

La industria del ocio, el nuevo consumismo de masas en el Siglo XXI

Yadira Sandoval Rodríguez*

En esta ponencia analizaremos que significa el tiempo libre en la modernidad. Nos apoyaremos del teórico Herbert Marcuse para explicar que el tiempo de ocio está condicionado por las relaciones sociales de producción, llegando a la conclusión de que el disfrute de este tiempo, aparte de estar alienadas por una serie de producciones culturales (concepto utilizado por Dean MacCannell), también está determinado por la clase social a la que se pertenece, debido a las formas de vida de las ciudades industrializadas.

El objetivo de este trabajo es analizar el tiempo de ocio en la comunidad hermosillense y reflexionar acerca de las actividades que realizan los ciudadanos en este tiempo, así como definir el concepto de tiempo de ocio y tiempo libre, conceptos relacionados con el tiempo del hombre cuando no está relacionado con la industria. También se analizará las actividades recreativas y los tipos de inmobiliaria que están relacionada con la industria del ocio en Hermosillo, ya que la crítica que hace Marcuse a la modernidad es, que dependiendo de las actividades que realizan las personas de una determinada sociedad, estas se verán reflejadas en su conducta y en el nivel de conciencia.

Los conceptos que se utilizarán son:

* Estudiante del Programa de Maestría en Ciencias Sociales de El Colegio de Sonora. Correo electrónico: soyaya22@hotmail.com, soyaya22@yahoo.com

Alienación manejado por Carlos Marx, que es: la distorsión que causa la estructura de la sociedad capitalista en la naturaleza humana.

Fetichismo: devoción por los objetos.

Y de Dean MacCannell se utiliza el concepto de producciones culturales como: modelos, que se representan por medio de signos y rituales, que transportan al individuo más allá de sí mismo y de las restricciones de la experiencia diaria.

Herbert Marcuse

Marcuse en *El hombre unidimensional* (1964), su obra más famosa, presenta a la sociedad capitalista “avanzada” como una sociedad en la que el hombre ha perdido su sentido crítico. El consumismo y la “liberación de las costumbres” lo han transformado en un ser cada vez más adaptado e integrado al sistema. Ya no hay espacio para la oposición y la crítica, la sociedad unidimensional “integra en sí toda auténtica oposición y absorbe en su seno cualquier alternativa”. En ella se da “una confortable, tersa, razonable, democrática no libertad”. El capitalismo avanzado ejerce su dominio, su control total, de un modo sutil, manipulando los deseos y las necesidades de las personas. “No sólo determina las ocupaciones, las habilidades y las actitudes socialmente requeridas, sino también las necesidades y las aspiraciones individuales” (Millán 2000).

Marcuse reformula desde el pensamiento crítico una teoría de la liberación individual y social, de ruptura con los moldes represivos de la cultura burguesa, como expresión humanizada de las ideologías de emancipación

social, que la URSS había desvirtuado en las prácticas del proyecto socialista. Marcuse, que se mueve entre los pensamientos de Marx y Freud, denuncia la teoría cultural de Freud por pesimista, y entiende la cultura no como sublimación represiva, sino como la libre expresión del eros, el principio del placer y de la dimensión lúdica (Millán 2000).

Para Marcuse, los medios de comunicación y las industrias culturales, así como las expresiones de la publicidad comercial, reproducen y socializan en los valores el sistema dominante y amenazan con eliminar el pensamiento y la crítica. Los efectos de esta orientación mediática crean un escenario de cultura cerrado, 'unidimensional', que propicia una especie de pensamiento único y determina la conducta del individuo en la sociedad. Los medios crean una estructura de dominación, bajo la apariencia de una 'conciencia feliz' que inhibe la posibilidad de cambio hacia la liberación. Los medios de comunicación, a través de un lenguaje informal, no dan explicaciones ni ofrece conceptos, sino que aporta imágenes. Descontextualiza, niega la referencia histórica. Lejos de moverse entre la verdad o la mentira, se limita a imponer un modelo.

