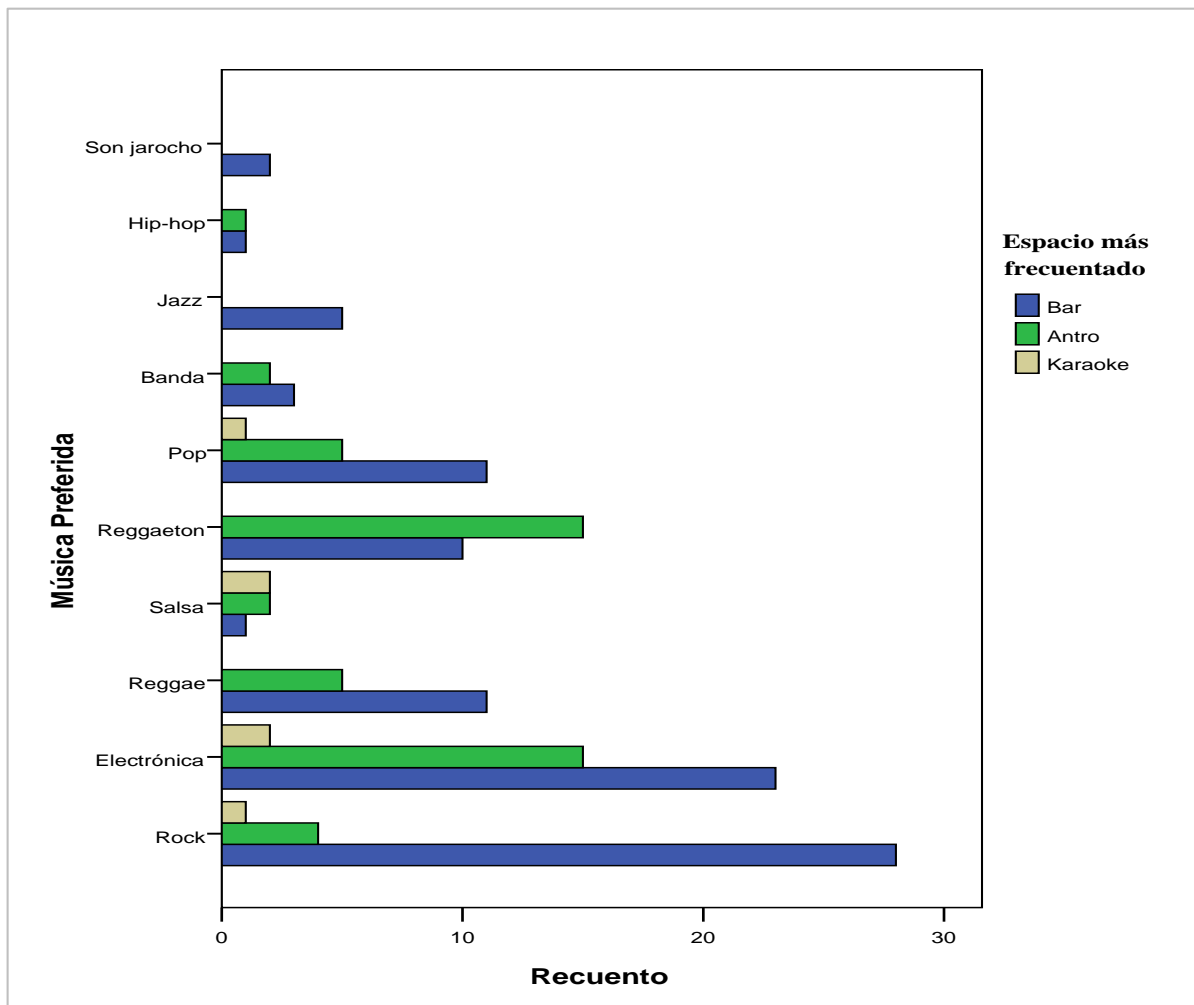


Sobre el género musical que los jóvenes prefieren escuchar para ambientar este tipo de establecimientos, sus respuestas fueron variadas, siendo las que encabezan las preferencias 5 estilos específicos: 1) electrónica, 2) rock, 3) reggaeton, 4) pop y, 5) reggae. Esto expone las tendencias en los jóvenes residentes en Xalapa en cuanto a sus referencias culturales actuales.

La variable que corresponde a otros, que ocupa el 6.25% incluye algunos subgéneros como el dub, derivado del reggae (Reggaeology Corner, 2012); el deep house, proveniente de la electrónica (Beat Burger, 2016); y géneros particulares como el ambiental y la cumbia.

Con el fin de conocer si existe relación entre la variable “estrato más frecuentado” y “música preferida para escuchar en los E.R.N.”, se efectuó la prueba de chi cuadrada para determinar su significancia, dando como resultado una alta relación entre ambas.

Gráfico 11. *Relación entre estrato más frecuentado y música preferida*



Valor $p= 0.002$

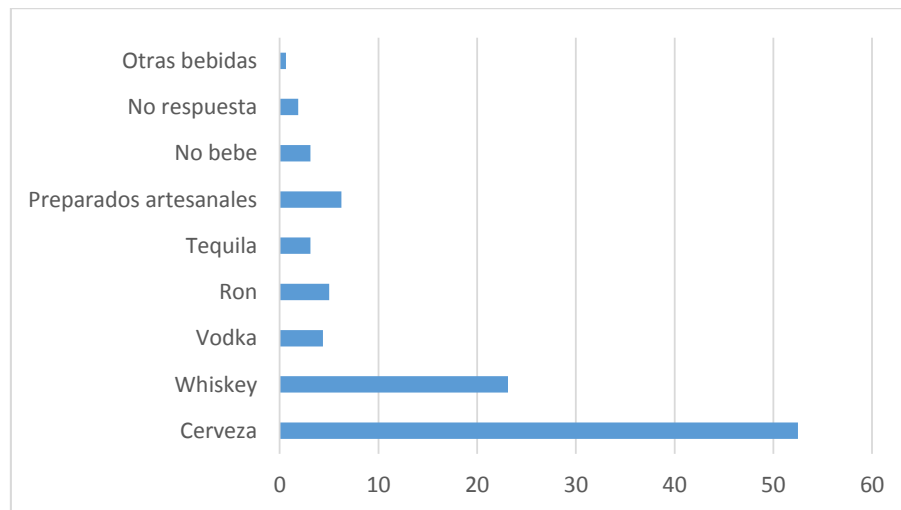
Los jóvenes que acuden a los bares son más flexibles sobre sus preferencias acerca del tipo de música que les gusta escuchar en los E.R.N. abarcan géneros como el rock, electrónica, pop y reggae; también son los únicos que mencionan estilos como jazz y son jarocho. En cambio, los que visitan antros o clubes nocturnos prefieren el reggaetón, electrónica, pop y reggae y los pocos que van a karaokes exponen que les gusta escuchar salsa, electrónica y pop.



Para el caso de los bares, al ser lugares que utilizan la música como recurso ambiental puede entenderse la segmentación tan amplia en los gustos; mientras que los jóvenes que frecuentan los antros/club nocturnos al ser espacios enfocados al baile, los géneros musicales mencionados sean dirigidos hacia a cumplir dicha función. Siendo el género musical representativo para los jóvenes, al ser mencionados en los 3 estratos es la electrónica, seguido de la música pop.

Se debe mencionar que la variable gusto musical preferido se cruzó con las variables gasto generado, nivel de estudios y ocupación a través de la prueba Chi Cuadrada. No se encontró relación significativa en ninguna (matriz de resultados adjunto al final del capítulo de resultados), lo que supone que los jóvenes estudiados son más abiertos a consumir diferentes estilos musicales en estos espacios y que no tienen sus gustos tan delimitados.

Gráfico 12. *Alcohol de mayor consumo*



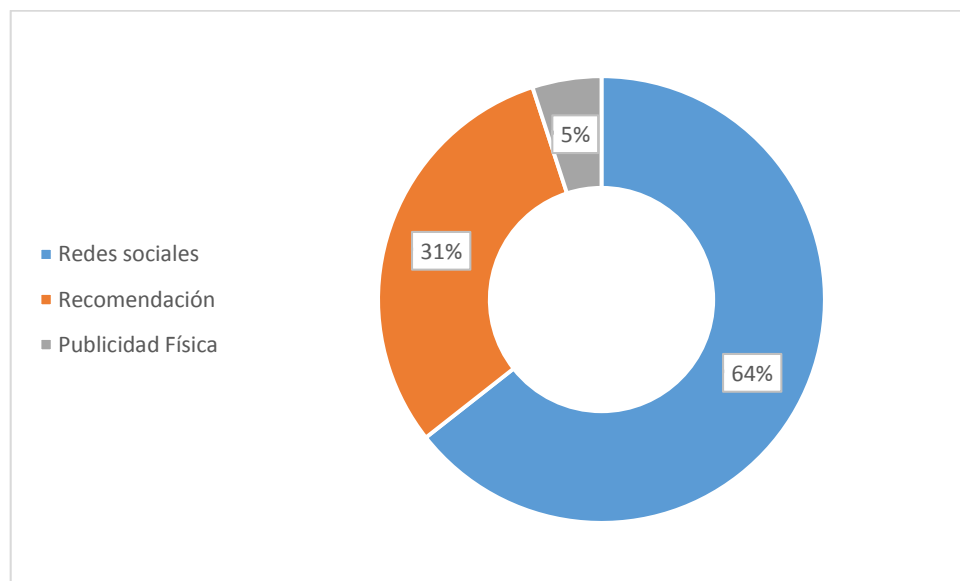
La gráfica 12 expone el tipo de alcohol que prefieren consumir los jóvenes dentro de los espacios de recreación nocturna. De acuerdo a los resultados obtenidos, la cerveza es la de mayor preferencia entre los encuestados, seguido del whiskey y preparados artesanales (bebidas regionales mexicanas como mezcal, torito, mora, entre otros). Aunque la frecuencia no es predominante, es importante señalar que algunos jóvenes exponen acudir a estos lugares sin la necesidad de beber alcohol. Por último, tenemos un mínimo porcentaje de no respuesta

4.2.4. Dimensión Información

La construcción de toda representación social tiene como base la información con la que cuentan los individuos acerca de la misma; “es importante estar informados y comprender lo que pasa a nuestro alrededor en la vida diaria, sobre todo cuando nos situamos en un escenario de cambio y transformación constante” (Dorantes, 2010: 4). Al contar con dicha información es como se crea un criterio propio y diferentes puntos de vista.

En el caso de los jóvenes, se les cuestionó acerca del medio por el cual consideran la mejor opción para conocer información referente a los establecimientos dedicados al ocio juvenil nocturno, se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 13. Medio más viable para dar a conocer los negocios pertenecientes al E.R.N.



El 64% de los jóvenes afirmó que las redes sociales es el medio más viable para que los negocios dedicados al esparcimiento nocturno se den a conocer. Esta preferencia de los jóvenes hacia el uso de las redes sociales forma parte de los cambios que se manifiestan las juventudes actuales en México.

