

## *El botellón: glocalizando un conflicto postmoderno*

ARTEMIO BAIGORRI, MAR CHAVES, RAMÓN FERNÁNDEZ Y JOSÉ A. LÓPEZ REY

GIESyT, Universidad de Extremadura

Tradicionalmente, muchas formas de ocio popular han supuesto problemas de orden público. No obstante y de manera paulatina, estas formas se fueron institucionalizando y reglamentado en las sociedades industriales avanzadas de manera que a finales del s.XX, y salvo en determinados espectáculos deportivos, el ocio no se podía considerar conflictivo. Pero a finales de 2001 los medios de comunicación nos impactaron con imágenes a las que estábamos desacostumbrados: las fuerzas de orden ocupando calles y plazas e impidiendo a determinados ciudadanos (jóvenes) su disfrute. El siglo XXI comenzaba con una forma de ocio que era, de nuevo, conflictiva.

Este trabajo presenta los resultados de una investigación empírica realizada entre 2001 y 2003 sobre el botellón. Definimos este fenómeno sociológico como la reunión masiva de jóvenes de entre 16 y 24 años fundamentalmente, en espacios abiertos de libre acceso, para combinar y beber la bebida que han adquirido previamente en comercios, escuchar música y hablar.

Pese a que en no pocas ciudades se atribuyen la paternidad del fenómeno, pese a que algunos políticos dan a entender que se puede circunscribir el problema a otras regiones y no a la suya, el botellón está presente en todo el territorio español, pues no es sino una expresión local de las tendencias globales en lo que al ocio nocturno se refiere. Asimismo, el conflicto social desencadenado en torno al botellón constituye un ejemplo paradigmático de conflicto postmoderno, por cuanto se inscribe de lleno en el ámbito del consumo.

En esta comunicación se repasan las bases teóricas del ocio nocturno desde el advenimiento de la llamada Sociedad del Ocio, manejando el concepto de Urbe Global como modelo explicativo de la confluencia de estilos de vida y de ocio en la sociedad actual. En el marco de la globalización, el botellón es una expresión que glocaliza las tendencias de ocio nocturno, por cuanto el trinomio jóvenes, noche y alcohol está presente en todas las pautas de ocio nocturno en las sociedades avanzadas. Los efectos negativos de esta manifestación se abordan desde el análisis de las dimensiones cuantitativa y cualitativa del conflicto.

## EL BOTELLÓN COMO PROBLEMA

A efectos de su análisis sociológico, podemos definir el botellón como una reunión masiva de jóvenes de entre 16 y 24 años fundamentalmente, en espacios abiertos de libre acceso, para beber las bebidas, mayoritariamente alcohólicas; que han adquirido previamente en comercios, escuchar música y bailar. Entendido de esta manera, el botellón es un fenómeno que, hasta hace poco tiempo, no trascendía el ámbito local. Cada pueblo o ciudad contaba con una dinámica propia en función de la cantidad de jóvenes que se movilizaban, los lugares donde se reunían, las consecuencias que generaba, la actitud de los vecinos y, cuando existía, la respuesta de la Administración, casi siempre local.

Sin embargo, la creciente atención prestada por los medios de comunicación de masas a sus consecuencias más noticiosas ha propiciado un debate de dimensión nacional en España, en el transcurso del cual han salido a la luz mediática, de manera generalizada, una serie de prácticas y costumbres similares al botellón a lo largo y ancho de la geografía nacional.

Todas estas prácticas tienen algo en común. En efecto, la ingesta de alcohol en espacios públicos, en cualquiera de sus variantes, ha levantado siempre las protestas de los vecinos de las zonas donde acontece por los distintos tipos de molestias que acarrea. Para determinar la dimensión del botellón se hace necesario, pues, acudir a los espacios donde el conflicto se explicita. En este sentido, y con objeto de conocer el alcance del fenómeno y atender a las posibles peculiaridades, se han recogido noticias sobre el tema aparecidas desde septiembre de 1999 en las versiones digitales en red de 106 medios de comunicación\*.

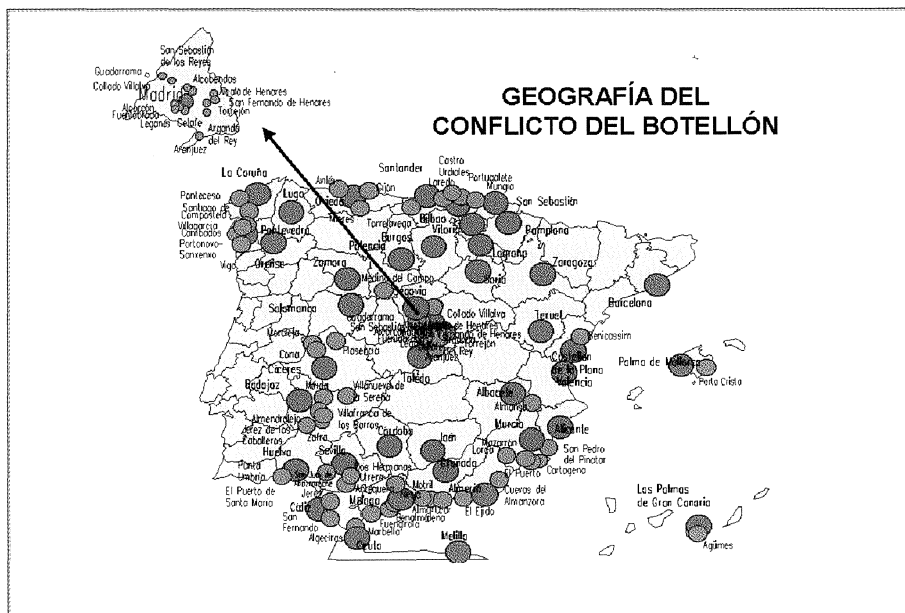
Lamentablemente, la elaboración de una geografía del botellón a partir de la prensa digital introduce dos sesgos importantes. En primer lugar, hay muchos diarios que no ofrecen un servicio de búsqueda en su hemeroteca o bien carecen de ella. En segundo lugar, los periódicos recogen los acontecimientos de los lugares donde tienen destacadas corresponsalías o delegaciones, y por eso la gran mayoría de los pequeños municipios no se ven reflejados. En la medida de lo posible se ha tratado de subsanar este problema acudiendo a la información que las diferentes instituciones han expuesto en el congreso *Jóvenes Noche y Alcohol* celebrado en Madrid en Febrero de 2002, en el que estuvieron presentes administraciones locales, provinciales y autonómicas de las 17 comunidades, así como la estatal.

Se ha considerado únicamente la información que hiciera expresa referencia al botellón o a la práctica definida como consumo de alcohol en los espacios públicos, con independencia de si se produce por adquirirse la bebida en un establecimiento de conveniencia o en un bar. El análisis de la misma ha permitido elaborar el Mapa del Conflicto del botellón.

---

\* La caracterización de los medios es la que sigue: diarios nacionales 10; diarios especializados 9; cadenas de TV 4; agencias de noticias 2; otros 2; Andalucía 12; Aragón 3; Cataluña 9; Ceuta y Melilla 2; Comunidad Valenciana 8; Extremadura 3; Galicia 8; La Rioja 1; Madrid 5 (ediciones locales de prensa nacional); Murcia 3; Navarra 2; País Vasco 4; total prensa local y regional 76; total medios 106.