La industria del ocio, el nuevo consumismo de masas en el siglo XXI

Marcuse en su obra expone que en el nuevo capitalismo existe dos formas de dominio, uno el represivo y el otro el liberador, diciendo que este último comprende la reducción de la miseria, la violencia y la crueldad. Debido a la industrialización avanzada, resultado de la ideología positivista, la cual ha generado a través de los estados de bienestar una mejora en el nivel de vida

de los obreros, afirmándose que el “individuo” es más libre en estados desarrollados, que en países no desarrollados tecnológicamente.

Para Marcuse esta es una mentira ya que dicha asimilación consiste en que el contenido mismo de la conciencia humana está fetichizada (devoción por los objetos materiales, en términos marxistas), por la diversidad de mercancías y libertades disponibles que se encuentran en el mercado, donde el espíritu capitalista se ha aprovechado de las necesidades mismas del hombre que está inmerso en esta sociedad. Para Marcuse muchas de estas necesidades son ficticias, producidas por las sociedades industriales modernas y orientadas a los fines del modelo. Concluyendo que la democracia que se ofrece en los países desarrollados está consolidada en la dominación del pensamiento y en la represión de los instintos.

Ante la variedad de libertades y necesidades ficticias, surge una nueva forma de fetichismo en la sociedad moderna del siglo XXI, el consumismo de mercancías y actividades recreativas, como forma de descanso y relajación ante el estrés del trabajo y las rutinas diarias que se vive en las ciudades.

El “Tiempo libre” surge en los años 40, después de la segunda guerra mundial. Las masas obreras al estabilizarse económicamente, inician a demandar descanso y recreación en las ciudades y en las playas como destino vacacional. Este acontecimiento no pasó mucho tiempo de ser ignorado por los hombres de negocios quienes empezaron a desarrollar en las ciudades megaproyectos (infraestructura de recreación donde se consume una serie de servicios y artículos de entretenimiento) como oferta de entretenimiento y relajación ante la necesidad de liberación del trabajo rutinario. Así es como

inician a formarse los centros comerciales, cines, parques temáticos, museos, bares, discotecas, y lo nuevo del siglo XXI, los grandes centros vacacionales en playas.

Para Marcuse “el tiempo de ocio” son para las elites y “el tiempo libre” son para las masas. Estos últimos, lo utilizan para salir y consumir todo aquello que los distraiga y libere del estrés del trabajo. Lo cual sobrelleva a gastar en cosas innecesarias es decir, sin evaluación racional de la utilidad del producto, identificando en él la felicidad por el sólo hecho de consumir. Ejemplo de ello, las adolescentes o jóvenes de clase media y baja que trabajan, llega el fin de semana, y ellas se van a los centros comerciales a consumir artículos o comprar ropa, la cual se pondrán para el baile de la noche, gastando la mayor parte del dinero que ganaron. También existe de aquellos individuos que se van todas las tardes a las cantinas de la ciudad, como forma de evadir cansancio y problemas.

Esto es el nuevo fetichismo de la modernidad: consumir “basura” en “tiempo libre”, como la forma de sentir liberación y distracción de todo aquello que negamos. Ideología que está tomando fuerza en el siglo XXI.

Tanta enajenación no permite la reflexión acerca de la verdadera importancia del “tiempo libre” y el “tiempo de ocio”. Estos tiempos se ven en las tres clases sociales como una “huida”, la huida del trabajo y de todo aquello que nos incomoda. Huyen a sus casas a dormir después del trabajo, o a ver televisión, al cine, a la fiesta, al bar, al chat de internet, o lo nuevo: viajes relámpagos a centros vacacionales.

Quienes realizan estas modernas actividades de ocio, generan una demanda específica de bienes y servicios que dan lugar, a su vez, a líneas de producción antes desconocidas, o poco significativas orientadas a satisfacer la necesidad de esparcimiento y libertad. Resaltando que las personas que tienen mayor tiempo libre, pueden consumir servicios de recreación y como siempre pertenecen a los status de clase alta y media alta.