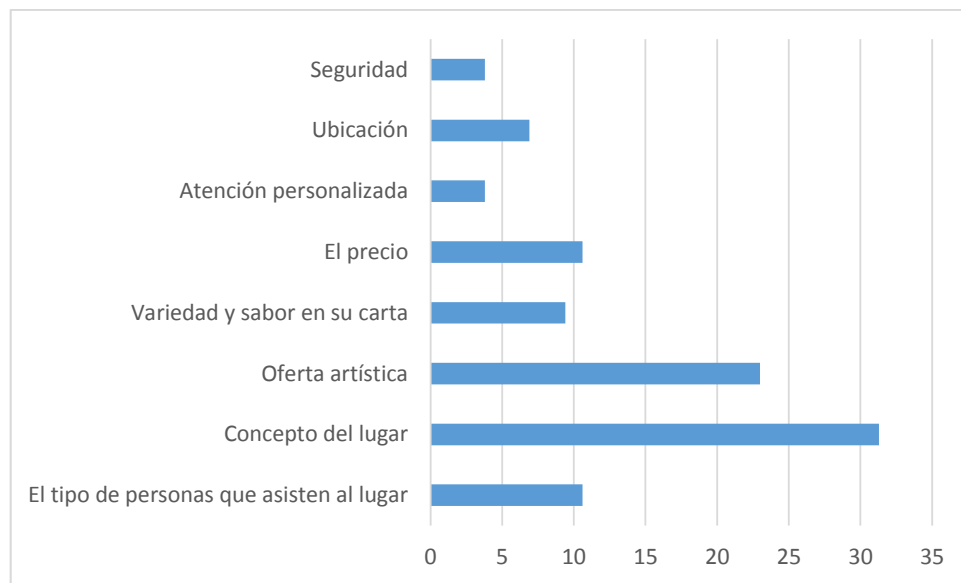
Según datos de Instituto Federal de Comunicaciones a nivel nacional el 88% de los jóvenes entre 18 a 24 años utilizan internet para conectarse a alguna red social, mientras que



los jóvenes de 25-30 el 79% (IFT, 2016); así como la Encuesta Nacional de Juventud realizada por el Instituto Mexicano de la Juventud (INJUVE) de 2010, la cual expone que conectarse a internet ocupa la octava actividad realizada por los jóvenes a nivel nacional.

También se observa que la recomendación hecha por otros jóvenes con un 31%, tiene un porcentaje importante en esta categoría; el que otros jóvenes expresen aspectos positivos o negativos de algún establecimiento sigue siendo una fuente de información primordial para considerar el acudir a determinado lugar. En cambio, se presenta un declive en la publicidad física (volantes, espectaculares, posters), ha dejado de ser para los jóvenes un medio atractivo y viable para recibir información.

Gráfico 14. *Aspecto de mayor atención para ingresar a un bar, antro o karaoke*



Además del medio que prefieren utilizar los jóvenes para conocer los E.R.N. se localizó que tipo de características deben contener los lugares especializados a la recreación juvenil nocturna para poder generar en el sector juvenil descrito, una mejor experiencia recreativa. Esta variable se incorpora como parte de la dimensión de información por el hecho de que si los jóvenes tienen el conocimiento de que determinado lugar cubre dichos aspectos será más frecuente y concurrida su llegada.



Como se observa en la gráfica 14, el aspecto más mencionado al cual los jóvenes le otorgan una mayor atención para frecuentar un establecimiento es el referente al *concepto del lugar*³¹, lo que indica el tipo de perfil que conforma este grupo perteneciente al sector juvenil, así como del ambiente social del que participan.

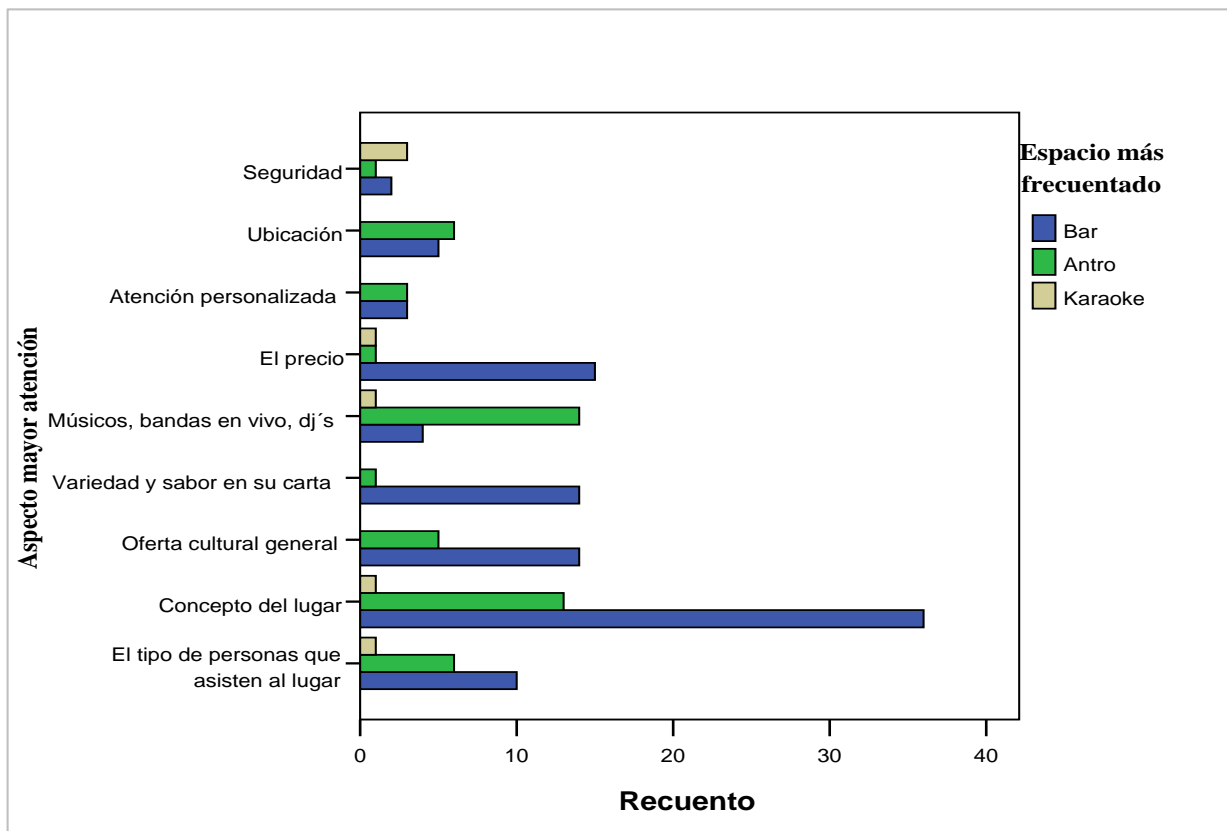
Otros aspectos relevantes que se encuentran son los que aluden a los aspectos de música, seguido de la oferta artística³², que refiere al tipo de artistas y espectáculos que ofrecen los negocios como parte sus servicios de entretenimiento (músicos o bandas en vivo, días, obras de teatro, exposiciones, etc.); y precios justos estandarizados. También un número importante menciona que su asistencia depende del tipo de personas que asisten al lugar.

Con el fin de conocer si existe relación entre la variable “estrato más frecuentado” y el “aspecto de mayor atención para ingresar a un establecimiento”, se efectuó la prueba de chi cuadrada para determinar su significancia, dando como resultado una alta relación entre ambas.

³¹ Al referirse a negocios de carácter privado, la mercadotecnia define el *concepto* como “el trasfondo filosófico de la empresa (...) otorga el panorama completo de la esencia de la empresa” (Thompson, 2006:1), el cual se vincula y visualiza en las actividades que realizan, los servicios que ofrecen, los recursos que utilizan y su imagen (publicitaria y de diseño).

³²

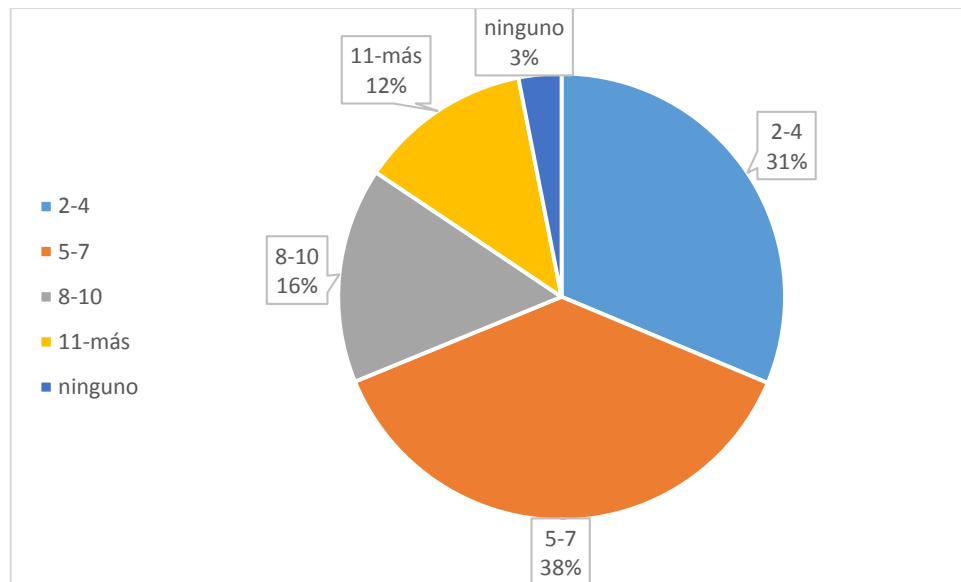
Gráfico 15. *Relación entre aspecto de mayor atención y estrato más frecuentado*



Valor $p = 0.001$

El gráfico 15 expone las tendencias acerca del tipo de requisito que debe tener un establecimiento de ocio nocturno, en relación al tipo personas que frecuentan mayormente determinado tipo de espacio. Para los jóvenes que frecuentan principalmente los bares, consideran es importante que el lugar maneje un concepto definido; los que prefieren los antros o clubes nocturnos la oferta cultural y los músicos, bandas en vivo y dj's; y en karaokes no surge algo relevante. Para los 3 rubros el aspecto de la seguridad y ubicación es poco relevante.

Gráfico 16. Número de copas consumidas por salida nocturna

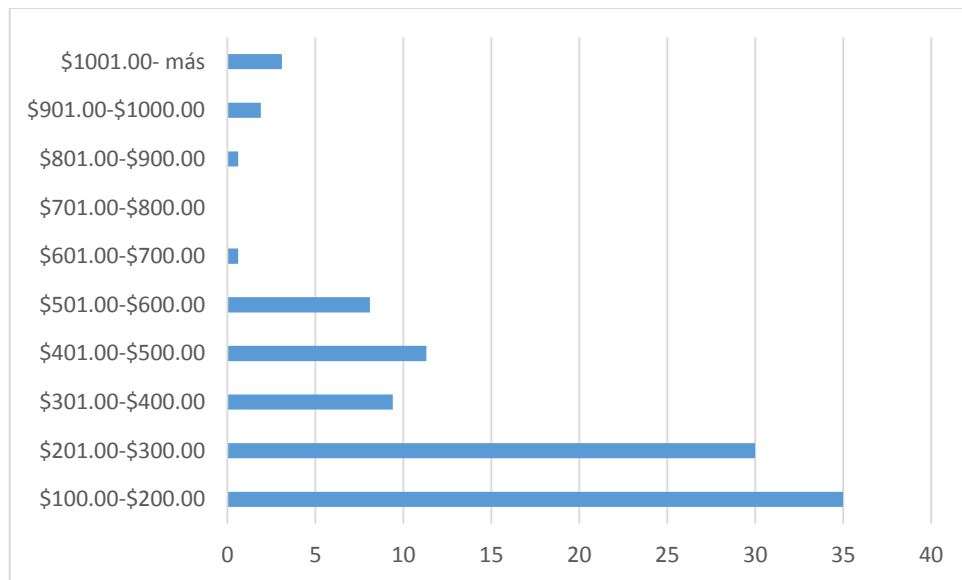


Los resultados referentes al nivel de consumo en alcohol, el 97% de los jóvenes encuestados afirman ingerir bebidas embriagantes en los espacios recreacionales nocturnos, siendo de las principales prácticas que llevan a cabo en estos ámbitos. No es un resultado inesperado ya que la venta de bebidas embriagantes en un aspecto relevante que sostiene a este tipo de empresas de entretenimiento nocturno juvenil.