Figura 1  
MAPA DEL CONFLICTO



El fenómeno nace en un contexto determinado, la *movida* o *marcha*, es decir, el ocio de la noche de los fines de semana que consiste en salir. Se sale de noche para encontrarse con los amigos y divertirse, y el consumo de alcohol es un elemento central en la definición y construcción social de este concepto de ocio. Pero son los modos concretos en los que este ocio se explicita, por un lado, y las características de los actores que lo llevan a cabo, por otro, los elementos constitutivos del conflicto, los que lo definen y dimensionan.

Existen una serie de lugares definidos socialmente para beber, encontrarse con los amigos o escuchar música que, aún tratándose de ofertas normativamente aceptadas, resultan conflictivas. En efecto, las quejas de los vecinos de las zonas de marcha no son nuevas. El problema derivado del ruido que proviene de la calle misma, cuando es originado por los jóvenes que entran o salen de los locales, resulta de difícil solución. El intento de hacer cumplir la normativa sobre horario de cierre de los locales también ha provocado graves conflictos y alteraciones del orden público.

Distinto es el beber en la calle. La ocupación del espacio público de manera permanente y habitual para beber durante la noche origina el primero de los problemas asociados a la práctica del botellón, pero el contexto en el que se origina el botellón, la *movida*, es en sí misma problemática en muchos lugares, configurándose el botellón como un exponente más: un grado en la *escalada del conflicto*. Al definirse fuera de los espacios social y legalmente sancionados, los jóvenes no tienen por qué limitarse a los precios, pero tampoco a los horarios establecidos ni a los espacios predeterminados.

Esto, además, le confiere al botellón una característica importante: la movilidad. Los jóvenes pueden hacer botellón en el lugar que decidan en función de sus posibilidades, necesidades y apetencias.

A raíz de la investigación, podemos afirmar que existe una primera derivación del problema que se define como de orden público y que es el que genera la mayor parte de las protestas.

En este sentido, el conflicto presenta una *dimensión cuantitativa* en función de la cantidad de personas que convoca, de la cantidad de ruido que produce, de la cantidad de desperdicios que origina, de la cantidad de días que ocurre a la semana, de la cantidad de vecinos afectados y de la cantidad de alcohol que se consume. El aumento de las magnitudes en cualquiera de las variables citadas incrementará sustancialmente el nivel de conflicto, como lo demuestra el hecho de que si el botellón se limita a pequeños grupos dispersos de jóvenes o cuando se produce en zonas alejadas no residenciales, no se genera conflicto. Por el contrario, la concentración de jóvenes en calles, plazas y jardines hasta altas horas de la madrugada es lo que origina tensiones.

Los actores diferenciados en esta dimensión del conflicto son, en primer lugar, los jóvenes, quienes suelen ser representados de manera negativa la mayor parte de las veces, etiquetándolos de irresponsables, vagos, insolidarios, egoístas, consumistas, alcohólicos, etc. Normalmente no expresan por sí mismos las razones que les mueven a hacer botellón, cómo lo viven, por qué, etc. sino que son voces relativamente autorizadas (investigadores, articulistas de prensa, etc.) los que recogen su discurso y lo explicitan. Marginalmente se les da voz en los medios y, cuando es así, suelen repetir frases estereotipadas. Es en *chats* de Internet donde se expresan con mayor libertad sobre el problema, pero la peculiaridad de este medio dificulta, hoy por hoy, profundizar en el discurso.

El otro actor principal es el colectivo vecinal afectado. Se ha conseguido movilizar y vertebrar en asociaciones organizadas que defienden sus intereses en el nivel estatal, así como en el nivel autonómico y local. Han emprendido campañas de diverso tipo para llamar la atención sobre lo que consideran injusto, desde la utilización de los medios y cauces legales normativos hasta emprender medidas de presión como impedir la recogida de basuras en los barrios afectados, u otras expresivas de alto contenido simbólico, como realizar ellos mismos botellones delante de los ayuntamientos, o ante las residencias de los alcaldes.

Con respecto a las autoridades, la acción pública más visible fue el aumento del control policial en las zonas donde se realizaba el botellón, cuya consecuencia inmediata fue la reducción de las concentraciones en un tercio, aunque no su desaparición. De hecho, el botellón y sus efectos negativos reaparecían a largo plazo, y esto era debido, fundamentalmente, al carácter restringido de las funciones de la policía. Ante el desamparo legal que guiara el control policial, éste se limitaba a solicitar identificación e impedir destrozos en el mobiliario urbano.

El segundo conflicto que aparece al analizar el botellón pertenece a la esfera de la salud, y sale a la luz una vez que se ha generado publicidad y debate en torno a la dimensión cuantitativa. En el botellón participan jóvenes adolescentes, algunos de los cuales ofrecen pautas de ingesta de alcohol consideradas peligrosas. En este punto podemos ver una *dimensión cualitativa*: el conflicto no viene dado tanto por la cantidad de gente que

haga botellón, como por la edad de los participantes; pues una de las consecuencias del botellón es que se reduce el teórico (impuesto por la legislación) control que ejercían los hosteleros sobre la edad de los consumidores.

En esta dimensión cambian los actores y la actitud de los mismos, siendo los padres los grandes interpelados y su silencio más que manifiesto. Existen, es cierto, voces aisladas que reconocen su responsabilidad, pero normalmente echan la culpa, bien al sistema educativo, bien a la dureza de la jornada laboral que dificulta la relación con los hijos, bien a la “sociedad” en general.

Quienes aparecen ahora en primer término junto a los adolescentes que beben son las distintas administraciones, encargadas de velar por la salud pública. Durante gran parte del problema lo ignoraron o eludieron pronunciarse, y sus actuaciones en torno al trinomio jóvenes-noche-alcohol respondían a programas específicos para cada elemento conformador del trinomio. No obstante, el conocimiento de la presencia de menores a estas congregaciones, y el debate social en torno a los efectos negativos del botellón tuvieron un impacto en la administración pública: la toma de conciencia, muchas veces por la vía urgente, de la necesidad de ofrecer respuestas concretas al botellón en su conjunto.

Las respuestas ofrecidas podemos clasificarlas de la siguiente forma:

**Programas de ocio nocturno**, que se enmarcan dentro de los programas de prevención de tipo comunitario, y en torno a actividades de ocio y tiempo libre en horario nocturno. Los matices de este tipo de respuesta derivan de las diferencias existentes en cada comunidad autónoma en cuanto al modelo de *botellón* existente. Las dimensiones tanto cualitativas como cuantitativas del mismo explicitan la programación de las actividades a llevar a cabo.

**Campañas de prevención**, integradas desde finales del año 2000 en los programas de ocio nocturno: prevención sobre el consumo abusivo de alcohol y drogas, prevención de enfermedades de transmisión sexual y prevención de accidentes de tráfico. Dependiendo de las dimensiones del botellón en cada región podemos diferenciar entre campañas de prevención del consumo de alcohol de carácter genérico, para aquellas zonas en las que el botellón no es un fenómeno de masas; y aquellas otras llevadas a cabo en regiones donde el fenómeno se ha desbordado, como Andalucía o Extremadura, donde se integran en los programas de ocio nocturno o se realizan expresamente como prevención y eliminación del *mal botellón*, es decir, el que causa molestias a los vecinos, desperdicios y consumo abusivo de alcohol por parte de los participantes.

También podemos agrupar otro conjunto de respuestas en aquellas basadas en la colaboración de los bares de copas para determinadas campañas o el intento de alejar el botellón a una zona habilitada para ello, a veces con el deseo explícito de convertir la zona en una especie de Ciudad del Ocio.