¿Pero qué significa el “tiempo libre” y “tiempo de ocio” en la época contemporánea? Es importante conocer el significado que se le otorga actualmente a los conceptos anteriores, porque de ellos dependerá la clase de producciones culturales que se ofertan a la ciudadanía en el tiempo que no se trabaja, el cual es fundamental para el desarrollo personal de los individuos de una comunidad. Las actividades que llegan a realizar los ciudadanos en los tiempos libres se verá reflejado en la cultura de la sociedad.

El IV Congreso Mundial de Ocio de Bilbao (2000) ofreció toda una diversidad de significados de ambos términos. Al tiempo libre o no comprometido con compromisos de cualquier tipo se le viene llamando también tiempo de ocio sin tener en cuenta la riqueza conceptual del término. A partir de los textos de las comunicaciones libres y los de las conferencias magistrales y temáticas de destacados especialistas en la materia se hicieron interesantes estudios sobre la polisemia extrema de ambos términos. Como muestra de la misma citaré una frase del programa del congreso (Muñoz 2004)¹. En ella se hace referencia al significado de tiempo libre, este también se relaciona

¹ Tomado de internet de la página <http://www.eumed.net/ce/> . Fecha de consulta, mayo del 2008.

directamente con el tiempo de ocio y a la vez con la actividad turística, el cual se definió de la siguiente manera:

Producto de consumo, elemento de disfrute y diversión, impulsor del desarrollo económico, generador de empleo, promotor del desarrollo personal y comunitario.

Con lo anterior podemos decir que el tiempo de ocio lo están relacionando con la actividad turística llamada también “industria del ocio”. Y quienes están consumiendo este producto son los países ricos, como Estados Unidos. Para ellos es fácil viajar y pasar sus vacaciones o tiempo libre en nuestro país. Como los spring break² que se desarrollan en las playas de México, las cuales se convierten en lugares propicios para consumir drogas. Los jóvenes vienen a nuestro país a hacer lo que en su país “de primer mundo” no pueden hacer: liberar su eros por medio de una conducta irracional desenfrenada³. Análisis que realizo desde la postura de Marcuse.

Mientras tanto las autoridades de México dejan que se desarrolle este tipo de actos en nuestras regiones. La razón es, porque “consumen” que es el objetivo fundamental de los empresarios de hoteles y bares, sin importar que este comportamiento desenfrenado afecte a las comunidades locales que se encuentran cerca de los centros vacacionales. Con esto se da el nuevo consumismo de masas, el turismo de playa, hotel y avión, denominado “turismo

² Se le llama así, a la época de vacaciones de primavera de los norteamericanos.

³ Que se comporta sin moderación y con violencia. Definición del diccionario de la Real Academia Española.

masivo”, el cual también lo ven como la oportunidad de desarrollo económico para los países menos desarrollados.

Esta forma de consumismo de tiempo libre, los jóvenes de Hermosillo están adoptando estas formas de consumo de tiempo libre en lugares vacacionales y en épocas de festejos como la “Semana Diabla”⁴ (que es una semana después de cuaresma), la cual se dio en Bahía Kino⁵, por un grupo de jóvenes de familias que pertenecen a un nivel social alto. Estos jóvenes van y realizan toda una serie de actividades, comportándose como los gringos de los spring break en Puerto Peñasco. Y en las vacaciones del 2008, ya se vio la presencia de jóvenes de clase media en la semana diabla, llegando a presentar los mismos comportamientos.

Del párrafo anterior se reflexiona desde la postura de Marcuse que las actividades consultivas, antes reservadas primero a las clases dirigentes y más tarde a los sectores sociales de altos niveles de renta, quedaron al alcance de quienes pertenecen a segmentos de niveles de ingresos cada vez más bajos. Y como dice Marcuse los valores de la clase dominante, influyen en la clase media y baja. Esto ya lo podemos observar en los grupos de jóvenes de Hermosillo, los efectos del comportamiento de turistas gringos.