Al indagar acerca del número de copas que beben en una salida, se encuentra dos grupos importantes: de 2 a 4 con el 31% y de 5 a 7 con el 38%. También encontramos un porcentaje importante en de 8 a 10 copas (16%) y 11 o más (12%), siendo cifras altas de ingesta de alcohol de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2015). Sólo una pequeña parte expone asistir a los E.R.N. sin beber alcohol (3%)



Gráfica 17. Gasto generado



Para conocer el gasto³³ que generan los jóvenes en una salida recreacional nocturna se utilizaron rangos de precios, comenzando por \$100.00 y, aunque en la gráfica 16 el mayor porcentaje de consumo de bebidas estaba entre las 5-7 copas, la mayor parte de los jóvenes encuestados exponen que su gasto por salida ronda entre los \$100.00 a \$300.00, es decir que su gasto es reducido. Pocos rebasan los \$1000.00 por noche.

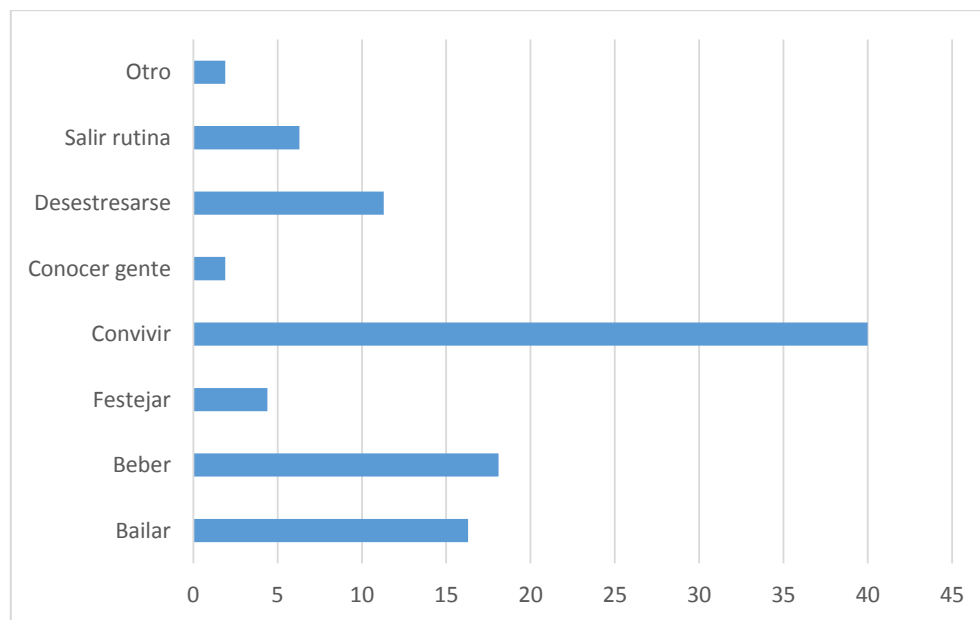
A manera de hipótesis, se puede deducir que la venta de bebidas alcohólicas en Xalapa es de bajo costo, sobre todo al ser una ciudad estudiantil, sector social que oficialmente no se encuentra laborando o no es su actividad principal, sin embargo, esto se tendrá que confirmar en alguna investigación posterior.

³³ Los resultados expuestos en la gráfica sólo se refiere a los gastos que generan los jóvenes encuestados al interior de los negocios. Es importante mencionar que también se generan otros tipos de gastos en las salidas recreacionales nocturnas que no se tomaron en cuenta como el transporte, comidas en puestos ambulantes, compra de cigarrillos para los fumadores. Estas compras aumentan el gasto por salida.

4.2.5. Dimensión Campo de Representación

Se refiere a la organización jerárquica de los elementos que integran la R.S. (actitudes, opiniones, imágenes, valores, prácticas comunes, etc), que otorga un orden interno funcional para los individuos, el cual es construido a través de un proceso de objetivación. Es el encargado de integrar todas las piezas de la representación social de manera significativa. Al indagar sobre el campo de representación de los jóvenes acerca de los espacios de recreación nocturna en Xalapa, se obtuvieron a los siguientes resultados:

Gráfico 18. *Razón principal de asistencia a los E.R.N.*



La gráfica 18 expone las principales razones por las que acuden los jóvenes a los espacios de recreación nocturna, siendo la principal la convivencia. En menor medida encontramos la mención de diversas actividades como beber, bailar; desestresarse y salir de la rutina. La variable *otro* que incluye comer, acompañar a mi novio y todas las anteriores.



4.2.5.1. Análisis estadístico de datos textuales

Se realizó un análisis estadístico para datos textuales (AEDT) con dos preguntas abiertas que pertenecen a la dimensión de *campo de representación* del cuestionario. Las preguntas analizadas fueron: 1) Para ti ¿Qué significa el término espacio recreacional nocturno? y; 2) ¿Puedes compartir alguna experiencia (positiva o negativa) que hayas vivido en tu asistencia a algún bar, antro/club nocturno o karaoke en la ciudad de Xalapa?

Se optó por utilizar preguntas abiertas con la finalidad de que los jóvenes encuestados pudieran expresarse de manera libre, obteniendo así un léxico diverso. Las respuestas se trabajaron tal como fueron dichas por los individuos para capturar la particularidad de su discurso y de cada pregunta se obtuvo un corpus con los que posteriormente se realizó un cruce de variables.

Para el análisis se seleccionaron 2 variables pertenecientes a los datos sociodemográficos y una correspondiente a la dimensión de información. Las variables seleccionadas para llevar a cabo el AEDT se presentan en la tabla 8.

Tabla 8. Variables seleccionadas para el AEDT

Variable	Categorías
▪ Género	1. Masculino 2. Femenino
▪ Edad	1. 18-20 2. 21-23 3. 24-26 4. 27-29
▪ Espacio recreacional nocturno más frecuentado	1. Bar 2. Antro/club nocturno 3. Karaoke



Procedimiento de análisis

1. Se realizó un recuento de las formas gráficas (palabras, número o cadena) que fueron utilizadas en las respuestas libres de los jóvenes encuestados, utilizando “métodos que analizan simultáneamente los textos y la información cerrada, permitiendo realizar un estudio de textos, desde la perspectiva multivariante” (Bécua, 2000: 43-51).
2. Se obtuvieron las frecuencias de cada forma gráfica hasta obtener la selección del vocabulario. Para ello se eliminaron las *palabras herramienta* (artículos, conjunciones y preposiciones) y las palabras con una frecuencia menor a 3; además utilizar un filtro para unir palabras que son sinónimos o que provienen de la misma raíz léxica.
3. Al obtener el vocabulario para analizar, se identificaron las palabras o segmentos más repetidos, siendo las palabras que se consideran como relevantes dentro del vocabulario empleado por los jóvenes.
4. Para finalizar se obtuvieron las formas gráficas y las respuestas características de cada categoría que conforman las variables seleccionadas, para ello se utilizó el criterio de *valor test* seleccionando las primeras 10 de acuerdo a lo recomendado por los especialistas Lebart y Becúa. La obtención de las probabilidades de este procedimiento se basa en la Ley Hipergeométrica, en la cual se pasa el software SPAD-T (Mendoza, Hernández & Fernández, 56).

Resultados obtenidos a la pregunta Para ti ¿Qué significa el término espacio recreacional nocturno?

El texto inicial era compuesto por 350 palabras, luego de su depuración-expuesto anteriormente- se llegó a un corpus 70 palabras. Las palabras lematizadas dentro de este corpus se muestran a continuación:



Tabla 9. Lista de palabras lematizadas o sinónimos

Raíz	Lematizadas o sinónimos	Raíz	Lematizadas o sinónimos
Actividad	Actividades	Interacción	Interactuar
Agradable	Agrada, agrado	Libertad	Liberar, liberarte, libre
Alcohol	Alcohólicas	Lugar	Lugar, lugares
Alimentos	Comida	Mismo	Misma, mismos
Amigo	Amigos, amistades	Nocturno	Noche, noches, nocturna, nocturnos
Antro	Antros	Recreación	Recrear, recreativa, recreativos
Bailar	Bailando, baile	Relajar	Relajarte
Bar	Bares	Salir	Salgas, sales, sale
Beber	Bebiendo, chupar, tomar, tomas	Tranquilo	Tranquila
Convivencia	Convives, convivir	Momento	Momentos
Conocer	Conoces, conocimiento	Salir	Salgas, sales, sale
Cultura	Cultural, culturales	Relajar	Relajarte
Desestresarse	Desestresarte	Otro	Otras, otra
Distracción	Distraerme, distraerse, distraerte	Pasar	Pasarla, pasas
Diversión	Divertido, divertirme, divertirse, divertirte, diviertes	Puedes	Puedo, puede, pueden, puedas
Escucho	Escuchando, escuchar, escuchas	Vicio	Vicios
Expresión	Expresarte, expresar		



a) Variable: género

A continuación, se muestran los resultados referentes al análisis de las opiniones con la variable “género”, conformada por dos categorías: masculino y femenino. Se presentan las palabras y respuestas características de cada categoría.

- Categoría masculino

El vocabulario que emplean los hombres al cuestionarles sobre lo que para ellos significa el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: momento, gente, diversión convivencia, vicio, lugar y recreación.

Acerca de las respuestas características del género masculino se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 10. *Respuestas características del género masculino acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.841	Un lugar para la convivencia con amigos
0.849	Un lugar para la convivencia y vivir
0.849	Un lugar de diversión para gente joven
0.853	Un lugar para convivir con amistades y conocer gente en horario no laboral
0.864	Un lugar donde puedes ser en libertad
0.870	Un espacio donde puedes convivir y divertirte
0.875	Un lugar donde se vale todo
0.876	Un espacio para convivir, divertirte y beber



0.887	Un lugar para drogarse
0.892	Fiesta. Un lugar donde puedes salir a tomar y divertirte

En la tabla 10 se observa que los hombres relacionan el término espacio recreacional nocturno principalmente a la convivencia, es decir, un espacio para interactuar y/o relacionarse con otros individuos. También es notorio su vinculación con la fiesta y el desenfreno con frases como: “Un lugar donde se vale todo” o cuando expresan las prácticas que realizan, relacionadas al consumo de bebidas alcohólicas o el uso de drogas.

En este caso en específico, es importante resaltar que para los hombres el consumo de alcohol es un catalizador para la diversión y la convivencia recreativa. De igual manera, el “descontrol” que ellos experimentan lo visualizan como una especie de libertad.

Una respuesta interesante que aparece es la especificación de que son lugares exclusivos de jóvenes, generando una exclusión hacia las miradas adultas y una ilusión de independencia.