Y en tercer lugar, **medidas legislativas**. En este contexto, no son pocas las administraciones que, incluyendo la estatal, se han apresurado a presentar soluciones normativas al problema del botellón, aunque tanta premura y diligencia no debe ocultar un hecho importante: en el botellón confluyen muchos aspectos culturales, sociales, económicos y políticos. En este sentido no abundan las iniciativas que, como la que ha llevado el gobierno regional de Extremadura, traten de profundizar en el fenómeno considerando toda su complejidad.

## EL ANÁLISIS DEL BOTELLÓN EN EXTREMADURA.

El botellón, atendiendo a las peculiaridades de cada localidad, produce un determinado tipo de respuesta, la mayoría de ellas en función de las demandas concretas de los actores afectados. Casi ninguna de las localidades españolas que han implementado medidas se han basado en un estudio pormenorizado y previo del fenómeno. En Extremadura, por el contrario, los pasos seguidos se han encaminado hacia la comprensión global del fenómeno antes de plantear las posibles alternativas.

En el año 2001 se realiza un estudio preliminar del fenómeno que toma como base tres elementos: un análisis socio-espacial del botellón en la región mediante observación participante; un sondeo sobre hábitos y actitudes realizado a una muestra aleatoria de 500 jóvenes (representativos de los tramos de edad y sexo presentes en los distintos botellones); y por último el análisis de la evolución del tratamiento del botellón en los principales periódicos y diarios de la región entre 1996 y 2001.

A partir de este análisis preliminar, se inician los trabajos que han desembocado en el estudio del que informa esta comunicación, definiéndose al mismo tiempo como un ejemplo metodológico de investigación/acción debido a la implicación de la propia comunidad en el análisis crítico (y autocrítico) del fenómeno, facilitando el *feed-back social*. Las principales técnicas utilizadas han sido las siguientes:

A) Un sondeo dirigido a la totalidad de padres de niños y jóvenes escolarizados en la región, canalizado a través de la totalidad de los centros educativos no universitarios. Más de 22.717 cuestionarios han aportado información sobre las familias de 42.000 niños y jóvenes -casi una cuarta parte de la totalidad de la población escolarizada-, consiguiendo con ello que los padres se planteen cuestiones relacionadas con el consumo de alcohol de sus hijos y hábitos de ocio y tiempo libre.

B) Un programa de sesiones de debate/discusión, realizados en casi 600 centros educativos no universitarios de la región con padres, madres, educadores y jóvenes.

C) Una encuesta representativa dirigida a 1.521 familias extremeñas sobre hábitos de ocio, y consumo de alcohol y drogas, con cuestiones centradas específicamente en el botellón.

D) Una serie de monografías basadas en fuentes secundarias aplicando además técnicas avanzadas de documentación en Internet, relacionadas con la materia (legislación, evolución del ocio en España, alternativas y respuestas, etc.)

En Extremadura, con una población de 1.100.000 personas, el grupo de edad conformado por menores y jóvenes de entre 14 y 30 años supone el 23,40% de la población total. De estos 257.430 jóvenes, en torno a 77.000 se reúnen al menos una vez a la semana en el botellón (alrededor de un tercio de éstos lo hacen de forma sistemática, durante al menos dos días a la semana). Se reúnen en áreas muy localizadas, durante cuatro o cinco horas, los viernes y sábados por la noche, pero en las principales ciudades también los jueves, variando ostensiblemente estas cantidades y frecuencias según la época del año, con incrementos en las vísperas de fiestas y vacaciones. En muchos pueblos, durante el verano, el fenómeno se produce prácticamente a diario.

Si esas cifras pueden resultar sobrecogedoras para algunas personas, mucho más pueden serlo si tenemos en cuenta que, proyectando los resultados de la encuesta al conjunto de la población, resulta que la presencia de menores en los botellones es mucho más intensa que todo lo que, hasta el momento de la investigación, se suponía.

En torno a 16.000 menores, de entre 14 y 16 años, asisten con regularidad al botellón, y de éstos casi 4.500 estarían acudiendo de forma sistemática, dos o incluso más días a la semana; cifras que, al hacerse públicas, han despertado con razón la preocupación social. Sobre todo si tenemos en cuenta que, frente a lo que se cree, es en los pueblos, y no en las ciudades —esto es allí donde el tópico nos dicta que el control social es más intenso, y las costumbres más sanas—, donde más masivamente acuden los menores al *botellón*.

Este fenómeno, del que ya no estamos tan seguros de que haya tenido un origen netamente urbano (aunque sí es en las ciudades donde primeramente se manifestó como problema) se ha extendido por todas las pequeñas ciudades y la inmensa mayoría de los pueblos de la región, provocando, por un lado, crecientes conflictos con el vecindario que sufre los ruidos y la basura, y por otra parte la preocupación de los mayores por la presencia de menores de edad y por las elevadas tasas de consumo de alcohol y de drogas ilegales.

En Extremadura, y son datos que creemos se pueden extrapolar al conjunto del estado, casi el 14% de adolescentes entre 14 y 16 años consume alcohol en el botellón, acelerándose su consumo entre los 17 y 18 años, y siendo el de los chicos más elevado que el de las chicas. El patrón de consumo de alcohol deviene del proceso de socialización de los jóvenes, la investigación muestra una alta relación entre el consumo de alcohol y de drogas de los jóvenes y los hábitos de consumo de sustancias adictivas de los padres. En este sentido, el proceso de socialización de los jóvenes de ambos sexos en cuanto a consumo de alcohol se aproxima bastante al que han tenido sus padres, estando alejado del de sus madres; así como se pone de manifiesto la incidencia de las condiciones socioeconómicas de las familias, educación y calidad de la convivencia familiar en el consumo de los hijos.

En cuanto a la iniciación al consumo de alcohol, la misma es temprana en los hijos, pero al igual que en los padres: el 21% de los jóvenes que viven con sus familias, y un 22% de los padres, se iniciaron antes de los 14 años.

Por otro lado, en tanto que los jóvenes han creado este espacio cerrado e impermeable a los adultos, otra de las conclusiones apunta a este dato: los padres desconocen lo que sus hijos hacen los fines de semana. En las sesiones de debate realizadas en los Institutos de Educación Secundaria de toda la región, los padres reconocen su desconocimiento sobre este hecho, poniendo de manifiesto su desorientación sobre las pautas educativas familiares a seguir en todo el proceso de socialización de los hijos. No saben cómo favorecer la adquisición de hábitos de ocio alejados del alcohol y las drogas.

Estas y otras conclusiones de la investigación fueron debatidos por los propios jóvenes, los educadores y la administración pública en el Foro Jóvenes y Futuro, celebrado en Cáceres, en abril de 2002, con el fin de consensuar soluciones al conflicto, y donde se manifiesta la necesidad de legislar intentando conciliar el respeto al descanso de unos con el derecho al divertimento de otros. En este sentido se aprobó la *Ley de Convivencia y Ocio de Extremadura* en septiembre de 2002, que no persigue erradicar el botellón, sino alejarlo de las áreas residenciales y promover medidas encaminadas al fomento de la educación, campañas de prevención específicas, apoyo familiar, fomento del asociacionismo

juvenil y a la realización de proyectos programados por los propios jóvenes. Cabe señalar el acondicionamiento de espacios urbanos específicos para realizar el botellón sin posibilidad de mercantilización, el control exhaustivo de la venta y consumo en menores, así como la creación de los 'Espacios de Creación Joven' que funcionan durante las noches de los fines de semana.