Lo anterior descrito Dean MacCannell lo ha llamado: producciones culturales que son modelos, que se representan por medio de signos y rituales, que transportan al individuo más allá de sí mismo y de las restricciones de la experiencia diaria. MacCannell dice que las producciones culturales

⁴ Le llamarón así las autoridades del municipio a esa semana, por el índice de desenfrene que llegó a presentar en un momento.

⁵ Bahía Kino es una playa que se encuentra a una hora de Hermosillo.

están formados por modelos de vida social novelados idealizados o exagerados que son de dominio público, a través del cine, ficción, retórica política, conversación trivial, tiras cómicas, exposiciones, etiqueta y espectáculos. Y para que ocurra lo anterior, tiene que constar de dos aspectos básicos que deben combinarse. La primera parte consiste, en el modelo, el cual se refiere a un ideal personificado. La segunda parte de la experiencia está formada por la creencia o sensación alterada, creada, intensificada, que se basa en el modelo, llamado influencia (MacCannell 2003).

Por ejemplo los spring break en México viene siendo un modelo alienado; la emoción de andar en la fiesta, en la borrachera etc, es la influencia. Para que se conecte un modelo con su influencia MacCaneell le ha llamado el medio el medio en este caso son los centros vacacionales. Así que un modelo cultural, sus influencias, el medio que las une, y las audiencias que se forman alrededor de ellas, empresarios, políticos, productores, agentes, proveedores, distribuidores, hoteleros, restauranteros etc, impactan de forma positiva o negativa en una cierta comunidad.

Pero ¿Qué sucede con las familias y jóvenes de clase baja que no cuentan con recursos económicos para distraerse y que muchos de ellos ni siquiera conocen la playa o lugares como el cine, entre otros? Lo anterior, debido a que muchos padres de familias y jóvenes llegan a tener doble trabajos para poder sobrevivir, y el poco tiempo libre que tienen lo utilizan sólo para dormir o ver televisión. Es a lo más que pueden aspirar, o hacer visitas a centros comerciales, sin llegar a consumir.

En la modernidad los centros comerciales se vuelen los puntos de concentración familiar, en ellos se encuentran todo tipo de consumismo para la familia. Marcuse le llama “la alienación de la arquitectura”, porque el mismo modelo de centros comerciales estilo gringo son impuestos en regiones locales como Hermosillo, esto debido a las empresas trasnacionales. En toda ciudad los centros comerciales son los centros atractivos para pasar el tiempo libre con la familia. En estos lugares no existe expresión artística y ni siquiera se llega a exhibir otra clase de entretenimientos con contenidos educativos, las actividades en estos puntos se centran sólo en el acto de consumir.

Por ejemplo en la ciudad de Hermosillo, la mayor parte de la comunidad no conoce el significado de la palabra ocio, pero valoran pasar el tiempo libre con la familia. En una encuesta desarrollada en Marzo del 2007 en los parques de colonias y centros comerciales, se cuestionó a personas de status alta, media y baja sobre el tiempo de ocio. De 100 encuestados, 45 contestaron que no sabían que significaba la palabra, esta respuesta fue por parte de la clase baja y clase media baja. En el momento de explicarles el significado a los encuestados, contestaron algunos que “no existía eso en su vida” y “que no había tiempo para eso”. Otros contestaron que el tiempo de ocio o tiempo libre era para estar con la familia y descansar, y las actividades que realizan que eran: ver televisión, dormir, salir a algún parque o a un centro comercial. Otros comentaron que salían a pueblos cercanos, o a reuniones familiares donde se consume carne asada y cerveza. Pero la mayoría contestó que el tiempo de ocio lo utilizaban para ir al cine. Con esta encuesta se concluyó que unas de

las actividades de recreación, que es consumida por los hermosillenses es el cine, asar carne y comprar cerveza.

Es triste que las producciones culturales que se ofertan a través de la industria del ocio en la comunidad hermosillense no se condescienden a la sublimación (proceso a través del cual un individuo o sociedad recanaliza las energías del eros, hacia la construcción de un firmamento de valores) en el ser humano, por lo contrario se continua en la desublimación de conciencia (valores perdidos).