- Categoría femenino

El vocabulario que emplea el género femenino al cuestionarles sobre lo que para ellas significa el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: pasar, bien, agradable, personas, cultura, interacción y actividad.

Acerca de las respuestas características de las mujeres se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.



Tabla 11. *Respuestas características del género femenino acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.828	Un lugar donde te la pasas bien y puedes salir con tus amigos
0.854	Un lugar donde puedes convivir con tus amigos y pasar un buen rato
0.857	Un espacio donde puedes ir a pasarla bien escuchando o haciendo algo que te agrada para salir de la rutina
0.874	Un lugar donde puedes convivir con tus amigos, estar tranquila y pasarla bien
0.874	Un lugar donde puedes ir a pasar un buen rato bebiendo y bailando con amigos
0.885	Un lugar en donde puedes salir en la noche y convivir con otras personas
0.892	Un lugar donde la pasas bien y sales de la rutina
0.893	Un lugar donde puedo pasarla bien con amigos, pero no necesariamente tomar
0.893	Un lugar donde puedes desestresarte y pasarla bien
0.898	Un lugar donde puedes convivir con personas que deseas

Al analizar las respuestas de las mujeres, se encontraron algunas similitudes con el sexo masculino, como su vinculación con la convivencia y la importancia de las amistades, aunque a diferencia de los hombres, esta convivencia se da con un comportamiento mucho más mesurado. Resalta la tranquilidad, el agrado y que, para este grupo, el consumo de bebidas alcohólicas no es tan relevante como en el caso del sexo masculino.



b) Variable: Edad

A continuación, se muestran los resultados referentes al análisis de las opiniones con la variable “edad”, conformada por cuatro categorías: 18-20, 21-23, 24-26, 27-29. Se presentan las palabras y respuestas características de cada categoría.

- Categoría 18 a 20 años

El vocabulario de los jóvenes de la categoría 18 a 20 años que utilizan para definir el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: cuenta, salir, agradable, distracción, escucho, bar y relacionarte.

Acerca de las respuestas características de estos jóvenes se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 12. *Respuestas características de los jóvenes de 18 a 20 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.852	Un lugar donde puedes conocer gente, que cuenta con un concepto y con gente sociable
0.867	Un lugar donde puedes salir a divertirte
0.875	Lugar donde las personas se reúnen para liberar todo. No vas con tu familia al bar a embriagarte. Todo depende con quien salgas
0.901	Un lugar para salir de noche
0.905	Convivencia entre personas y darte cuenta a que estatus social perteneces
0.906	Un lugar donde puedes relacionarte con otras personas y contigo mismo de noche



0.913	Un lugar para conocer personas con tus mismos intereses
0.924	Lugar donde distraerte por las noches
0.924	Lugar donde puedes hacer actividades recreativas de noche, no necesariamente tiene que ser un bar, antro o karaoke
0.926	Un espacio donde puedes ir a pasarla bien escuchando o haciendo algo que te agrada para salir de la rutina

Para los jóvenes de menor edad, los espacios de recreación nocturna son lugares para la diversión, donde llegan a desaparecer las inhibiciones sociales y que son dedicados a la convivencia. Además, forman parte de la construcción social de su expresión de identidad individual.

Dos aspectos relevantes que aparecen son: 1) que no necesariamente los E.R.N. deben ser establecimientos con características de bar, antro o karaoke y; 2) el hecho de que las personas con quienes frecuentan estos espacios por lo general no pertenecen a las esferas familiares.

- Categoría 21 a 23 años

El vocabulario de los jóvenes de la categoría 21 a 23 años que utilizan para definir el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: besando, copa, espacio, música, pasarla, borracho y gente.

Acercas de las respuestas características de estos jóvenes se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.



Tabla 13. *Respuestas características de los jóvenes de 21 a 23 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.757	Un lugar donde puedes ir a pasar un buen rato bebiendo y bailando con amigos
0.815	Un lugar donde puedes ir a divertirte en compañía de amigos con buen ambiente
0.855	Algo muy tranquilo donde se puede convivir, puedes beber alcohol, la música, todo
0.861	Un lugar donde puedes ir a bailar, convivir con amigos y pareja
0.877	Un espacio donde puedes convivir con tus amigos para divertirte
0.881	Espacio donde puedes relajarte y convivir por la noche, un lugar con energía
0.898	Un lugar donde puedes despejarte y convivir con amigos
0.917	Salir, beber y bailar
0.919	Establecimientos nocturnos para interactuar con amigos y pasar un buen rato
0.924	Bailar, conocer gente, socializar, buena vibra, lo que surge al momento

Los jóvenes de 21 a 23 años, exponen que los E.R.N. son lugares para convivencia con amigos. Pero, no son sólo definidos como lugares físicos, sino que hacen referencia a momentos, experiencias y prácticas, es decir, a las vivencias.

Consideran importante la cuestión del *ambiente*, haciendo alusión a la creación de un espacio agradable, con frases como “un lugar con energía” o “buena vibra”. En cuanto a las prácticas que realizan, aparecen beber bebidas alcohólicas, la conversación con amigos y bailar.



- Categoría 24 a 26 años

El vocabulario de los jóvenes de la categoría 24 a 26 años utilizado para definir el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: bar, divertido, ocasión, interesante, cantar y bebidas.

Acerca de las respuestas características de estos jóvenes se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 14. *Respuestas características de los jóvenes de 24 a 26 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.779	Un lugar donde puedes salir en la noche y convivir con otras personas
0.791	Espacio para convivir con amigos usando alcohol, en otros lugares no se puede
0.809	Un lugar donde puedes convivir con las personas que deseas
0.830	Un lugar donde se puede convivir, placer y desestresarse
0.836	Un lugar donde se puede beber y realizar alguna otra actividad recreativa de juego o convivencia
0.858	Un lugar con concepto en el cual se puede socializar con otras personas
0.871	Espacio donde no solo vas a tomar sino hacer otras actividades de noche
0.873	Un espacio para interactuar con otras personas a través de actividades culturales
0.884	Donde pueden convivir almas nocturnas



0.886	Un espacio tranquilo donde puedes convivir con personas, entrar en contacto con el arte y la música
-------	---

Para los jóvenes integrantes de la categoría 24-26 años, el significado de los E.R.N. sigue bajo la línea de la diversión y la convivencia. Sin embargo, aparece mucha diversidad sobre cómo se tiene que llevar dicha convivencia. Mientras para unos se asocia con el desenfreno y el uso intrínseco del alcohol; para otros no es necesario el consumo de este, por el contrario, consideran que los E.R.N. deben ser tranquilos, en los cuales pueda apreciar algún tipo de expresión artística o cultural.

- Categoría 27 a 29 años

El vocabulario de los jóvenes de la categoría 27 a 29 años que utilizan para definir el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: cumpleaños, mesero, novio, reunirse, bruscamente, frecuentado y propuesta

Acerca de las respuestas características de estos jóvenes se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 15. *Respuestas características de los jóvenes de 27 a 29 años acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.835	Un lugar para convivir con amistades o conocer gente en horario no laboral
0.876	Un lugar para la diversión, convivencia y cultura
0.905	Un lugar donde convives con la gente, donde conoces a la gente, tienes más libertad y puedes beber alcohol
0.912	Aquel lugar de convivencia en horario nocturno



0.919	Un lugar donde puedes divertirte, conversar con las personas y te atienden.
0.929	Un lugar de diversión para gente joven
0.932	Un lugar para ampliar el conocimiento cultural
0.936	Un lugar donde te puedes sentar, platicar, escuchar buena música y hay atención personalizada. Aparte te vas y dejas tu desmadre
0.937	Lugar de convivencia con alcohol y bandas en vivo.

El grupo perteneciente al rango de edad 27- 29 años de edad también considera los E.R.N. espacios para la convivencia y el ocio, pero hacen énfasis a cuestiones como atención personalizada y sobre los servicios que ofrecen este tipo de negocios. También aparece una respuesta que hace una diferenciación acerca del tiempo laboral y el tiempo recreativo, esto se debe a que ya es un grupo que comienza a incorporarse a la vida adulta y laboral.

Vuelve a aparecer en esta categoría la relación de los espacios recreacionales nocturnos con el consumo de alcohol. Por último, este grupo hace referencia a que son espacios donde se puede apreciar algún tipo de expresión artística y esto lo consideran un sinónimo de ampliación de cultura (entendida como “alta cultura” o cultura legitimada).

c) Variable: E.R.N. más frecuentado

A continuación, se muestran los resultados referentes al análisis de las opiniones con la variable “E.R.N. más frecuentado” conformada por tres categorías: bar, antro/club nocturno y karaoke. Se presentan las palabras y respuestas características de cada categoría.

- Categoría bar

El vocabulario utilizado por los jóvenes que frecuentan mayormente los bares, al cuestionarles sobre lo que significan para ellos el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: cultura, beber, alcohol, momento, actividad, espacio, convivencia.



Acerca de las respuestas características de los jóvenes asistentes a bares exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 16. *Respuestas características de los jóvenes que frecuentan los bares acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.713	Un lugar donde puedes beber y convivir hasta altas horas de la noche
0.734	Es para enfatizar el fomento a la cultura xalapeña en la noche
0.769	Lugar público donde puedes convivir con gente
0.773	Un lugar donde puedes beber y ver cultura
0.777	Un lugar con diversas actividades culturales y artísticas, actuaciones o simple ocio, obviamente de noche. Si tienen comida mejor
0.777	Un lugar donde puedes divertirte de noche
0.778	Un lugar para la diversión, convivencia y cultura
0.780	Salir, beber, bailar
0.797	Un lugar para la diversión convivencia y cultura
0.802	Un espacio tranquilo donde puedes convivir con personas, entrar en contacto con el arte y la música

Para los jóvenes que su visita es más frecuente a bares, los espacios de recreación nocturna son dedicados a la convivencia y la diversión. Un aspecto relevante es dicho grupo considera que los espacios de recreación nocturna deben estar ligados a la oferta de aspectos artísticos.



Este grupo considera que los E.R.N. cumplen la función de difusión cultural, pues ocupan la labor de foros dedicados a la exposición de actividades culturales y artísticas. Lo cual no es de extrañarse, ya que varios bares en Xalapa se han convertido en puntos de encuentro donde apreciar y exponer diversas formas de arte (danza, música, artes plásticas).

Esto se convierte un aspecto positivo que encontramos inmerso en los espacios de recreación nocturna, pues los jóvenes tienen vivencias en estos ambientes que enriquecen su capital cultural.

- Categoría antro/club nocturno

El vocabulario utilizado por los jóvenes que frecuentan mayormente los antros o clubes nocturnos, al cuestionarles sobre lo que significan para ellos el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: antro, amigos, salir, distracción, desmadre, libertad, alcohol.

Acerca de las respuestas características de los jóvenes asistentes a antros o clubes nocturnos se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.