## EL BOTELLÓN... ¿ESPAÑOL?

Mucho se ha escrito sobre el botellón. Hay quien reivindica la paternidad del fenómeno y quien lo niega en su terruño en aras de mantener supuestas purezas étnicas que, se supone, el botellón mancilla al considerarse práctica netamente... ¿española? ¿meseteña? ¿sureña? Hasta el momento hemos visto cómo el botellón ocurre en toda la geografía del estado, los conflictos que provoca y algunas de sus consecuencias. En lo que resta de comunicación trataremos de demostrar cómo en realidad el botellón es una manifestación local de un fenómeno social más amplio, de dimensiones globales, que se da con sus peculiaridades en prácticamente todas las sociedades desarrolladas y alguna más. Para ello debemos contextualizar el fenómeno en la teoría sociológica.

## OCIO, TIEMPO LIBRE, JÓVENES Y PLUSVALÍAS VARIAS

En la sociedad del siglo XXI, y especialmente en los países del Occidente rico y desarrollado, el ocio ocupa una parte importante del tiempo que nos toca vivir. Se trata de un proceso global, pero que en España ha sido particularmente visible al coincidir, en el último cuarto del siglo XX, con un proceso de *democratización de la noche*; esas horas que durante siglos, y muy especialmente durante las cuatro décadas que duró la dictadura franquista, habían pertenecido en exclusividad a las clases privilegiadas.

Hay, ciertamente, una nueva compartimentación entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, pero sobre todo hay una complejización: el tiempo de ocio (para unos) es, simultáneamente, tiempo de producción (para otros), al generar una parte creciente de la ocupación y la riqueza. Y no debería esperarse un cambio de tendencia, puesto que la acción sinérgica del desarrollo tecnológico (que exige períodos de formación cada vez más largos), por una parte, y por otra del desarrollo socioeconómico (que reduce la urgencia en aportar ingresos a la unidad familiar para la supervivencia) conducen a un alargamiento del periodo de juventud. A esto debemos unir dos hechos de carácter coyuntural: una situación de bonanza económica, y un largo periodo (desde la penúltima década del siglo XX) de predominio de valores y actitudes neoliberales; esto es, de adelgazamiento de las políticas públicas, y creciente abandono en manos del mercado de todo lo relacionado con el ocio de las masas.

El resultado de la interacción de todos esos procesos ha sido la aparición, en el caso español, de una manifestación cultural, rápidamente extendida por pueblos y ciudades,



conocida como *botellón*; que es a la vez producto de la creatividad juvenil, expresión de una cierta forma de rechazo al modo instituido de consumo conspicuo que constituyen los locales nocturnos, pero también fuente de conflictos sociales al convertirse en fenómeno de masas.

El *problema social* es especialmente visible en la colisión de derechos entre los practicantes del *botellón* y los residentes en el entorno de los lugares de celebración, quienes ven cercenado su derecho al descanso; produciendo además un fuerte impacto ambiental: ruido, basuras, destrozos del mobiliario urbano y vandalismo, etc. Pero el más grave, aunque no tan visible, de los efectos indeseados del *botellón* es la masiva presencia en el mismo de menores de edad consumiendo alcohol y drogas ilegales.

### **Tendencias globales del ocio nocturno.**

El concepto de *urbe global*, desarrollado en Baigorri (1995 y 2001), es necesario para la comprensión del modo en que vienen confluyendo los estilos de ocio en todos los países, de una forma bastante más compleja que la que se deriva del manido, banal y no demostrado concepto de *americanización*:

En Baigorri (1995, 73) se define la urbe global como *un continuum inacabable en el que se suceden espacios con formas y funciones diversas, con mayores o menores densidades habitacionales, cohesionados por diversos nodos o centralidades, pero que en su totalidad participan de una u otra forma, y a todos los efectos, de la civilización y la cultura urbanas*. La urbe global se expresa, entre otros ámbitos sociales, en una noche también global y planetaria en la que la producción no se detiene cuando el sol se pone. De ahí que se venga construyendo, en los últimos años, un nuevo concepto operativo: el de *24-hour city* o ciudad de las 24 horas, una ciudad sin momentos de pausa (es decir, sin auténtico descanso o, dicho de otro modo sin *ocio improductivo*).

Hobbs et. al. (2000) avanzan en la conceptualización de este fenómeno y lo hacen operativo en el análisis urbano, al proponer que la emergencia de una economía de la noche, tanto material como cultural, es una poderosa manifestación de la sociedad post-industrial, producto de dos procesos claves: en primer lugar, un cambio en el desarrollo económico de lo industrial a lo post-industrial; y en segundo lugar, una significativa reorientación de las administraciones locales desde su tradicional función como proveedores de servicios a los ciudadanos, que sistemáticamente vienen siendo privatizados, a un papel distinto como *emprendedores*, preocupados casi exclusivamente por el crecimiento económico.

Sin embargo, esta conceptualización es insuficiente. No se puede explicar el surgimiento de la *ciudad de 24 horas* sin atender a un aspecto que el trabajo de Hobbs descuida: la evolución del ocio, y especialmente del ocio nocturno.

El ocio es un *constructo* perteneciente a la sociedad moderna post-industrial y a la era tecnológica. Y como fenómeno de masas ha venido siendo determinado, en general, por una serie de factores sociales, económicos y políticos que han configurado una nueva realidad para jóvenes y mayores; especialmente por dos factores que, como veremos, derivan directamente del desarrollo tecnológico, que ha permitido incrementos crecientes de la productividad humana.

El primero tiene su origen en el siglo XIX, en pleno desarrollo de la Sociedad Industrial, y es consecuencia de la lucha entre obreros y patronos por el reparto de la plus-

valía. Parte de las plusvalías derivadas de los incrementos de la productividad llegan a los trabajadores en forma de salarios crecientes, pero otra parte se les entrega en forma de tiempo. Así se conseguirá primero la institucionalización del día de descanso semanal tras largas jornadas de trabajo y, más tarde, la reducción de la propia jornada.

El segundo factor se materializa a lo largo del siglo XX, a velocidad variable en las distintas sociedades, y es también resultado de las luchas por el reparto de la plusvalía. Se trata del modelo de Estado del Bienestar, que al hacerse cargo de un número creciente de necesidades básicas (educación, sanidad, protección de la vejez, etc), posibilitará que las gentes no tengan que dedicar todo el tiempo a generar ingresos, y al cuidado y sustento de la familia.

Es sobre todo entonces cuando comienza a configurarse una nueva preocupación del ser humano: cómo ocupar el tiempo en tareas que satisfagan el placer y el descanso, así como a las relaciones humanas, sociales e institucionales. Y es también entonces cuando empiezan a generalizarse los términos de *ocio* y *tiempo libre*, convirtiéndose en espacios temporales funcionales de ocupación, consumo, y descubrimiento de nuevas formas de relación.

El comienzo de este proceso no fue sencillo. De hecho, numerosos investigadores sociales vieron el advenimiento de lo que durante unas décadas se denominó la Sociedad del Ocio como una especie de benéfico cataclismo, ya que expresaba una mejora en las condiciones de vida de los seres humanos, pero al mismo tiempo era algo para lo que no se estaba preparado.

Las referencias de ese orden abundan en la Sociología desde el primer tercio del siglo XX. Halbwachs advertía en 1938 que los avances en el maquinismo y la automatización, que facilitaron la implantación de la jornada de ocho horas y la semana inglesa, planteaban *un problema muy difícil de resolver: ¿cómo emplear el tiempo libre?. Y es que la vida está organizada en vista del trabajo y no del descanso* (Halbwachs 1950, 124).

Thorstein Veblen, a caballo de los siglos XIX y XX, analizó el ocio como fenómeno social definiéndolo como *pasar el tiempo sin hacer nada productivo por a) un sentido de la indignidad del trabajo productivo, y b) como demostración de una capacidad pecuniaria que permite una vida de ociosidad* (Veblen 1974, 51). Es decir, el ocio, en tanto que actividad, sólo tenía sentido como símbolo de la posición social de los individuos.