Daré un ejemplo de una producción cultural por ejemplo el cine. La mayoría de las películas expuestas en el cine son de Hollywood con una ideología consumista estilo americanizada muy unidimensional, son pocas las ocasiones que se puede encontrar una variedad de películas de otros lugares. Lo anterior no es sano, ya que muchas de las películas que ven los hermosillenses son sin sentido reflexivo, la mayoría son de acción y de historias con dramas de la cultura norteamericana y de esta forma no se trasciende la esencia del ser humano. Porque estas clases de películas no invitan a la reflexión y por lo tanto no promueven un pensamiento crítico. Si la comunidad conociera más de arte, demandaría buenas cosas, entre esto, buenas películas; mientras no exista esta clase de demanda las personas seguirán enajenadas en ideologías sin reflexión.

Por tal motivo el tiempo de ocio tiempo definido como: el tiempo libre consiste en un modo de darse el tiempo social personalmente sentido como libre y porque el hombre se auto condiciona para compensarse, y en último

término afirmarse individual y socialmente. O sea el tiempo libre es un tiempo de libertad para la libertad. (Frederic Munné, 1980) citado por Muñoz.

También hay una célebre frase de Veblen⁶ que dice que desde los días de los filósofos griegos hasta los nuestros, los hombres reflexivos han considerado siempre como un requisito necesario para poder llevar una vida digna, bella o incluso irreprochable, un cierto grado de ociosidad y de exención de todo contacto con los procesos industriales que sirven a las finalidades cotidianas inmediatas de la vida humana. Esta frase nos dice que Veblen no alude a la simple desocupación o al descanso vacacional, el llamado tiempo libre, sino a la ocupación en actividades superiores, honorables y socialmente dignificantes.

Entonces podemos definir que el tiempo de ocio es el tiempo fundamental en el hombre, para recrear su espíritu y su introyección (el espacio íntimo del individuo). Es el tiempo donde el ser humano podría leer, reflexionar, pensar, recrearse con una obra de teatro o una buena película; asistir con la familia a lugares donde se muestre entretenimiento de arte, con contenidos educativos, esto como alimento para el alma. Para Marcuse, lo anterior es la parte subjetiva del hombre que está reprimida, porque la ideología que impera en la modernidad es lo racional y lo objetivo, haciendo a un lado lo absoluto (lo infinito del yo, el ser).

Porque dependiendo de las actividades que desarrollan los individuos de una sociedad en su tiempo libre, dependerá el nivel de conciencia y libertad del individuo. Porque la verdadera libertad es llegar a la “conciencia”, el cual es un

⁶ Citado por Muñoz.

modo de existir en conocimiento de todo lo que nos rodea, es ser independiente en el ser y en ese estado, el ser encuentra la transparencia del mundo, porque ha llegado al pensamiento crítico, y en esa realidad el ser se vuelve activo, ya que el pensar hace al hombre exigente, y no tolera más lo pasivo, porque lo pasivo no permitirá negar lo que se da por afirmativo.

La ciudad de Hermosillo presenta un capital cultural bajo, donde los niveles de demanda de cultura y de ciencia son mínimos, aunque hay un grupo de personas que demanda este tipo de necesidades educativas las cuales como siempre pertenecen a status de clase alta o media alta, y aún así, la demanda es poca.

La comunidad hermosillense, en su mayoría aún no conocen otras formas de diversión y recreación donde esté implícito toda una serie de producciones culturales y científicas, que cooperen en la construcción de una ciudadanía más crítica. Lo anterior, debido a que no existen los medios y los espacios suficientes para realizar promoción y divulgación de la cultura. Las instituciones que hay de cultura en la ciudad, es mínimo lo que llegan hacer durante el año, debido a que (según declaraciones del Instituto Sonorense de Cultura) no hay presupuesto para realizar varias actividades culturales.