Tabla 17. *Respuestas características de los jóvenes que frecuentan bares acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.685	Antro
0.707	Antro y diversión
0.747	Un lugar para salir a divertirse con tus amigos
0.754	Donde sales a socializar son inhibiciones, sale tu yo verdadero
0.784	Un lugar para la convivencia con amigos



0.785	Es una zona para platicar con tus amigos y es divertido
0.789	Un lugar donde te la pasas bien y puedes salir con tus amigos
0.820	Un lugar donde puedes convivir con tus amigos
0.823	Un lugar donde te puedes divertir con tus amigos
0.845	Un lugar para desenvolverte socialmente y convivir con otras personas que les gusta lo mismos que a ti, o sea el <i>desmadre</i>

Para los jóvenes que su asistencia es más frecuente a antros o clubes nocturno, el vocabulario se vuelve un poco más compacto, ya que literalmente definen espacio de recreación nocturna como antro, pero al indagar sobre entonces que significa para ellos un antro su relación la dirigen hacia un lugar dedicado a la diversión.

Asimismo, la diversión está asociada a los amigos, la inhibición y el consumo de bebidas alcohólicas. Y a diferencia de los jóvenes asistentes a bares, no encontramos algún tipo de opinión que lo relacione con prácticas culturales, sino por el contrario, está enfocado al puro ocio y entretenimiento.

- Categoría karaoke

El vocabulario utilizado por los pocos jóvenes que visitan los karaokes, al cuestionarles sobre lo que significan para ellos el término espacio recreacional nocturno, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: relajar, antro, ambiente, música y espacio.

Acerca de las respuestas características de dichos jóvenes se exponen las siguientes 7, siendo las del valor test más alto. Se exponen un número menor de respuestas características por el tamaño menor de la muestra.



Tabla 18. *Respuestas características de los jóvenes que frecuentan los karaokes acerca del significado que le otorgan al término espacio recreacional nocturno*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0598	Espacio donde puedes relajarte y convivir por la noche. Un lugar con energía por la música que te pone más alegre. Lo importante es un buen dj
0.620	Un espacio donde te puedes relajar para empezar bien el otro día. Ir a karaokes y antros, lugares para bailar
0.901	Un lugar donde puedes ir a convivir y salir un poco de la rutina
0.923	Buen ambiente
0.953	Un lugar donde se vale todo
1.299	Un espacio donde puedes convivir con tus amigos para divertirte
1.492	Un lugar donde puedes despejarte y convivir con tus amigos

Los jóvenes que pertenecen a la categoría 3, sus opiniones son más dispersas. Sigue siendo relevante la vinculación a estos espacios dedicado la convivencia de amigos y la relajación. No obstante, aparecen dos respuestas interesantes en el análisis, la primera la importancia de la música y la actividad de bailar.



Resultados obtenidos a la pregunta ¿Puedes compartir alguna experiencia (positiva o negativa) que hayas vivido en tu asistencia a algún bar, antro/club nocturno o karaoke en la ciudad de Xalapa?

Esta pregunta tuvo la intención de indagar acerca de anécdotas personales de los encuestados, para conocer dentro de ellas, aspectos que contribuyan al crecimiento personal y social de los jóvenes, así como el conocer problemáticas que surgen dentro de los E.R.N. Para este análisis sólo se utilizó una variable, por sus resultados significativos.

El texto inicial estaba compuesto por 520 palabras, luego del procedimiento de depuración del texto -expuesto anteriormente- se llegó a un corpus 401 palabras. Las palabras lematizadas dentro de este corpus se muestran a continuación:

Tabla 19. *Lista de palabras lematizadas o sinónimos*

Raíz	Lematizadas o sinónimos	Raíz	Lematizadas o sinónimos
Acoso	Acosar, hostigo, <i>manosear</i>	Conocer	Conoces, conocí
Amigo	Amigas, amigos, amistades	Divertido	Divertí, divierto
Baño	Baños	Ex novio	Ex
Bar	Bares	Gente	Personas
Besando	Besándose	Mesero	Meseros
Borracho	Borrachos, pedo, pedos, <i>malacopa</i>	Pelea	Peleas, pelearse, peleamos, golpearse
Bueno	Buena, buenas, buenos	Policías	Policiales
Caminar	Caminando	Promoción	<i>Promos</i>



Canción	Rola	Robo	Robaron
Cantan	Cantar	Tomar	Tomé, tomo, beber
Celebrar	Celebro	Vomitar	Vomité
Chica	Chicas, chava		
Cobrar	Cobrando, cobrar cobran		

a) Variable: Género

A continuación, se muestran los resultados referentes al análisis de las opiniones con la variable “género”, conformada por dos categorías: masculino y femenino. Se presentan las palabras y respuestas características de cada categoría.

- Categoría masculino

El vocabulario utilizado por los jóvenes del género masculino, al preguntarle acerca de alguna experiencia relevante vívida en los E.R.N. en Xalapa, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: conocer, pagar, novia, cobrar, promoción, espacio y vomitar

Acercas de las respuestas características se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.



Tabla 20. *Respuestas características del género masculino acerca de una experiencia relevante en los E.R.N.*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.903	Una vez estando muy borracho conocí con quien platiqué tranquilo y un amigo suyo me la armó de <i>pedo</i> , nos dimos de empujones, vomité y me sacaron
0.930	Pagué y el mesero jamás me dio mi pase de salida y me volvió a cobrar la cuenta. Esto pasó en un bar
0.937	Conocí a un músico de renombre en estos espacios, hice contacto y conseguí trabajar con él
0.944	En <i>La Central</i> conocí a mi mejor amigo al chocar con él, tiramos algunas cosas
0.946	Casi a la mitad de mis amistades las conocí en estos lugares
0.952	Involucrarme con personas que dicen ser “heterosexuales”, conocer <i>dj’s</i> internaciones y una gran sociabilización
0.955	Revisión sorpresa por parte de las autoridades policiales con mal carácter y sin sentido de seguridad ciudadana
0.957	Puedo bailar y hasta cierto punto gritar y nadie me dice nada

Experiencias positivas

Son más recurrentes las respuestas características de los jóvenes del género masculino dirigidas a experiencias positivas sobre de distintos temas. Mencionan la creación de lazos de amistad generados en los E.R.N, la obtención de contactos para el ámbito laboral, conocer proyectos musicales y la posibilidad de realizar acciones poco convencionales sin ser juzgado socialmente



Se debe señalar que el proyecto de intervención no incorporó una variable de identidad sexual, pero desde dicho enfoque se encontró un resultado significativo, ya que una de las respuestas que identifica a este grupo tiene que ver con la opinión de un joven *gay* que expone que los E.R.N. son lugares donde algunos individuos pueden ampliar y experimentar acerca de sus preferencias sexuales.

Experiencias negativas

Acerca de las vivencias que compartieron los jóvenes de carga negativa abarcan cuestiones de mal servicio, peleas y abusos de poder ejercido por cuerpos policiales. Desde su representación social, es parte de la cotidianidad que en los espacios recreacionales nocturnos sean espectadores y en algunos casos participes de escenas violentas.

Se señalan situaciones de relevancia por estado de gravedad, que deben ser analizadas con mayor profundidad para intervenir en estas problemáticas de una forma correcta, pues involucra cuestiones de seguridad pública y salud. De acuerdo a lo expuesto, la manera que ha tomado el Ayuntamiento de Xalapa para la regularización de estos lugares no ha sido adecuada, generando quejas e inconformidades en los jóvenes sobre la falta de civilidad que existe en los operativos policiales.

- Categoría femenino

El vocabulario utilizado por las jóvenes al preguntarle acerca de alguna experiencia relevante vívida en los E.R.N. en Xalapa, es integrado principalmente por la repetición de las siguientes palabras: tiempo, novio, rock, todos divertido, acoso y dentro.

Acerca de las respuestas características de las jóvenes se exponen las siguientes 10, siendo las del valor test más alto.



Tabla 21. *Respuestas características del género femenino acerca de una experiencia relevante en los E.R.N.*

Criterio de clasificación	Respuestas características
0.909	Me gustó mucho un lugar en <i>Ávila Camacho</i> donde ponen rock, por lo general ya todos los lugares ponen electrónica o reggaetón
0.924	Algo negativo fue que con solo unas pocas copas en una ocasión me puse en mal estado y no me gustó, porque aún no eran ni las 12:00 a.m. supuse que tenían algo las bebidas
0.933	En una ocasión en (se elimina el nombre del local) estaba consumiendo con mis amigos y de repente llegaron unos <i>tipos</i> y nos sacaron a todos
0.934	Conocer gente interesante y al mismo tiempo que no quiero ver
0.935	Una vez estábamos <i>pedos</i> y mi novio y yo nos peleamos
0.935	Saliendo del antro los mismos de seguridad golpearon bruscamente a unos chicos con exceso de alcohol, pero no era necesario tanto salvajismo
0.943	En muchos lugares en las bebidas o preparados dicen tener cierto grado de alcohol y es mentira, los rebajan
0.944	Conocer gente interesante donde puedes crear lazos laborales tiempo después
0.945	Que no necesitas hacer una cita con alguien para ir. Xalapa es muy pequeña y te encuentras siempre a alguien. Te encuentras personas diferentes cada día



Experiencias positivas

Las respuestas características que identifican a las mujeres tienen que ver con la convivencia; el ser un punto de encuentro de jóvenes con los que puedes generar un tipo de lazo social como amistad o vínculos laborales. Así como el escuchar otro tipo de género musical distinto a los comerciales o populares en la actualidad.

Experiencias negativas

A diferencia de los hombres, para el caso de las mujeres son más recurrentes las respuestas características de las jóvenes dirigidas a experiencias negativas acerca diferentes temas. El grupo perteneciente al género femenino, exponen temas como adulteración de bebidas alcohólicas, abuso de poder de la administración de los establecimientos, discusiones en pareja.



4.3 Propuestas de mejora para el E.R.N. de Xalapa expuestas por los jóvenes

Con la finalidad de generar una propuesta de intervención que incluyera la perspectiva de los jóvenes para la mejora del espacio recreacional nocturno xalapeño, se incorporó una pregunta abierta en el cuestionario dedicada a obtener las modificaciones y sugerencias que incorporarían a dicho espacio.

La tabla 22 se construyó organizando las propuestas expuestas por los jóvenes en cuatro secciones, cada una contiene su temática particular. La tabla no muestra algún tipo de orden jerárquico.

Tabla 22. *Propuestas para el E.R.N. en Xalapa*

Temática	Propuestas
Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none">▪ Capacitación del personal en servicio▪ Áreas para fumar▪ Higiene (preparación de alimentos y bebidas, limpieza en baños)▪ Variedad de promociones en fines de semana▪ Rapidez de entrega
Aspectos generales	<ul style="list-style-type: none">▪ Espacios físicos más amplios▪ Ventilación▪ Remodelación constante▪ Conceptos definidos▪ Visualmente estéticos▪ Descentralización de estos espacios de la zona centro
Seguridad	<ul style="list-style-type: none">▪ Regularización de capacidad máxima▪ Capacitación del personal de seguridad▪ Medidas de control para evitar la entrada a personas violentas, en estado de embriaguez o que provoquen acoso sexual



	<ul style="list-style-type: none">▪ Cooperación entre establecimientos para salvaguardar la seguridad de los clientes alrededor del perímetro perteneciente a la vía pública donde se ubiquen varios negocios de este tipo
Propuesta de mejora vinculadas al Ayuntamiento de Xalapa	<ul style="list-style-type: none">▪ Ampliación de horario▪ Creación de una ruta de transporte público nocturno enfocado a zonas donde se ubiquen negocios de esparcimiento nocturno▪ Eventos artísticos y recreativos de carácter juvenil que sean gratuitos y públicos▪ Regularización y precios estandarizados en todos los establecimientos▪ Trato digno por parte de los cuerpos policiales cuando lleven a cabo operativos▪ Mayor participación y vigilancia por parte de Ayuntamiento que no se base exclusivamente en operativos policiacos
Oferta cultural	<ul style="list-style-type: none">▪ Mayor oferta cultural▪ Diversidad en la música que se utiliza para ambientar los espacios▪ Apoyo a artistas locales Que cumplan la función de foros o galerías artísticas▪ Calidad de audio

4.4. Ubicación del núcleo central y elementos periféricos

A través de la organización objetiva de los hallazgos expuestos en el transcurso del capítulo IV, se localizó el núcleo central y los elementos periféricos que constituyen la representación social de los jóvenes acerca del Espacio Recreacional Nocturno en Xalapa; siendo los elementos que estructuran el significado que comparten los integrantes del grupo en cuestión.