Sin embargo también apuntó Veblen, al analizar a la *clase ociosa* norteamericana de las primeras décadas del siglo XX un hecho fundamental: que *la vida actual se orienta en dirección a ensalzar la utilidad del consumo ostensible de preferencia al ocio ostensible* (Veblen 1974, 93). Es decir, que los únicos auténticamente ociosos son los pobres, los que no saben qué hacer con su tiempo. Los grupos sociales bien situados pueden permitirse consumirlo —el tiempo— de forma ostentosa, ya sea trabajando (en trabajos creativos o en ocupaciones totalmente improductivas), ya sea consumiendo productos para el ocio. Alguien muy inspirado en Veblen, David Riesman, cuando empezaba a hablarse de la Sociedad del Ocio advirtió que lo que se nos venía encima no era una liberación, sino una nueva obligación: la de consumir compulsivamente, de forma que precisamente son ahora los altos ejecutivos (como el propio Riesman pronosticó hace medio siglo) quienes más horas trabajan a la semana (Riesman 1965, 125). La Sociedad de Consumo no es pues un producto directo de los avances tecnológicos en la productividad, sino un efecto imprevis-

to del tiempo de ocio liberado por esa productividad. El ocio es sobre todo un espacio de producción. Pura paradoja.

La advertencia que los críticos hacían, en el sentido de que *hoy el ocio funda una nueva moral de la felicidad. El que no se aprovecha o no sabe aprovecharse de su tiempo libre, no es completamente un hombre, es un hombre 'sub-desarrollado', intermedio entre el hombre y la bestia de carga* (Dumazedier 1971, 14) está plenamente vigente, y no debe olvidarse si queremos enfrentarnos a problemas tan complejos como el *botellón*.

Volvamos a Veblen, para quien el ocio tiene esa función simbólica de representación de nuestra categoría social, e introduzcamos algunos elementos que el americano no podía prever. Y es que hay que distinguir entre *ocio productivo* y *ocio improductivo* para el sistema económico: el *ocio productivo* es aquel que se basa en la actividad, que consume en todos los sentidos (energía metabólica, neuronas, productos, servicios....), en suma que contribuye al supuesto bienestar de la comunidad; mientras que el *ocio improductivo* es el que repone energía para el individuo, mediante el descanso, la contemplación o la mera inacción.

Todo cuanto venimos viendo tiene una consecuencia evidente: la industria del ocio, y sobre todo la del principal combustible que la acelera, el alcohol, no se detiene. Salvo en algunos países como Francia, Alemania, Hungría, Italia, Argentina o Bulgaria, asistimos a una tendencia general al crecimiento, ralentizado durante la segunda mitad de los 90, del consumo de alcohol per capita (esto es, con independencia de la edad), según las *World Drink Trends 2002* publicadas por el *World Advertising Research Centre*.

Naturalmente, para que el sistema funcione con efectividad, el ocio se considera del ámbito privado y, por tanto, *debe ser financiado por el propio usuario* (Aguinaga 2000, 44), aunque lentamente venía siendo asumido por el Estado del Bienestar. Ahora bien, eso no debe llevarnos a confusión; es una creencia errónea la de que el capitalismo ha mercantilizado el ocio al tratarse de *ofertas resultado de actividades económicas que producen beneficios* (Comas 2000, 10), pues lo cierto es que siempre se ha utilizado parte del ocio humano en actividades que producían beneficios económicos a terceros: cantineros, cómicos, brujos, sacerdotes, etc. Lo que ha ocurrido a lo largo del siglo XX, y es lo que se ha intentado poner de manifiesto en las páginas precedentes, es que el ocio se ha convertido en un sector esencial para la economía, a medida que ha venido ocupando un espacio mayor en nuestras vidas.

Existe otra creencia errónea, alimentada por el estudio ya clásico de Dumazedier, según la cual el ocio ha tendido a concentrarse en el fin de semana. La realidad es que hay un tiempo diario de ocio, que ocupan actividades distintas de las del fin de semana (generalmente, aunque no únicamente, no relacionales, y generalmente, aunque no únicamente, no alcoholizadas), cuyos usos se vienen complejizando a medida que se extiende la jornada continuada en más sectores. Y hay otros días de la semana, como el jueves, institucionalizado en muchos países desde los tiempos de la Sociedad Industrial como día de salida de la población estudiantil. La máquina del ocio no puede detenerse; de ahí que en Gran Bretaña se esté debatiendo seriamente la posibilidad de liberar absolutamente los horarios de todas las actividades, para que la *ciudad de 24 horas* pueda madurar.

Por otro lado, hay que hacer referencia al papel de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC's) y sus efectos en el ocio. Internet se configura

como un espacio virtual (pero real) que se superpone al espacio físico, permitiendo superar en mayor medida las limitaciones del espacio y el tiempo humanos. Si tenemos en cuenta que, en los países desarrollados, el uso predominante de la Red es el ocio (sea como interacción a través del correo-e, los juegos on-line, los foros o el chat; sea como mero consumo de productos informativos, eróticos o de otro tipo), nos encontramos por tanto con un elemento que agudiza en mayor medida la tendencia a la dispersión del ocio fuera de los *box* predeterminados (fin de semana, vacaciones...). En realidad, Internet no sólo actúa como espacio de ocio virtual sino que también se utiliza como artefacto comunicativo para el ocio real-físico. Por tanto, es una forma de ocio virtual, un instrumento de optimización de los sistemas tradicionales de ocio.

A su vez, el potencial de conexión inmediata que aportan las NTIC's posibilita el ocio en sentidos bien distintos. La extensión del teléfono móvil posibilita por ejemplo un contacto instantáneo padres/hijos que facilita la extensión de la noche fuera de casa, puesto que los padres, al estar *conectados*, se sienten más seguros.

La irrupción del ocio, en suma, ya no nos asusta, porque hemos encontrado la forma de hacerlo productivo. Hoy sabemos además, casi medio siglo después de que se hiciera popular el término Sociedad del Ocio, algo fundamental: si bien es cierto que el ocio se ha convertido en uno de los motores de la economía (estrechamente conectado ahora al nuevo motor, las NTIC's), es evidente que la gran mayoría de las gentes de este planeta, inclusive en los países más ricos, tenemos que seguir trabajando para vivir. O para consumir; pues como Daniel Bell —autor del concepto de Sociedad Post-industrial— escribió, el capitalismo contemporáneo nos precisa puritanos de día, y hedonistas de noche.

### **Ocio nocturno y juventud en el espacio urbano.**

En este marco debemos introducir el trinomio jóvenes-noche-alcohol, como fuente de problemas sociales.

Para unos —tanto jóvenes como adultos- se trata de *un comportamiento humano inmutable, de carácter tradicional y equivalente a un 'derecho' natural*, mientras que para otros —exclusivamente adultos— se han producido cambios, y ahora predominan *comportamientos 'asociales' que reflejan una cierta falta de educación y por tanto una crisis en la transmisión y reproducción de valores y normas sociales* (Comas 2000, 9).

Los desórdenes nocturnos, los conflictos violentos, están asociados a las horas, días y zonas en las que los jóvenes se mueven en masa en las noches de fin de semana (Nelson, Bromley, Thomas 2001). Sin embargo, todo esto no descansa en una supuesta subcultura juvenil, que según se ha señalado es totalmente rechazable como concepto científico (Williams, Knipe, Marolla 2003). La realidad es que los hábitos nocturnos de los jóvenes occidentales no responden a una subcultura, sino a *la* cultura, esto es, a la cultura dominante, la de los padres.