Los estudiantes universitarios no conocen de arte y nada que tenga que ver con la literatura, en esas condiciones no son personas con pensamiento crítico de su realidad, sino al contrario es un universitario pasivo, que no expresa y manifiesta su existencia. Claro que para el empresario y las autoridades de Hermosillo esto no les interesa ya que el tiempo de ocio de estas personas no existe, como diría Carlos Marx: en la sociedad capitalista, “el

tiempo libre de una clase se crea convirtiendo en tiempo de trabajo toda la vida de las masas”.

En otros países el tiempo de ocio en los ciudadanos es de suma importancia. En el caso de Europa, el gobierno vio como punto urgente para el desarrollo social de los nacionales el tiempo de ocio. Así que ellos desarrollaron una serie de parques, museos, lugares donde se realizarán manifestaciones artísticas para el desarrollo humano de dichas comunidades y no como en Hermosillo con el proyecto Musas. Tal modelo de producción cultural, tiene un fin y ese fin es para las personas de clase alta y para turistas de Estados Unidos, ignorando las necesidades de los hermosillenses. Este megaproyecto está unido con el proyecto denominado “Escalera Náutica”, el cual detonará como “derrame económica”, para la región de Sonora. Lo anterior, obedece que el turismo es una actividad económica que está generando mucho dinero y lo ven como la base para el desarrollo de ciudades. Por lo tanto, la ciudad a la que ofertarán como lugar turístico tiene que disponer con infraestructura como: hoteles, restaurantes, centros comerciales, bares, buenos caminos, buena imagen de la ciudad. Toda una serie de instalaciones alienada acorde al primer mundo, con el propósito de poder venderla al extranjero como opción de esparcimiento.

El proyecto musas es un símbolo el cual va construir e imponer una determinada visión de estilo de consumir tiempo libre, el cual creará un mundo irreal del mundo social hermosillense, esta infraestructura va establecer los criterios de diferenciación social y va clasificar y construir los grupos sociales. Todos estos mecanismos para condicionar el uso del tiempo libre de las masas

tienen un objetivo concreto: garantizar la hegemonía de la clase dominante. La transmisión de valores de la clase dominante a través de las producciones culturales y modelos de inmobiliarias forma parte destacada de todo el mecanismo del sistema. De ahí la necesidad de articular elementos autónomos (como proyectos culturales y urbanísticos) por parte de la sociedad para autodeterminarse.

Como dice Marcuse: la autodeterminación será real en la medida en que las masas hayan sido disueltas en individuos liberados de toda propaganda, adoctrinamiento o manipulación; individuos que sean capaces de conocer y comprender los hechos y de evaluar las alternativas. En otras palabras, la sociedad será racional y libre en la medida en que esté organizada, sostenida y reproducida por un sujeto histórico esencialmente nuevo.

Si, porque si no está uno consumiendo mercancías (una de las principales fuentes de alineación de las masas) se está consumiendo una ideología “pasivamente” a través de los medios de comunicación de masas: televisión, cine, prensa escrita, etc. Y una sociedad enajenada, es una sociedad peligrosa⁷, porque no hay participación ciudadana y al no haberla, el poder hace lo que desea.

Resistencia, empresas alternativas de ocio que promueven conciencia a través de la recreación.

En los años 80's inició una nueva corriente de turismo que es el Ecoturismo, resultado de los cambios en los valores y hábitos de vida ocurridos en las poblaciones de los países desarrollados, que procuran mejorar su

⁷ Una sociedad con alto índice de delincuencia, de drogadicción, analfabeta, consumista etc.

calidad de vida mediante nuevas formas de utilización del tiempo libre y un ambiente limpio. Esta nueva modalidad de desplazamiento, consiste en visitar destinos naturales que no sean playas, con el propósito de fomentar acciones en una conciencia ecológica para el cuidado del medio ambiente.

También, hace unos años surgió otro tipo de turismo el turismo Científico, el cual tiene objetivo de promover y de involucrar a las personas de una manera más directa y participativa en el conocimiento del mundo natural. Lo anterior, en ausencia de programas académicos que sustenten una formación multidisciplinaria en los individuos de una sociedad. Eso se dio a partir de la crisis ambiental que aconteció en los países desarrollados.