El núcleo central y los elementos periféricos se exponen en la siguiente figura:



Figura 3. Representación núcleo central elementos periféricos, realización propia

Núcleo Central

El elemento fundamental de los jóvenes en relación a los espacios de recreación nocturna es la “convivencia”, y a partir de esta idea compartida es en la cual se basa la construcción de la R.S. Dicha convivencia cuenta con ciertas características, como son la existencia de un disfrute personal, debe ser generada por jóvenes con intereses similares, tiene que originarse de noche (mientras más altas horas de la noche sea es mejor) y la interacción se vincula con actividades propias del espacio, como es el caso del consumo de alcohol o el baile.



Se llegó a este resultado, debido a que fue de las palabras más evocadas dentro del análisis textual, y su descripción está vinculada al análisis descriptivo de las preguntas cerradas del cuestionario. De acuerdo a la teoría de las R.S. para este caso en particular, la convivencia es el significado más fuerte y con mayor resistencia a modificarse en el pensamiento de los jóvenes.

Sin embargo, se debe aclarar, que esta visión pertenece a un grupo específico del sector juvenil. De acuerdo a la descripción sociodemográfica de la muestra, la tendencia en el perfil de los jóvenes que asisten al espacio recreacional nocturno de la zona centro es que son estudiantes universitarios, seguidos de jóvenes profesionistas de nivel clase media y media-alta.

Elementos periféricos

En la periferia se localizan conceptos que obtuvieron una evocación o frecuencia importante pero no se posicionaron tan fuertemente como el caso de la convivencia, sin embargo, su relevancia recae en la complementación de la estructura general de la R.S.

1. Amistad. Los jóvenes vinculan al E.R.N. con las amistades. Es un espacio que funciona como punto de encuentro para reforzar lazos de amistad o donde se generan nuevos.
2. Diversión. Ayuda a salir de las rutinas y libera estrés. No obstante, mientras para unos jóvenes esta diversión es tranquila y debe ser acompañada por expresiones artísticas o culturales; para otros tiene que estar conformada con excesos, inhibiciones y descontrol.
3. Difusión Cultural. Es visualizado como un foro cultural, dedicado a la difusión de expresiones artísticas, principalmente a la música.
4. Consumo de alcohol. De las prácticas más recurrentes se encuentra el consumo de bebidas alcohólicas, el cual puede cumplir la función de catalizador de la diversión.
5. Felicidad. Les genera la sensación de felicidad.

A través de este análisis, encontramos los elementos, el significado y el tipo de funcionamiento de esta R.S. en los jóvenes residentes de Xalapa. Podemos observar que involucra distintas temáticas sociales, prácticas y sentimientos, y que, aunque es imposible que, para todos estos jóvenes exista un pensamiento idéntico, se localizaron tendencias y similitudes, las cuales los caracteriza como grupo social.



4.5. Matriz prueba de chi cuadrada

Con la finalidad de conocer la existencia de alguna relación entre las variables utilizadas, se realizó el cruce de todas las variables (independientes y dependientes) a través de la prueba de chi-cuadrada, organizando los resultados en una matriz. Si aparece $p < 0.005$ existe significancia; en cambio la “X” hace referencia a la no existencia de significancia.

Estos resultados ofrecen únicamente una dirección para realizar con mayor precisión análisis estadísticos más complejos, en estudios posteriores. No se pueden realizar aseveraciones.

		Independientes								
		Sexo	Edad	Estado civil	Grado Estudio	Ocupación	E.R.N. más visitado	Frecuencia visita		
E.R.N. más visitado		X	0.005	X	X	X	X	X	X	X
Frecuencia visita al mes		X	X	0.002	X	X	X	X	X	X
Num de espacios visitados		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Razón principal visita		X	X	X	X	X	0.000	X	X	X
Aspecto mayor atención		X	X	X	X	0.004	0.000	X	X	X
Música preferida		X	X	X	X	0.001	0.002	X	X	X
Medio a conocer		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Alcohol mayor consumo		X	X	X	X	X	0.000	X	X	X

Dependientes



	X												
	X	X											
	X	0.000											
	X	0.000											
	X	X											
	0.000	X											
	X	X											
	0.001	X											
Num de copas													
Persona frecuencia													
Hora de llegada													
Hora de salida													
Gasto generado													
Sensación visita													



Independientes									
	Razón principal asistencia	Aspecto mayor atención	Música preferida	Medio a conocer	Alcohol mayor consumo	Número de copas	Persona frecuencia	Hora Salida	Gasto generado
E.R.N. más visitado		0.000	0.002	X	0.000	X	X	X	0.000
Frecuencia visita al mes	X	X	X	X	X	X	X	0.000	X
Num de espacios visitados	X	X	X	X	0.003	0.000	X	0.000	0.003
Razón principal visita	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Aspecto mayor atención	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Música preferida	X	X	X	X	0.001	X	X	X	0.001
Medio a conocer	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Dependientes									



X	X	X	X	X	X
X	X	X	X	X	X
X	0.001	X	X	X	X
X	X	X	0.002	0.000	0.000
X	X	X	X	X	0.002
X	X	X	X	X	X
0.001	X	0.000	X	X	X
0.002	X	X	X	0.000	X
X	X	X	X	X	X
Alcohol mayor consumo	Num de copas por salida	Persona frecuencia	Hora de llegada	Hora de salida	Gasto generado



Conclusiones

Las presentes conclusiones fueron redactadas a partir del análisis e interpretación de los resultados obtenidos. Este proyecto de investigación apuntó a identificar las representaciones sociales de los jóvenes acerca del espacio recreacional nocturno de la zona centro de Xalapa; el cual, para fines metodológicos se enfocó en tres tipos de negocios de ocio nocturno: bar, antro y karaokes. Las R.S. localizadas son características actuales presentes en la juventud xalapeña.

A través de la revisión teórica y el trabajo de campo realizado se concretó que el espacio recreacional nocturno no sólo abarca el interior de los distintos negocios de la industria del ocio nocturno, sino que además se incluyen todas las rutas itinerantes dedicadas al esparcimiento creadas por los jóvenes en la ciudad, permeadas de una atmosfera simbólica y social particular. Se incorporan puestos de comida ambulante, cajeros automáticos, puntos de reunión en espacios público (alguna esquina de un parque o monumento) y ciertas calles que durante el transcurso de la noche son utilizadas como paso peatonal.

Al mencionar que se crea una atmosfera simbólica y social particular, nos referimos a que el significado “festivo” que le otorgan los jóvenes a dichas rutas se modifica en relación al elemento de la noche; pues disminuye su valor simbólico durante el día, a pesar de ser el mismo espacio geográfico. Este argumento se vuelve un punto primordial en la construcción de sus representaciones sociales.

La representación social que comparten los jóvenes a nivel general acerca del espacio recreacional nocturno es la convivencia; consideran que el ámbito que propicia el E.R.N. es idóneo para el desarrollo de una convivencia que ayude a fortalecer o generar nuevas relaciones sociales, principalmente las referentes a los lazos de amistad y; en menor medida, las de pareja y vínculos laborales. Además, hacen alusión a que la convivencia tiene que darse con otros jóvenes con características y gustos similares.

Sin embargo, se debe aclarar que esta visión pertenece a un grupo específico del sector juvenil. De acuerdo a la descripción sociodemográfica de la muestra, la tendencia en el perfil de los jóvenes que asisten al espacio recreacional nocturno de la zona centro de Xalapa es que



son estudiantes universitarios, seguidos de jóvenes profesionistas, es decir que forman parte de un sector social clase media y media alta reflejado a través de su nivel de estudios.

A pesar de que los jóvenes consideran que la finalidad de esta convivencia es la diversión y felicidad, un hallazgo relevante es la visión distinta sobre cómo se tiene que generar dicha convivencia en relación al género, pues mientras que el género masculino les refiere al descontrol, la fiesta y el consumo de alcohol como catalizador de la diversión; para el femenino se relacionan con la tranquilidad, momentos agradables para la conversación y su poca relevancia sobre el consumo de bebidas embriagantes.

Acercas de la división de los negocios de ocio nocturno se encontró que los jóvenes en Xalapa tienen una mayor afinidad o gusto hacia los bares, es decir, tienen una mayor significación para ellos; en cambio los karaokes en dos resultados provenientes de la etapa I y etapa II del análisis de datos se constató que no son lugares representativos para la juventud, no los consideran como parte relevante del espacio recreacional nocturno. Para el caso de los antros, su preferencia se encuentra en una posición media.

En relación a la asistencia se encontró que los jóvenes visitan en promedio entre 2 y 3 establecimiento durante una salida de este tipo; mientras que su hora de salida se da en mayor porcentaje en horas altas de la noche, principalmente alrededor las 3:00 a.m. y 4:00 a.m. Un aspecto interesante sobre este resultado es que el Ayuntamiento de Xalapa expone que por ley el cierre de los negocios de este giro mercantil es a las 2:00 a.m. dejando ciertas interrogantes acerca de que si existe poca vigilancia e indiferencia o vínculos de corrupción e intereses por parte del Gobierno Municipal.

De las prácticas y tipos de consumo se localizó que los jóvenes consideran de gran relevancia que un establecimiento cuente con un concepto definido, el cual refiere a la congruencia temática en todas las áreas del negocio como son decoración, entretenimiento, ambientación y productos que ofrezcan a los consumidores. Mientras que su principal gasto monetario se da en bebidas alcohólicas, preferentemente en cerveza; encontrándose dos



porcentajes importantes: los que beben de 2 a 4 copas por noche (considerado aún como consumo recreativo) ó los que beben de 5 a 7 copas por noche (considerado un consumo alto).

Sobre el ámbito musical, de gran relevancia y característica primordial de cualquier negocio dedicado a la recreación nocturna juvenil, se encuentra que en los bares hay una mayor variabilidad en la preferencia de los géneros musicales que les gustaría utilizaran para su ambientación, las principales preferencias son rock, electrónica y pop, además de mencionar géneros legitimados en Xalapa como jazz y son jarocho; para los antros la preferencia se dirige a la electrónica, reggaetón y reggae; y para los pocos que asisten a karaokes la salsa, electrónica y pop. En los 3 rublos hay mención de la música electrónica, postulándose como una tendencia en el gusto de los jóvenes.

Un aspecto importante al interior de la R.S. de los jóvenes es que se identificó una relación entre los establecimientos recreacionales nocturnos y la difusión cultural. Consideran que cumplen la función de foros o galerías en donde pueden conocer nuevas propuestas musicales, exposiciones o cualquier otro tipo de expresión artística. Este hallazgo muestra que existe una retribución social positiva por parte de este ámbito en los jóvenes, ya que contribuyen al crecimiento de su capital cultural.

