

Carnavalización y botellón. Una etnografía estadística del ocio juvenil en la provincia de Alicante

ANTONIO MIGUEL NOGUÉS PEDREGAL, FERNANDO BORRÁS ROCHER, JOSÉ VICENTE SEGURA HERAS, JOSÉ LUIS RUÍZ GÓMEZ, FEDERICO BOTELLA BEBÍA

Centro de Investigación Operativa de la Universidad Miguel Hernández

INTRODUCCIÓN⁶¹

De acuerdo con la perspectiva de Mijail Bajtin podríamos afirmar que la práctica del *botellón* resulta la expresión cultural de una carnavalización que se repite cada fin de semana, pues las actividades del ocio juvenil no se pueden ni entender ni abordar como “los ‘ejercicios’ de reglamentación y perfeccionamiento del proceso del trabajo colectivo, el ‘juego del trabajo’, el descanso, o la tregua en el trabajo” (Bajtin, [1965] 1998:14)⁶². Y, en cierto modo, como concluimos de nuestra investigación, el botellón es un tiempo en el que los jóvenes⁶³ “penetran en el reino utópico de la universalidad, de la libertad, de la igualdad y de la abundancia” (ibid., 15).

Desde esta perspectiva planteamos una investigación multidisciplinar en el seno del Centro de Investigaciones Operativas de la Universidad Miguel Hernández con el objetivo de acercarnos a las formas de ocio de la juventud alicantina como un hecho etnográfico que adquiere su sentido y significado en el entorno social, cultural y económico específico de la provincia de Alicante. Entendíamos y entendemos que las formas de ocio juvenil son manifestaciones expresivas y que, como tales, poseen códigos de comunicación que generan y producen un sentido distintivo de cultura juvenil. Por esta razón nuestra propuesta de investigación difería de aquellas perspectivas que abordan el tiempo lúdico-expresivo de la juventud como una cuestión sobre la *hay que hacer algo*, bien sea tomando medidas preventivas o restrictivas, u ofreciendo espacios alternativos y actividades paralelas a las generadas y producidas por los propios jóvenes. El tiempo lúdico, y las formas de ocio asociadas a éste, son elementos constitutivos de lo que denominamos *cultura*

⁶¹ Esta investigación ha sido financiada por el área de Juventud de la Excma. Diputación de Alicante.

⁶² Bajtin, M. (1965) *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Alianza Editorial, Madrid, 1998.

⁶³ Empleamos el masculino como genérico porque la muestra se realizó sobre un número ligeramente superior de hombres (313) que de mujeres (311).

juvenil. Por este motivo nuestra investigación se planteó en una doble dimensión. Por una parte, estudiando los contenidos y acciones a través de los que manifiestan el sentido de lo lúdico. Y por otra, examinando el tiempo lúdico-recreativo como esfera donde se producen y reproducen espacios llenos de significado.

En este trabajo presentamos los resultados globales que respondían a dos preguntas básicas: cuántos jóvenes hacen botellón y qué se hace en los botellones; y a continuación presentamos las opiniones que tienen los jóvenes sobre el binomio diversión-descanso, y las soluciones que proponen para reducir la visión negativa que se tiene de esta práctica en la opinión pública y publicada.

Para el análisis partimos de la premisa que, *desde dentro*, las formas de manifestar el tiempo lúdico son las de la sociabilidad; es decir, manifestaciones socio-culturales a través de las cuales los participantes entrecruzan juegos de poder, jerarquías de valores, sentimientos estéticos y capacidades de producción de significados. No en vano es en el tiempo de ocio cuando, libres de restricciones impuestas por el tiempo ordinario, encontramos los momentos de mayor expresividad y socialización. De hecho, la psicoactividad buscada por los jóvenes a través de estimulantes, depresores y/o perturbadores del sistema central tienen como fin la búsqueda de unos efectos que, gracias a la desinhibición, la euforia y la autoestima, facilitan la sociabilidad, la empatía y la locuacidad. Como sabemos estos son valores que construyen una realidad directamente relacionada con la comunicación, con la expresión, con la cultura en definitiva. En este capítulo proponemos acercarnos al tiempo lúdico de los jóvenes no como un problema al que hay que encontrarle una solución, sino como un fenómeno socio-cultural de comunicación.