Los adultos occidentales quienes, sobre todo a partir de mediados del siglo XX, han extendido *urbi et orbe* un modelo de ocio nocturno que descansa en el alcohol, cuyo consumo tradicional no ha sido ni tan intenso, ni tan extendido como algunos creen: entre 1952 y 1972 la tasa de consumo por habitante se disparó en toda la Europa entonces comunitaria —menos en Francia, donde ya tenían la tasa de consumo por habitante más alta—, en algunos casos como Holanda con tasas de crecimiento del 276 %, o de un 182 % en

Alemania, o de 40 % en el Reino Unido. En ese periodo el consumo —sobre todo el excesivo— se propagó a sectores hasta entonces alejados de su consumo, como las mujeres y los jóvenes.

Asimismo, en ese periodo empezó a gestarse, en el mundo de los adultos, la confluencia entre los estilos *nórdico* (consumo fuera de las comidas, con dosis concentradas de alcohol por el tipo de bebida de alta graduación) y *mediterráneo* (con consumo diario en las comidas, fundamentalmente, basado en el vino). Norte y Sur no *sustituyeron*, sino que *sumaron*, los estilos foráneos de consumo de alcohol a los propios.

Teniendo presentes esos procesos, se entenderá mejor que se bebe porque lo impone el modelo cultural global dominante. Por tanto, los jóvenes beben porque han aprendido que beber forma parte de la diversión y de la noche, a través de sus familias y de todos los productos culturales con que la sociedad les transmite los valores en los que les socializa.

La propia salida nocturna responde a un protocolo cultural claramente prescrito y pautado, también *heredado*, como el consumo de alcohol, de los mayores. Está vinculada a representaciones de encuentro y posibilidades de establecer distintos vínculos con los pares, a quienes seguramente encontrarán en la calle o en el bar. Les produce placer ver mucha gente, *ver que todos están ahí, notar que salen todos y que esa es una costumbre que les pertenece y les marca* (Dalonso, Frutos, Guisasola 1998)

En el caso de los jóvenes este protocolo es más intensamente aplicado porque la noche, especialmente cuando está acompañada de alcohol o de otras drogas, favorece la desinhibición, y por tanto la tarea que les ha sido encomendada tras la Revolución Industrial: la de buscar ellos/as mismos/as la pareja con la que formar la unidad familiar y contribuir a la transmisión de los genes familiares y, por ende, a la supervivencia de la especie.

Así, el alargar más y más la noche viene siendo un desafío secular entre los jóvenes, aunque en unas épocas se les permita, y en otras, no... Y ahora se les permite. Naturalmente, también el aguantar hasta el amanecer, y aún más allá, es también un desafío de los adultos cuando escogen *la noche* como alternativa de ocio, pero el problema, en ese caso, es que no se lo permite su cuerpo.

Gracias a este diferencial en la capacidad para trasnochar entre jóvenes y adultos es posible multiplicar en cierto modo un espacio cada vez más escaso para la sociabilidad en las ciudades: *la adopción de horarios peculiares, diferentes al resto de la población, permite el uso en exclusiva de espacios comunes en su propia franja horaria* (Durán 1998, 107). El espacio virtualmente se multiplica: perteneciendo a distintas generaciones a lo largo de las horas, la ciudad se *duplica*, y aun se *triplica*.

Son las expectativas sociales respecto de los jóvenes lo que dota de una dimensión propia al ocio juvenil, y unas características específicas en un momento doblemente transicional: a la propia naturaleza del tránsito vital que es la Juventud se une el encontrarnos también en un momento de transición social, de la Sociedad Industrial a la Sociedad Telemática.

A finales de los años 50 los jóvenes empiezan a convertirse en uno de los sectores consumidores más importantes. Y en la medida en que hemos visto que la industria del ocio y la noche se ha venido constituyendo, desde mediados del siglo XX, en uno de los principales sectores económicos, hay una plena lógica en que el tiempo de ocio de los jóvenes se haya venido incrementando desde entonces.

Se constituye así una nueva realidad socio-económica, en la que el ocio y el tiempo libre aparecen como componentes básicos del rol de joven en nuestras sociedades. Una realidad que, en el caso español, viene además determinada por una serie de factores que tomamos de entre los que han señalado, en diversos trabajos, autores como Comas, Pallarés, Cembranos, García Ferrando o Baigorri:

- a) La existencia de periodos de fuerte desarrollo y apertura al exterior, acompañados de bonanza económica.
- b) El retraso en el abandono del hogar familiar, lo que lleva a vivir *una vida muelle*, que no exige de trabajo ni responsabilidades domésticas, y por lo tanto deja más tiempo libre a los jóvenes, y además durante más tiempo de su trayectoria vital.
- c) El retraso de la entrada en el mercado laboral, en épocas recesivas por las dificultades de acceso al trabajo, pero sobre todo por la universalización y obligatoriedad de la enseñanza secundaria, y el abaratamiento y generalización de los estudios universitarios.
- d) Cambios de mentalidad por la influencia de los medios de comunicación de masas.
- e) Las innovaciones tecnológicas y la introducción de herramientas, como Internet, que rompen las barreras espacio-temporales al virtualizar tiempo y espacio.
- f) Bajas tasas de matrimonio y fecundidad. Al retrasarse la edad de formar una familia, las parejas jóvenes tienen más tiempo para su disfrute personal sin obligaciones familiares.
- g) La conversión de los centros comerciales en sustitutos de las iglesias como foros. Los hipermercados se manifiestan como nuevas catedrales, a las que la gente acude a *pasar el tiempo* rindiendo culto al Consumo, y encontrarse con otras gentes con las que practicar la *penitencia* de la interacción social.

## GLOCALIZANDO EL BOTELLÓN EN CLAVE HISTÓRICA

No tiene sentido hablar del botellón sin atender a los procesos latentes sobre los que se sustenta y que le dan sentido. Por esta razón desarrollamos ahora una breve, pero intensa, historia reciente del ocio juvenil español.

La vivencia del ocio, desde su aparición como hecho social específico, se ha venido conformando a lo largo del siglo XX, en el caso español, a través de las siguientes fases.

Los años 60 se presentan como tiempos de crecimiento urbano, desarrollismo económico y modernización social, gracias a la tímida apertura hacia el exterior del régimen franquista. Empieza a haber tiempo y medios para el ocio, pero éste se identifica con el descanso, no existiendo nítidamente una *cultura del ocio*.

Sin embargo, empieza a percibirse una revalorización de la noche como conjunción espacio/temporal claramente separada de los adultos, y hacen su aparición los locales y zonas de ocio específicas para los jóvenes; así como las primeras formas de gestión autónoma de la noche, caracterizándose el ocio nocturno de aquella década por una salida del campo visual de los padres, siendo los *'guateques'* su principal expresión.

Los años 70 deparan una mayor escolarización, y por tanto, el alargamiento del periodo calificado por algunos como de *juventud sin responsabilidades*, así como el incremento de la dependencia familiar. En España, la coincidencia de estos y otros procesos con la Transición a la Democracia, y con una mayor apertura al exterior, hizo que determinados fenómenos, como la aparición de las mal llamadas *subculturas juveniles* -que se expresan en locales diferenciados para cada tipo de jóvenes- estallasen con mucha más fuerza. En estos años, por otra parte, se generaliza también el ocio juvenil femenino sin apenas diferenciación del masculino.