También se encontraron inconformidades o situaciones negativas que experimentan la juventud en diferentes áreas, siendo entre las más relevantes el mal servicio al cliente, adulteración de bebidas alcohólicas, peleas al interior y fuera de los locales y abuso de poder o falta de capacitación por parte de cuerpos policiales al momento de realizar operativos; en el caso de las mujeres hostigamiento y acoso sexual.

Para contrarrestar estas inconformidades, al interior del capítulo IV se ofreció una serie de propuestas desde la opinión de los jóvenes para disminuir dichas problemáticas, en donde la esfera gubernamental juega un papel importante para su implementación: la ampliación del horario nocturno, la creación de una ruta de transporte público enfocada al E.R.N. que se dirija a zonas estudiantiles, trato digno por parte de la policía cuando realicen operativos a negocios,



estandarización de precios en todos los establecimiento y la creación de espacios recreativos nocturnos desde el ámbito público.

En la última propuesta de mejora es necesaria su explicación a profundidad. El espacio recreacional nocturno de la zona centro al estar compuesto principalmente por negocios de carácter privado se rige en mayor o menor medida bajo una perspectiva económica, pues se basa en generación de ganancia; por lo que en un estudio posterior se podría analizar si estas tendencias juveniles son unilaterales, es decir, si los jóvenes consumen lo que se les ofrecen o los establecimientos se adaptan a las necesidades juveniles.

Para contrarrestar el peso de las empresas privadas, es necesaria la implementación por parte del Ayuntamiento de Xalapa de espacios de ocio nocturno juvenil desde el sector público, como pueden ser rutas itinerantes de entretenimiento abiertos como son andadores peatonales a los cuales les puedan incorporar espectáculos artísticos, exposiciones que se enfoquen en los gustos y preferencias de los jóvenes, adaptación del espacios que funcionen como puntos de encuentros donde se genere la convivencia juvenil lúdica, como se expone en este proyecto, tan necesaria para dicho sector.

Para finalizar, se debe mencionar que existe por parte la sociedad civil y los medios de comunicación locales un desprestigio al espacio recreacional nocturno, ya que se visualiza como un factor de peligro para los jóvenes; y aunque se han suscitado situaciones de violencia en este espacio, no significa que sea el origen de la propia violencia en sí, sino que son producto de problemáticas estructurales que vive la sociedad xalapeña más complejas y que se encuentran de igual manera en otras esferas sociales.

La convivencia que se genera en el espacio recreacional nocturno, como se expuso anteriormente, incorpora aspectos positivos a los jóvenes y forman parte de su dinámica social. La creación de estudios enfocados a temáticas de recreación y ocio de deben dejar de estigmatizarse como de menor interés, ya que la generación de felicidad y la creación de vínculos cara a cara son de vital importancia para el desarrollo psicológico y social de cualquier individuo.



Reflexiones finales

Como autorreflexión, la temática del proyecto de intervención se relaciona a mi interés particular por el estudio social del ámbito juvenil y cultural. Siendo mi formación académica en sociología, considero que los estudios de opinión son un puente de unión entre la teoría y la praxis que debe de explotarse con mayor frecuencia.

Acerca de mi seguimiento profesional, pretendo continuar mi formación académica en la línea de la investigación social, postulándome para ingresar al programa de la Maestría en Antropología Sociocultural de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, incorporada al PNPC de CONACYT.



Fuentes de Información

Bibliografía

ABRIC, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones sociales*. México: Ediciones Coyoacán.

AGUILAR, A. (2001) *Los usos del espacio nocturno en el Puerto de Veracruz*. En Textos Universitarios. México: UCC.

AIGNEREN, M. (1992). *Los estudios de opinión mediante la encuesta social*. Colombia: Universidad del Valle.

BARCELATA, H. (2011). Xalapa. Economía local y problemática social. En: *Los municipios del Estado de Veracruz*, Vol. 1. México-España: Universidad Veracruzana y Universidad de Málaga.

BERGER, P. y LUCKMAN, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu editores.

BOUDON, R. (1974). *La crisis de la sociología*. España: Laja.

BOURDIEU, P. (2000). *La dominación masculina*. España: Anagrama

BOURDIEU, P. (2011). *Cuestiones de sociología*. España: Akal.

BRIONES, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Colombia: Hvmánitas.

DELGADO, A. y GARCÍA, B. Las culturas veracruzanas en el siglo XX. En: Aguilar, M. & Ortiz, J. (Coords.). (2011) *Historia General de Veracruz*. México: Universidad Veracruzana & Gobierno del Estado de Veracruz.

DURKHEIM, E. (2006). *Las reglas del método sociológico*. Argentina: Losada. Gili.



FLORES, I. Presentación. En: Doise, W., Clémence A. & Lorenzi-Cioldi F. (Coords.) (2005). *Representaciones sociales y análisis de datos*. México: Instituto Mora.

GONZÁLEZ, R. Veracruz. Perfiles regionales, económicos y poblacionales. En: Aguilar, M. y Ortiz, J. (Coords.). (2011) *Historia General de Veracruz*. México: Universidad Veracruzana y Gobierno del Estado de Veracruz.

GRAZIAN, D. (2009) *Urban Nightlife, Social Capital, and the Public Life of Cities*. United States: Sociological Forum.

HERNÁNDEZ, R., FERNANDEZ, C. Y BAPTISTA, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill

LEBART, L. SALEM, A. & BECÚA, M. (2000) *Análisis Estadístico de Textos*. España: Milenio.

LEVI, G y SCHIMITT, J. (1996). *Historia de los jóvenes. De la Edad Media Antigua a la Edad Moderna*. España: Taurus.

MARGULIS, M. (2005). *La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*. Argentina: Biblos.

MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. España: Gustavo

MENDOZA, E., HERNÁNDEZ, L & FERNÁNDEZ, J. Impacto de la Colección Biblioteca del Universitario entre los estudiantes de la Universidad Veracruzana. En Hernández, L., Ojeda, M. & López, c. (Coords.). (2015). *La metodología estadística: casos de aplicación*. México: Imaginaria.

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

REGUILLO, R. (2000). *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias de desencanto*. Colombia: Norma.



RITZER, G. (1997). *Teoría sociológica contemporánea*. México: Mc GRAW-HILL/ Interamericana de España.

RIVERA, G. y MARQUEZ, E. Construyendo la condición juvenil. La experiencia y el significado del ocio, el consumo y el entretenimiento entre un grupo de jóvenes en contextos urbanos y rurales en San Luis Potosí. En: SERRANO, T. & ORTIZ, A. (Coords.). (2011). *La investigación social en México*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

SUÁREZ, J. & CASILLAS M. (2008). *Aproximaciones al estudio histórico de la Universidad Veracruzana*. México: Universidad Veracruzana.

Artículos científicos en línea

ALPIZAR, L & BERNAL M. (2003). La construcción social de las juventudes. *Revista Última Década*. Núm. 19. Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v11n19/art08.pdf> consultada en 02 de octubre de 2016.

DORANTES, J. (2010). Representaciones sociales de la reforma en educación secundaria 2016. XI Congreso Nacional de Investigación Educativa, UNAM. Recuperado de: http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area_16/0250.pdf consultada el 30 de junio de 2017.

GARCÍA CANCLINI, N. (2006). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. Recursos virtuales de la Universidad de Guadalajara. Recuperado de: <http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/713/1/La+sociolo%ada+la+cultura+de+Pierre+Bourdieu++Canclini.htm> consultada el 27 de octubre de 2016.

HERNÁNDEZ, M. & GÓMEZ, S. (2015). Conflicto espacial, exclusión y espacio público en la centralidad urbana de Xalapa, Veracruz. *Revista Brasileña de Gestión Urbana*. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/urbe/v7n3/2175-3369-urbe-2175-3369007003AO04.pdf> consultada el 25 de julio de 2016.



MOLINA, A. (2009). Juventudes y estudios culturales: dos plurales con múltiples relaciones. *Revista de la Universidad Cristóbal Colón*. Num. Especial. Recuperado de: http://www.academia.edu/15552000/Juventudes_y_estudios_culturales_dos_plurales_con_m%C3%BAltiples_relaciones consultada el 31 de septiembre de 2016.

PABELLÉS, J y FEIXA, C. (2000). Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno. *Revista de Estudios de Juventud: identidades y alternativas*. Núm 50. Recuperado de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista50-2.pdf> . Consultada el 15 de marzo de 2017.

SAFA, P. (2002). El concepto de habitus de Pierre Bourdieu y el estudio de las culturas populares en México. *Revista Universidad de Guadalajara*. Núm. 24. Recuperado de: www.cge.edg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu3.html consultada el 26 de octubre de 2016.

VERA, H. (2002). Representaciones y clasificaciones colectivas. L teoría sociológica del conocimiento de Durkheim. *Revista Sociológica UAM-Azcapotzalco*. Num. 50. Recuperado de: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/5005.pdf> consultada el 24 de octubre de 2016.

Artículos de revista en línea

LANE, C. (2012). *Dub: una revolución musical. 1º parte*. Reggaeology corner. Recuperado de: <http://reggaeologycorner.reggae-blog.net/2012/03/06/dub-una-revolucion-musical-1%C2%AA-parte/>

RIVERA, A. (2017). *¿De qué hablamos cuando hablamos del Deep house?* Beat Burger. Recuperado de: <http://www.beatburger.com/especiales/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-deep-house/>

Documentos de trabajo

FARRÉ, L. & CILLEY, C. (2010). Indagando sobre las salidas nocturnas de los jóvenes. Argentina: Universidad de Palermo y TNS Gallup.



MENDES, A., DI LEO, P., SCHWARZ, P., ADAZKO, D. & CAMAROTTI, A. (2010). Usos del tiempo, violencias, consumo de drogas y sexualidad en espacios recreativos nocturnos en tres ciudades argentinas. Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Páginas Institucionales Electrónicas

Base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda 2010. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>

Base de datos de la Encuesta Intercensal 2015 (tabulados y microdatos). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Instituto Nacional de Geografía y Estadística. Recuperado de: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

Consumo de bebidas alcohólicas. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de: http://www.who.int/topics/alcohol_drinking/es/

Diagnóstico de la Situación de los Jóvenes en México de 2011. Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE). Recuperado de: http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Encuesta_Nacional_de_Juventud_2010_-_Resultados_Generales_18nov11.pdf

Declaratoria de Alerta de Género en Veracruz. Secretaría de Gobernación. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/167570/Declaratoria_AVGM_Veracruz.pdf

Encuesta Nacional de Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y Delincuencia 2014. Secretaría de Gobernación (SEGOB) & Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_08_9.pdf



Encuesta Nacional Juventud 2010. Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE). Recuperado de: http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Encuesta_Nacional_de_Juventud_2010_-_Resultados_Generales_18nov11.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2010/>

Medición de pobreza en México (S/F). Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Recuperado de: <http://web.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Medici%c3%b3n/Pobreza%202012/Pobreza-2012.aspx>

Primera Encuesta 2016 de Usuarios en Servicios de Telecomunicaciones. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Recuperado de: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/primera-encuesta-2016-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>

Programa Gubernamental “Visita México”. Secretaría de Gobernación. Recuperado de: <https://www.visitmexico.com/es/destinos-principales/veracruz/xalapa>

Reglamento de Desarrollo Económico y Turístico del Municipio de Xalapa 2016. Ayuntamiento de Xalapa. Recuperado de: <http://xalapa.gob.mx/transparencia/wp-content/uploads/sites/2/2016/01/desarrollo-economico-y-turistico.pdf>

Artículos de periódicos en línea

LÓPEZ, L. (23 de mayo de 2016). *Ataque a bar gay en la ciudad de Xalapa, más de 5 heridos*. Excélsior. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/23/1094212>

MORALES, P. (04 de abril de 2017). *Continúan operativos policiacos en antros de Xalapa*. TelevisaNews. Recuperado de: <http://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/estados/2017-04-04/continuan-operativos-antros-xalapa-veracruz/>



Ataque con arma blanca en antro ubicado en el centro de la ciudad de Xalapa (28 de julio de 2017). Notinformex. Recuperado de: <http://www.notinfomex.mx/2017/07/balean-al-hunter-en-el-callejon.htm>

Repunta la tasa de homicidios (17 de agosto de 2017). Formato 7. Recuperado de: <https://formato7.com/2016/08/17/repunta-la-tasa-homicidios-5-municipios/>

Materiales Cartográficos

Mapa del municipio de Xalapa, Veracruz 2010. Extraído del Compendio de Información Geográfica Municipal. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Plano de Urbanidad de Xalapa, Veracruz, 2015. Extraído de Cartografía Urbana. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.