A principios de los 80 se implantó el modelo cultural de *fin de semana*. En la realidad laboral española, y frente al modelo tradicional para el que el sábado era un día laborable, se fue consolidando lo que entonces se conocía como la *semana inglesa* (trabajar sólo hasta el viernes). Este cambio introdujo una nueva percepción del ritmo laboral y, consecuentemente, una clara división de la semana en dos periodos perfectamente delimitados en el tiempo. Por un lado, una realidad que se prolongaba de lunes a viernes caracterizada por la sujeción a las normas laborales, a las obligaciones sociales y económicas, y a los procesos conformativos de la estructura social; un conjunto de actividades que configura lo que en este estudio, y siguiendo a Victor Turner⁶⁴, denominamos *estructura*. Por otro, un segundo momento percibido como cualitativamente diferente, que está caracterizado por una disminución de las cargas cotidianas, una sensación de alivio de las tensiones diarias y distinguido como expresión de libertad; este conjunto de actividades configura lo que aquí denominamos *anti-estructura*.

Esta radical diferencia entre ambos *tiempos* tiene su consecuencia más directa en una dualización de las prácticas sociales y una extensión de las prácticas de ocio que, en el modelo tradicional de semana, se limitaban al domingo. Esta extensión del ocio, unida al aumento y diversificación de las actividades para el tiempo libre, contribuyen a consolidar el valor y la importancia que el tiempo de ocio ha ido adquiriendo en las últimas décadas.

⁶⁴ Turner, V. W. (1969) *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*. Taurus, Madrid, 1988.

Frente a las actividades del tiempo libre durante la semana en las que predomina la capacidad del individuo para decidir las y llevarlas a cabo, las prácticas de fin de semana tienen un fuerte componente societario e implican la negociación y las acciones del grupo de iguales. No en vano las primeras están más vinculadas a la disposición de medios para el ocio tecnológico (televisión, música, vídeo, internet), *ergo* status-social, y éstas con la adquisición de lo que Gil Calvo⁶⁵ denomina “capital humano expresivo”, es decir, la sociabilidad, las habilidades relacionales y la competencia verbal.

Paralelamente, realidades como el alargamiento de la dependencia económica de la familia y la consiguiente dificultad de emancipación, o la desaparición de ritos definidos social y culturalmente como manifestación simbólica del paso al status de adulto, o de reafirmación de roles sexuales (ej. *la mili*), hacen que estas prácticas de fin de semana deban analizarse también como formas rituales de expresión de *lo juvenil*. En este sentido, el botellón como conducta de ocio societario, reafirmaría ritualmente la identidad de *lo juvenil* mediante la escenificación histriónica de la trasgresión festiva cada fin de semana. La práctica cultural del botellón puede ser considerada el elemento más distintivo, peculiar y “problemático” del fin de semana juvenil. En este trabajo nos acercamos al botellón del sábado por la noche como una práctica cultural más entre las muchas que realizan los jóvenes durante el fin de semana. Sin embargo, la ocupación de espacios urbanos, la pública manifestación de festividad, el sentimiento de igualdad y la comunión de bebidas entre iguales, confiere al botellón unas características que lo distinguen de las otras actividades de ocio que también desarrollan.

METODOLOGÍA

A lo largo de la investigación, cuyo trabajo de campo se llevó a cabo durante los meses de noviembre y diciembre de 2002, y tras una encuesta de validación en octubre, combinamos el trabajo de campo etnográfico con el análisis socio-estadístico, desarrollando una observación participante que, como técnica etnográfica, permite interpretar de forma complementaria los datos de las encuestas que se realizaron. La innovación de esta propuesta destaca la combinación y complementariedad de ambas técnicas realizando un trabajo de campo durante los fines de semana en distintas zonas de recreo y ciudades, y la realización de encuestas en centros de bachillerato y formación profesional, así como durante los momentos de ocio en aquellas zonas de mayor concentración juvenil.

La perspectiva antropológica parte del análisis estructural y funcional de los rituales como esquema analítico del tiempo lúdico en los jóvenes; baste recordar que el uso de sustancias psicoactivas en el marco de ceremonias rituales y fiestas se encuentra muy extendido en las sociedades de todo tiempo y lugar como un medio de expresión y producción cultural. El tiempo lúdico, el tiempo de fiesta, se encuentra estrechamente vinculado a la propia existencia de cultura, de tal forma que si no existiera aquél, no podría existir ésta, pues “la cultura surge en forma de juego, la cultura, al principio, se juega” (Huizinga, [1938] 2000:67)⁶⁶.

⁶⁵ Gil Calvo, E. (1994) “El carnaval y sus metáforas”. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 533-34: 189-199.

⁶⁶ Huizinga, J. (1938) *Homo ludens*. Alianza Editorial/Emecé, Madrid/Buenos Aires, 2000.