La aparición de la crisis del petróleo, y luego de la que sería la segunda mayor crisis económica del siglo XX, generará temores y sentimientos de rebeldía entre amplios sectores de la juventud, mientras que en otros sectores aparecen tendencias escapistas que se manifiestan en una explosión del consumo de drogas, sin apenas distinción entre *duras* -heroína y LSD, fundamentalmente- y *blandas* -cannabis-. La crisis económica, coincidiendo con la llegada a la Universidad pública de amplios sectores obreros y campesinos que ni disfrutaban de becas ni contaban con recursos suficientes, generará la recuperación, adaptada a la modernidad, de la tradicional *tasca*. Surgieron entonces en todas las ciudades, especialmente en las universitarias, zonas '*de vinos*' basadas en ese esquema modernizado de la tasca, que ya no es utilizada únicamente al mediodía, para el *tapeo* urbanita, sino también al caer la tarde, para el *chateo* estudiantil.

Las aglomeraciones masivas de jóvenes en la calle, los problemas con los vecinos a causa de los ruidos, las borracheras y la suciedad empiezan a aparecer en España en esta época, a caballo de los años 70 y 80. Sin embargo, a pesar de las protestas vecinales, las autoridades jamás intervinieron en los problemas generados por las zonas de vinos.

La década de los 80 estuvo caracterizada por cuatro hechos: a) España alcanza el nivel de desarrollo de otros países europeos; b) se produce la primera pandemia causada por la heroína -sobredosis, hepatitis y ajustes de cuentas-; c) la aparición del fenómeno del fin de semana largo, que se inicia el viernes por la tarde y termina el domingo; y d) el culto al *yo*, alimentado por las ideologías neo-liberales y neo-conservadoras importadas del mundo anglosajón, que se manifestará en una nueva oleada de diferenciación de los espacios para jóvenes (hogares, pubs, discotecas, macrodiscotecas de ámbito comarcal...), que vuelven a distinguirse con fuerza entre sí -y a competir a menudo por el espacio- ahora bajo la denominación de *tribus urbanas*.

El espacio de ocio juvenil, si alguna vez estuvo ideologizada se des-ideologizó, y la ideología fue sustituida por la estética y, más específicamente, el diseño, tanto en los locales para jóvenes como en la forma de presentarse de los propios jóvenes. La llamada *movida* surgió primero como un movimiento *hipercultural* madrileño<sup>56</sup> que no rompía con el *stablishment*, sino todo lo contrario, y luego como un estilo de ocio juvenil con personalidad propia que se irá difundiendo mediante instrumentos como las películas de Almodóvar, determinados grupos musicales como Nacha Pop, Alaska y Dinarama,

---

<sup>56</sup> Utilizamos el término *hipercultural* como antitético de *contracultural*, para referirnos a una subcultura que busca la diferenciación grupal no en base a la ruptura con la cultura dominante, sino en base a la exacerbación de algunos de sus componentes.

Mecano, etc, revistas como *La Luna* y algunos programas de televisión ubicados en la franja nocturna de la segunda cadena de la Televisión Pública.

La década de los 90, al contrario que la anterior, constituye una de las más largas de ese siglo; de hecho se adentra todavía en el XXI. Empezaría a finales de los años 80, con la explosión de la principal pandemia relacionada con el ocio en la historia de la humanidad: el SIDA, que tuvo también un fuerte impacto en los estilos de ocio juvenil nocturno, y supuso el casi definitivo abandono de la heroína y otras drogas inyectables entre las clases medias.

Pero es, sobre todo, el tiempo de la consolidación de la cultura consumista en Occidente, y de la conversión de la industria del ocio (especialmente a partir de su confluencia con los *mass media* y la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el sector económico más importante a nivel planetario. Consumir a lo grande, beber a lo grande, colocarse a lo grande, *meterse* a lo grande, va a ser una especie de *leit motiv* para muchos jóvenes en esta década, a menudo imitando a los jóvenes adultos, o a los adultos, que desde mediados de los 80 hasta finales de los 90 conforman una particular tribu urbana para la que el único Dios es el consumo, y la única medida la desmedida: son los *yuppies*.

Y todo ello en el marco de la globalización, siguiendo una tendencia que es común a todos los países desarrollados e incluso a las clases medias urbanas de los países en vías de desarrollo.

El ocio se identifica ya claramente, en esta década, con la fiesta entendida como evento puntual y localizado, no necesariamente nocturna, pero siempre salvaje. Esta tipología de *fiestas* llega de Gran Bretaña, donde las *raven parties* (de las que sólo se conoce dónde se van a celebrar unas horas antes) se han convertido -según algunas interpretaciones- en una especie de expresión de rebeldía juvenil frente a un thatcherismo empeñado en desmontar el Estado del Bienestar (Hill, 2002). En España, importado a través de las zonas de turismo de playa, incluso se institucionaliza la ocasión para fiestas multitudinarias, como ocurre con las fiestas de apertura de curso en la Universidad, fiestas de Navidad y fin de curso en los Institutos de Secundaria, etc. Aunque sólo adquirirán la forma específica de las *raven parties* a mediados de la década, principalmente en Andalucía occidental, donde empezaron a ser conocidas entonces como *gordas*, aunque su práctica se prolonga hasta la actualidad.

A principios de la década, una recesión breve, pero especialmente dura para los jóvenes por la falta de expectativas de ocupabilidad laboral, generó en las ciudades españolas el auténtico primer fenómeno masivo de bebida en la calle autogestionada por los propios jóvenes. Se trata de las famosas *litronas* (botellas de litro) de cerveza que, vendidas frías por los mismos establecimientos de conveniencia que una década más tarde harán negocio con el *botellón*, consumen los jóvenes de Secundaria en pequeños grupos de amigos en calles traseras, rincones oscuros, parques, orillas de ríos y una larguísima tipología de lugares no necesariamente fuera de la vista de los mayores. Se convierte el consumo de litronas en fenómeno de masas a principio de los '90, y el principal efecto fue un sensible descenso en la edad de iniciación al alcohol.

Pero el fenómeno más problemático de la década, finalmente, será lo que se conoció popularmente como *rutas del bakalao*, cuya represión generó conflictos no menos pro-



blemáticos que los producidos en torno al botellón. El *bakalao*, que podemos asimilar al *acid house* británico, basado en la canalización del ocio juvenil nocturno a través de gigantes macrodiscotecas, ubicadas normalmente en el medio rural o en polígonos industriales, y en la casi total sustitución del alcohol por las drogas de diseño, añadirá un problema de movilidad; por cuanto el sistema se basa en *rutas*, que los jóvenes recorren de discoteca en discoteca a lo largo de todo el fin de semana, a veces sin dormir ayudados por drogas. Estas se extienden a veces a lo largo de cientos de kilómetros, por ejemplo entre Madrid y Valencia, y algunas se convierten en objeto de peregrinación de jóvenes desde todo el país. Son especialmente conocidas la valenciana y la catalana, pero también hay rutas importantes, de carácter regional, en la costa vasco-cántabra, Galicia, la Ribera del Ebro y Andalucía. Este funcionamiento en función de *rutas* provocó, durante la primera mitad de la década, unos índices elevadísimos de siniestrabilidad juvenil en carretera.

En este sentido, la década de los 90 supone la definitiva unificación del ocio juvenil rural y urbano, no sólo en España sino también en buena parte de los países de Europa, en la medida en que esos macrocentros tan sólo pueden ubicarse, para que se trate de una inversión altamente rentable, fuera de las grandes ciudades.

Por otra parte, con la aparición de los *after hours* se hace realidad algo hasta entonces sólo tendencial: la desaparición de la frontera entre el día y la noche. Los *after hours*, locales de baile que abrían por la mañana, cuando se cerraban las discotecas, son el apunte de la *ciudad-de-las-24-horas* a la que hemos hecho referencia.