Anexos

Anexo I: Cuestionario fase 1 lanzado en línea a través de los Formularios de Google. Se mantiene en formato original.

Opinión de los jóvenes sobre el espacio recreacional nocturno de Xalapa, Veracruz

La presente encuesta forma parte de la primera etapa de la investigación "Las representaciones sociales de los jóvenes sobre el espacio recreacional nocturno de Xalapa, Ver." y se diseñó para conocer la opinión de los jóvenes sobre dicho espacio: (bares, antros y karaokes).

Si te encuentras entre los 18-29 años de edad y vives en la ciudad de Xalapa te invitamos a responderla.

Te recordamos que los datos que nos proporcionas son anónimos y con fines exclusivamente académicos.

Agradecemos tu colaboración.

***Obligatorio**

Edad *

- 18-20 años
- 21-23 años
- 24-26 años
- 27-29 años

¿Cuál es tu bar favorito del centro de la ciudad de Xalapa? (se caracteriza por cerrar a 12:00 a.m., tiene espacios para conversar y por lo general venden alimentos preparados) *

Tu respuesta

¿Cuál es tu antro o club nocturno favorito del centro de la ciudad de Xalapa? (se caracteriza por cerrar a las 3:00 a.m., tiene un espacio para bailar y un volumen alto en la música) *

Tu respuesta

¿Cuál es tu karaoke favorito del centro de la ciudad de Xalapa? *

Tu respuesta



¿Con que frecuencia visitas los espacios de recreación nocturna (bares, antros y karaokes)? *

- 1 vez a la semana
- 1 vez cada 2 semanas
- 1 vez cada 3 semanas
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 2 meses
- Ninguno

ENVIAR

*La encuesta se encuentra bloqueada para contestar, pero sigue en línea. Puedes consultarse en la siguiente liga:

https://docs.google.com/forms/d/1wkhimASodUE8FzXki3goIyvW8iwp_1_Ov4Wk628nbQE/viewform?edit_requested=true

En el caso de querer más información acerca de esta investigación, proporciona tu correo electrónico:

Muchas gracias por su aportación.



Anexo II: cuestionario fase 2, aplicado cara a cara

IC	<input type="text"/>	FECHA:	<input type="text"/>	FOLIO:	<input type="text"/>
LUGAR DE APLICACIÓN:	<input type="text"/>		<input type="text"/>		
PERFIL DEL ENCUESTADO:					
(ENCUESTADOR LEA ESTE PÁRRAFO ANTES DE INICIAR LA ENCUESTA)					
Este cuestionario se diseñó para conocer la opinión de los jóvenes sobre los espacios de recreación nocturna (bares, antros/clubes nocturnos y karaokes) del centro de la ciudad de Xalapa, Ver. Le recordamos que los datos que nos proporcionen son anónimos y con fines exclusivamente académicos. Agradecemos su colaboración. Marcar una opción por pregunta.					
DATOS GENERALES					
1. Género.					
<input type="radio"/> Masculino			<input type="radio"/> Femenino		
2. Edad.					
<input type="radio"/> 18 – 20		<input type="radio"/> 21 – 23		<input type="radio"/> 24 – 26	
<input type="radio"/> 27 – 29					
3. Estado Civil.					
<input type="radio"/> Soltero (a)		<input type="radio"/> Unión libre		<input type="radio"/> Casado (a)	
				<input type="radio"/> Divorciado (a)	
<input type="radio"/> Viudo (a)					
4. Último grado de estudios.					
<input type="radio"/> Ninguno		<input type="radio"/> Primaria		<input type="radio"/> Secundaria	
<input type="radio"/> Preparatoria					
<input type="radio"/> Carrera técnica		<input type="radio"/> Universidad		<input type="radio"/> Posgrado	
5. Ocupación principal.					
<input type="radio"/> Estudiante		<input type="radio"/> Trabajador profesionalista		<input type="radio"/> Comerciante	
				<input type="radio"/> Empresario	
				<input type="radio"/> Subordinado y remunerado	
<input type="radio"/> Desempleado					
INFORMACIÓN					
6. De los siguientes espacios de recreación nocturna: bar, antro/club nocturno y karaoke ¿Cuál frecuentas más?					
<input type="radio"/> Bar		<input type="radio"/> Antro/Club Nocturno		<input type="radio"/> Karaoke	



7. ¿Qué días de la semana frecuentas los espacios de recreación nocturna? (Marque 2 opciones).						
<input type="radio"/> Lunes	<input type="radio"/> Martes	<input type="radio"/> Miércoles	<input type="radio"/> Jueves	<input type="radio"/> Viernes	<input type="radio"/> Sábado	<input type="radio"/> Domingo
8. ¿Con que frecuencia visitas los bares, antros/club nocturno y karaokes?*						
<input type="radio"/> Muy frecuentemente	<input type="radio"/> Frecuentemente	<input type="radio"/> De vez en cuando		<input type="radio"/> Pocas veces		
9. ¿Cuántos bares, antros/club nocturno, karaokes llegas a visitar en una noche?						
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5 o más		
10. ¿Por qué razón asistes a los bares, antros/club nocturno o karaokes?						
<input type="radio"/> Bailar	<input type="radio"/> Beber	<input type="radio"/> Festejar	<input type="radio"/> Convivir	<input type="radio"/> Conocer gente		
<input type="radio"/> Desestresarse	<input type="radio"/> Salir de la rutina	<input type="radio"/> Ligue		<input type="radio"/> Sexo		
<input type="radio"/> Otro (especifique)						
11. De las siguientes personas ¿Quién tiene conocimiento de que asistes a un espacio de recreación nocturna?						
<input type="radio"/> Padres	<input type="radio"/> Tutor	<input type="radio"/> Familiar	<input type="radio"/> Pareja	<input type="radio"/> Compañero de pensión o casa	<input type="radio"/> Ninguno	
12. De los siguientes aspectos ¿A cuál le prestas mayor atención al ingresar a un bar, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> El tipo de personas que asisten al lugar	<input type="radio"/> Concepto del lugar	<input type="radio"/> Oferta artística general	<input type="radio"/> Variedad y sabor en su carta	<input type="radio"/> Seguridad		
<input type="radio"/> El precio	<input type="radio"/> Código de vestimenta para ingresar	<input type="radio"/> Atención personalizada	<input type="radio"/> Ubicación			
13. ¿Qué tipo de música prefieres escuchar en los bares, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> Rock	<input type="radio"/> Electrónica	<input type="radio"/> Reggae	<input type="radio"/> Salsa			
<input type="radio"/> Reggaeton	<input type="radio"/> Pop	<input type="radio"/> Banda	<input type="radio"/> Jazz			
<input type="radio"/> Hip-Hop	<input type="radio"/> Son Jarocho	<input type="radio"/> Otro (especifique)				
14. ¿Qué medio consideras más viable para que se dé a conocer un bar, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> Redes sociales	<input type="radio"/> Recomendación de amigos o conocidos	<input type="radio"/> Publicidad		<input type="radio"/> Otro (especifique)		
15. ¿Qué tipo de alcohol prefieres consumir en un bar, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> Cerveza	<input type="radio"/> Whiskey	<input type="radio"/> Vodka	<input type="radio"/> Ron	<input type="radio"/> Tequila artesanales	<input type="radio"/> Preparados	<input type="radio"/> Otro (especifique)
16. ¿Cuál es en número de copas que consumes en una salida a un bar, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> 2-4	<input type="radio"/> 5-7	<input type="radio"/> 8-10	<input type="radio"/> 11-más	<input type="radio"/> ninguna		
17. ¿Con quiénes sales cuando frecuentas un bar, antro/club nocturno o karaoke?						



<input type="radio"/> Solo	<input type="radio"/> Pareja	<input type="radio"/> Amigos	<input type="radio"/> Compañeros de escuela o trabajo	<input type="radio"/> Familiares	<input type="radio"/> Personas que conoces esa noche	
18. Comúnmente ¿A que hora llegas a estos espacios (bares, antros/club y karaokes)						
<input type="radio"/> Antes de las 7:00 p.m.	<input type="radio"/> 7:00 p.m.	<input type="radio"/> 8:00 p.m.	<input type="radio"/> 9:00 p.m.	<input type="radio"/> 10:00 p.m.	<input type="radio"/> 11:00p.m.	<input type="radio"/> 12:00 a.m.
19. Comúnmente ¿A que hora te retiras de estos espacios (bares, antros/clubes y karaokes)?						
<input type="radio"/> 10:00 pm	<input type="radio"/> 11:00 pm	<input type="radio"/> 12:00 am	<input type="radio"/> 1:00 am	<input type="radio"/> 2:00 am	<input type="radio"/> 3:00 am	<input type="radio"/> 4:00 am ó más
20. En promedio, ¿Cuánto gastas en una salida a un bar, antro/club nocturno o karaoke?						
<input type="radio"/> \$100.00 - \$200.00	<input type="radio"/> \$201.00 - \$300.00	<input type="radio"/> \$301.00 - \$400.00	<input type="radio"/> \$401.00 - \$500.00	<input type="radio"/> \$501.00 - \$600.00		
<input type="radio"/> \$601.00 - \$700.00	<input type="radio"/> \$701.00 - \$800.00	<input type="radio"/> \$801.00 - \$900.00	<input type="radio"/> \$901.00 - \$1000.00	<input type="radio"/> \$1001.00 - más		
21. Asistir a un bar, antro/club nocturno o karaoke te causa:						
<input type="radio"/> Libertad		<input type="radio"/> Felicidad		<input type="radio"/> Descontrol		
<input type="radio"/> Indiferencia		<input type="radio"/> Ansiedad		<input type="radio"/> Otro (especifique)		
22. Para ti que significa el término “espacio recreacional nocturno”						
23. Puedes compartir alguna experiencia (positiva o negativa) que hayas vivido en tu asistencia a algún bar, antro/club o karaoke en la ciudad de Xalapa.						
24. ¿Qué recomendarías para mejorar el espacio recreacional nocturno en Xalapa?						