En nuestra sociedad son muchos los rituales que jalonan nuestra cotidianeidad: sea una despedida de soltero, una puesta de largo, el encendido de la mecha de un petardo, el ordeño de una vaca, el baño de los mozos o... una borrachera. Acciones que marcan el ritmo y, en su desarrollo, distinguen al tiempo ordinario de ese otro tiempo cualitativamente diferente caracterizado, principalmente, por la ausencia de sistemas de poder jerarquizados, la sensación de libertad, la construcción de la abundancia, la definición de la igualdad, la reivindicación de señas de identidad a través de la estética, la música o las formas de vestir. Nuestra propuesta metodológica es abordar el fenómeno de las manifestaciones lúdicas de los jóvenes desde la perspectiva de los rituales, observando e indagando en la coherencia significativa de las acciones, y ahondando en el plano de las valoraciones individuales y grupales.

La encuesta estuvo estructurada en torno a tres grandes ejes: el marco de expresión en el espacio familiar, el sentido estético, y las formas de ocio. Cada uno de estos se corresponde con una de las dimensiones básicas a través de las que se manifiesta el tiempo lúdico-expresivo. Por este motivo, y exceptuando aquellas variables de carácter exclusivamente cuantitativo, se optó por preguntas abiertas. Este diseño pretende responder a las limitaciones que presentan las encuestas con mayoría de preguntas cerradas o semicerradas, y que merman las posibilidades de analizar los cambios en las tendencias y la estructuración de los comportamientos socio-culturales.

La muestra seleccionada representa adecuadamente la distribución porcentual por sexo y grupos de edad, de tal forma que recoge las estimaciones a nivel provincial con un error de estimación del 4% en el caso más desfavorable, siendo el tamaño muestral de 629 jóvenes de ambos sexos entre 15 y 25 años, y residentes en las localidades de Alcoy, Alicante, Benidorm, Cocentaina, Denia, Elche, Elda, Orihuela y Villena. Algunas características de la muestra se describen en las tablas 1, 2 y 3.

Tabla 1
PERIODO DEL TRABAJO DE CAMPO, AÑO 2002

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Octubre	21	13	34
Noviembre	185	222	407
Diciembre	112	76	188
Total	318	311	629

Tabla 2
DISTRIBUCIÓN POR EDADES Y SEXO

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
15-18	92	108	200
19-23	155	151	306
24-25	71	52	123
Total	318	311	629

Tabla 3
DISTRIBUCIÓN DE LAS POBLACIONES ENCUESTADAS

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Alcoy	25	25	50
Alicante	90	87	177
Benidorm	26	24	50
Cocentaina	6	4	10
Denia	23	25	48
Elche	58	53	111
Elda	34	34	68
Orihuela	43	47	90
Villena	13	12	25
Total	318	311	629

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el estudio antropológico abundamos en la cuestión relacionada con la práctica cultural del botellón analizando las diferencias en los patrones de comportamiento y el empleo del tiempo durante la semana y el fin de semana, en función del grupo de edad, el sexo y la “situación educativo-laboral”. Las categorías de grupos de edad (15-18, 19-23 y 24-25) fueron establecidas en relación con el itinerario educativo en España. Durante el trabajo de campo y, posteriormente, en la fase de ordenación y tratamiento básico de los datos, constatamos el valor de la variable “situación educativo-laboral” como realidad determinante para la comprensión del objeto de estudio en una doble dimensión. Por un lado, responde al planteamiento expuesto en la introducción, y enfrenta el tiempo estructurado, cotidiano, rutinario y monótono de la semana con el *antiestructural* disperso, diferente y extraordinario del ocio de fin de semana. Esta doble valoración del tiempo en su dimensión económica y social es básica para una adecuada comprensión de los ritmos y prácticas culturales de los jóvenes.

Por otra parte, el empleo de esta variable permite adentrarnos en el mundo de los valores y actitudes de los jóvenes alicantinos. Al comparar *lo que dicen que hacen* con *aquello que declaran hacer* podemos situar los resultados de la encuesta más allá del plano descriptivo; por ejemplo, al confrontar que una joven *dice* “sólo trabajar” y en la relación de actividades que *declara* hacer durante la semana incluye el estudio, podríamos deducir en qué casos y por qué la asunción del rol de trabajador prevalece sobre aquél de estudiante. Por el contrario, si la joven *dice* “estudiar y trabajar” pero sólo incluye el trabajo como actividad de fin de semana, podemos deducir que el rol de complementariedad entre ambas actividades se presenta como un valor deseable entre un sector de la juventud que, principalmente, estudia.