Así, poco a poco, la fiesta vuelve al interior de las ciudades, a los bares y a la calle, donde el baile se conserva, pero la conversación pasa a ser el centro durante una parte (las primeras horas) de la noche en el botellón. El joven vuelve a la calle, donde se ha socializado como niño y adolescente, pero cada vez más alejado del control social de los padres. Mientras que el adolescente se relaciona con su grupo en un espacio y tiempo abierto y permeable a sus mayores, el joven busca un espacio cerrado e impermeable a sus mayores, lo que consigue por distintas vías: el alejamiento físico, la diferenciación horaria y el anonimato que proporciona el rodearse de otros jóvenes en el que no tiene cabida la generación de los adultos.

El botellón aparece así como una forma de expresión local, española, de un fenómeno global; para algunos, una respuesta imaginativa, una pequeña rebelión contra el *dictum* de las corporaciones crecientemente globalizadas. Casi como un aviso de los jóvenes -en este caso españoles-: están dispuestos a jugar el juego del Sistema, pero quieren mantener un -pequeño- espacio de identidad propio

## CONCLUYENDO

En la primera parte de nuestra exposición se han relatado las dimensiones conflictivas del botellón, evidenciándose que es un fenómeno que ocurre por toda España. Hemos visto el tipo de respuestas que las instituciones han dado y, a la luz de los datos que nuestra investigación produjo, hemos definido un poco más el alcance del problema. Pero en un plano más teórico, también hemos concretado las tendencias globales en el ocio noc-

turno, y se ha visto cómo el modelo de la urbe global ayuda a explicar la confluencia planetaria de los estilos de vida y de ocio en la sociedad postindustrial. Así, la *ciudad de 24 horas*, también global, se nos presenta como una manifestación material y cultural de esta conjugación de tendencias, siendo el trinomio jóvenes-noche-álcohol un elemento central de las mismas. Entre las manifestaciones locales de este trinomio, esto es la glocalización de estas tendencias, el botellón aparece como la expresión española del mismo.

Como fenómeno social, en el botellón confluyen diversidad de actores con intereses encontrados; de ahí que sea causa de conflictos diversos que podemos considerar como característicos de la sociedad postmoderna. Mientras que tradicionalmente el foco del conflicto social se ha venido manifestando principalmente en el ámbito de la producción (lucha de clases) o en el de las creencias sociales (nacionalismos, conflictos religiosos), en la postmodernidad los intereses encontrados están relacionados con aspectos culturales e identitarios. Y el consumo se erige precisamente como uno de los principales factores de agrupación y creación de identidades en la sociedad contemporánea, como apuntara Weber; debemos situar el botellón en este ámbito, concretamente en el del consumo de ocio nocturno, siendo el alcohol el motor que alimenta esa industria.

Hemos señalado varias dimensiones en el conflicto del botellón que se relacionan con la calidad de vida. El botellón afecta en este sentido a vecinos, por cuanto que ven mermando su derecho al descanso, y afecta a sí mismo a los menores que no tienen capacidad de autoprotección frente a una oferta masiva y asequible de alcohol. Pero implica, sobre todo, efectos de más hondo calado como se extrajo de nuestro estudio, ya que es un tipo de consumo que está directa y llanamente relacionado con la búsqueda de diversión, y sobre todo relacionado a una falta de educación en el alcohol. Sólo en una pequeña parte podríamos hablar de los supuestos problemas de los cuales los jóvenes andarían huyendo. En el caso español, los jóvenes no beben porque tengan problemas, sino precisamente porque no los tienen; porque tienen dinero, tiempo, espacio y libertad para hacerlo, privilegios propios de las sociedades avanzadas y de cuyas consecuencias el botellón es una expresión más.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUINAGA, J. 2000. 'El ocio de la juventud y las familias', *Revista de Estudios de Juventud*, 50, pp. 43-51.
- AGUINAGA, J., COMAS, D. 1997. *Cambios de hábito en el uso del tiempo*, INJUVE, Madrid.
- BAIGORRI, A. 1992. 'Apuntes para una sociología del ruido', Ponencia inaugural, II Jornadas de Estudio sobre Actividades Molestas, Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), Cáceres. España.
- BAIGORRI, A. 2001. *Hacia la urbe global*, Editora Regional de Extremadura, Mérida. España.
- COMAS, D. 2000. 'Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector "ocio juvenil" en la España actual', *Revista de Estudios de Juventud*, 50, Sept. 2000, pp. 9-22. Madrid. España.
- DALONSO, J., FRUTOS, S., GUIASOLA, M. 1998. 'La construcción significativa de la noche', *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, Universidad Nacional de Rosario, Vol. 2.
- DUMAZEDIER, J. et al. 1971. 'Realidades del ocio e ideologías', en VV.AA., *Ocio y sociedad de clases*, pp. 9-45.
- DUMAZEDIER, J. 1962. 'Travail et loisir', en FRIEDMANN, G., NAVILLE, P., *Traité de Sociologie du Travail*, Armand Colin (ed), Vol. 2. París. Francia.
- DURÁN, M.A. 1998. *La ciudad compartida: conocimiento, afecto y uso*, Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España, Madrid. España.
- ELZO, J., LAESPADA, M.T. 1996. 'El alcohol y la noche', *Revista de Estudios de Juventud*, 37, pp. 45-54. INJUVE. Madrid. España.
- HALBWACHS, M. 1950. *Las clases sociales*, Fondo e Cultura Económica, México.
- HILL, A. 2002. 'Acid House and Thatcherism: noise, the mob, and the English countryside', *British Journal of Sociology*, Vol. 53, Nº 1, pp. 89-105.
- HOBBS, D., LISTER, S., HADFIELD, P., WINLOW, S., HALL, S. 2000. 'Receiving Shadows: governance and liminality in the night-time economy', *British Journal of Sociology*, Vol. 51, n 4, pp. 701-717.
- JUNTA DE EXTREMADURA. 2002. Informe sobre la legislación de consumo de alcohol por los jóvenes en la vía pública, Consejería de Cultura (ed). Mérida. España.
- MACHADO, J. 2000. 'Las transiciones y culturas de la juventud', *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 164, pp. 89-101.
- MARTIN, M. 1994. *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990*, Instituto de la Juventud de España, Madrid. España.

- MARTÍN, R. Et al. 2001. *El Régimen Constitucional de "la movida"*, Grupo Editorial Universitario, Granada. España.
- NELSON, A.L., BROMLEY, R.D.F., THOMAS, C.J. 2001. 'Identifying micro-spatial and temporal patterns of violent crime and disorder in the British city centre', *Applied Geography*, 21, pp. 249-274.
- PALLARES, J., CEMBRANOS, F. 2001. 'La marcha, la pugna por el espacio', *Revista de Estudios de Juventud*, 54, pp. 35-45. INJUVE. Madrid. España.
- PALLARES, J., FEIXA, C. 2000. 'Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno', *Revista de Estudios de Juventud*, 50, pp. 23-41. INJUVE. Madrid. España.
- RIESMAN, D. 1965. *Abundancia, ¿para qué?*, Fondo de Cultura Económica, México.
- RIESMAN, D., GLAZER, N., DENNEY, R. (1955), *The lonely crowd*, Doubleday Anchor Books, Nueva York.
- VEBLEN, Th. 1974. *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México.
- WILLIAMS, J.S., KNIPE, E.E., MAROLLA, J.A. (2003), 'Youth (culture) Subculture: A useful concept?', Virginia Commonwealth University, URL: <http://omega.cc.umb.edu/~sociology/journal/socart1.html>.