Este tipo de turismo propone conjugar ciencia académica, educación ambiental y turismo, con el fin de incorporar en este programa aspectos hasta ahora no considerados que, a través de un intercambio multidisciplinario, permitan ampliar el ámbito de acción de cada una de estas áreas individuales y satisfacer necesidades educativas, culturales y recreativas de un grupo de personas.

Este tipo de turismo es dirigido por científicos preocupados de la conservación, el respeto por la naturaleza y la enseñanza enriquecedora que el mundo natural nos ofrece. La dinámica de este tipo de turismo es compartir conocimiento a través de formatos multimedia y audiovisuales, que permiten que las personas aprendan a ver y a conocer la naturaleza de un modo directo y responsable del lugar que ocupamos en el concierto natural.

Nuestro estado, en el intento de generar resultados palpables en el crecimiento educativo y cultural, debería tomar este modelo de empresa como una prioridad efectiva.

Aún es escaso el interés del sector privado por sustentar este tipo de actividades. Por eso es necesario buscar aliados que apoyen ideas nuevas surgidas desde nuestra realidad social.

Conclusión

En el siglo XXI la necesidad de ocio está determinada por la necesidad de descanso, libertad, explorar, salir, viajar. Pero este tipo de actividades las cuales son un derecho en el ciudadano están alienadas por una serie de producciones culturales impuestas por el mercado global, lo cual afecta a la identidad del lugar.

Así que el tiempo de ocio no puede estar determinado por el consumo de objetos materiales y la búsqueda de producciones culturales sin sentido reflexivo, para satisfacer nuestro tiempo libre. No necesitamos pasarnos todo una tarde de sábado paseando por el centro comercial, y terminar cenando una hamburguesa en el Burger King, McDonald`s o el Carl`s Junior.

Por lo tanto se debería tomar en cuenta las propuestas locales, esto quiere decir de especialistas en el área de promoción y divulgación de cultura y de urbanistas. Donde juntos podrían realizar y proponer proyectos enfocados a la recreación, donde esté implícito la identidad del lugar y el respeto a la naturaleza y al territorio local. Lográndose así desarrollar un modelo, el cual podría impactar en el desarrollo social y económico de la ciudad.

A manera que mejor se administre el tiempo de ocio de la sociedad por medio de ofertas de espacios culturales y ecológicos, mejor se ampliarán las posibilidades para que se desarrollen las aptitudes y dotes, las facultades y el talento en la esfera de la producción de la ciencia, de la técnica, de la literatura y de las demás áreas del arte.

El Gobierno en Hermosillo debe proponer una serie de alternativas orientadas a la actividad social, a la vida cultura, al desarrollo intelectual y físico, a la creación científico-técnica y artística. Por medio de empresas e instituciones que desean enfocarse a ofertar este tipo de productos. Por lo tanto es necesaria la transformación de políticas que medien las ofertas de entrenamiento. No estoy en contra de los proyectos de escalera náutica y el de musas. Considero que se debería tomar en cuenta espacios para la ciudadanía de clase media y baja. Ya que dependiendo de las alternativas para ellos es como se logrará formar una comunidad democrática.

Bibliografía

MacCannell, Dean. *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*, España, Ed. Melusina Editorial, 2003.

Marcuse, Herbert. *El hombre unidimensional*, México, Ed. Artemisa, 1985.

Millán, Tomás. 2000. http://www.geocitis.com/tomaus_cl/soc/ haberlas/haber3.htm

<http://www.luventicus.org/articulos/02A027/marcuse.html/>

<http://infoamerica.org/teoría/marcuse.html7>

Muñoz, de Escalona Francisco. 2004. *Ocio, negocio y tiempo libre*. <http://www.eumed.net/ce/>

<http://www.planetavivo.org/drupal/AreaTurismoCientifico>

<http://www.rae.es/rae.html>

Ficha bibliográfica:

SANDOVAL RODRÍGUEZ, Y. La industria del ocio, el nuevo consumismo de masas en el Siglo XXI. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol. I, núm. 3.

<<http://topofilia.net/coloquio09sandoval.html>>.