Por este motivo hemos recurrido a las actividades de la estructura para definir las principales categorías de análisis de la variable “situación educativo-laboral”. Estas actividades, que configuran la estructura son aquéllas que determinan la realidad más cotidiana-

na de los jóvenes (trabajar, estudiar, su combinación y/o su ausencia (*busca trabajo*), arrojan unas distribuciones totales, por sexo, y por grupos de edad según se ilustran en las figuras 1, 2 y 3, desagregadas en función de las 4 categorías de la variable:

- | | | |
|----------------------------------|---------------|-----|
| (1) <i>sólo trabaja</i> | representa el | 29% |
| (2) <i>sólo estudia</i> | representa el | 34% |
| (3) <i>trabaja y estudia</i> | representa el | 19% |
| (4) <i>ni trabaja ni estudia</i> | representa el | 15% |

Figura 1
DISTRIBUCIÓN “SITUACIÓN EDUCATIVO-LABORAL”

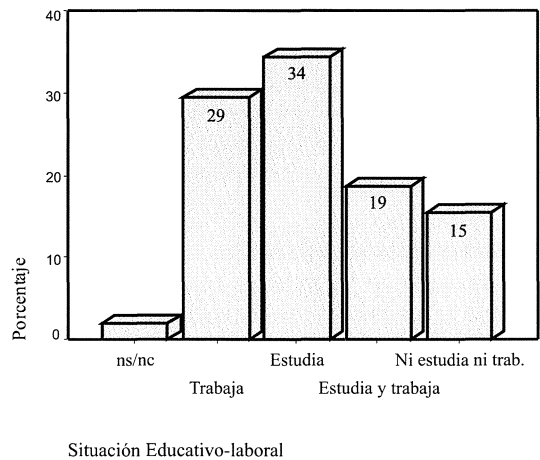


Figura 2
DISTRIBUCIÓN “SITUACIÓN EDUCATIVO-LABORAL” POR SEXOS

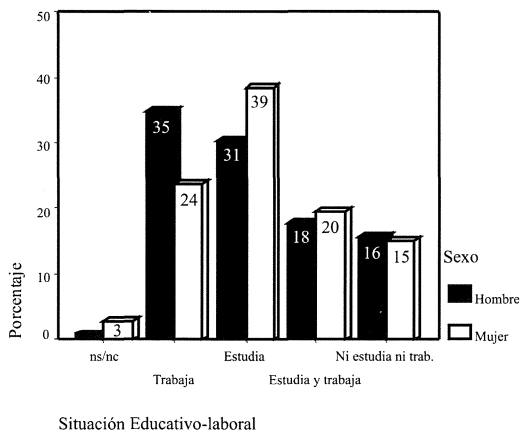
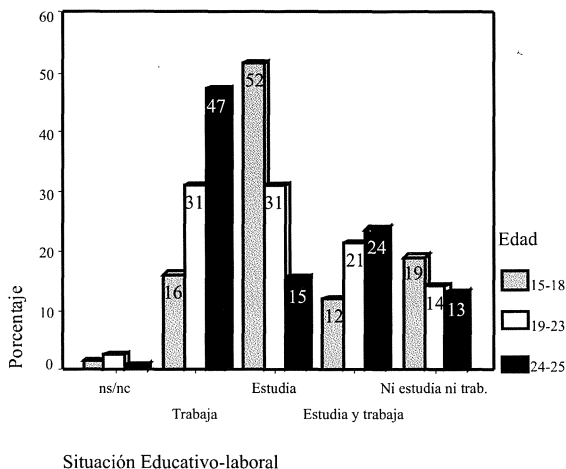


Figura 3
DISTRIBUCIÓN “SITUACIÓN EDUCATIVO-LABORAL” POR EDAD



Inicialmente habíamos previsto mantener las categorías educativo-laborales establecidas para el análisis del tiempo de ocio, pero como pudimos observar tras los primeros resultados, la influencia de dichas variables sobre los comportamientos y actitudes frente al botellón no era destacable. Posteriormente comprobamos que la distinción entre los que declaraban que sí hacían y no hacían botellón ofrecía una mayor relevancia para el análisis de algunos elementos actitudinales.

EL OCIO DE FIN DE SEMANA ENTRE LA JUVENTUD ALICANTINA: LA PRÁCTICA DEL *BOTELLÓN*

Nuestra hipótesis inicial afirma que las formas básicas de manifestar *desde dentro* el tiempo lúdico son aquellas más acordes con la noción de sociabilidad; es decir, manifestaciones socioculturales a través de las cuales los participantes entrecruzan juegos de poder, jerarquías de valores, sentimientos estéticos y capacidades de producción de significados. No en vano es en el tiempo de ocio cuando, libres de las restricciones impuestas por el tiempo ordinario, encontramos los momentos de mayor expresividad y socialización. Consecuentemente, planteamos que los jóvenes buscan un tiempo lúdico donde expresar unas formas de sociabilidad distintivas y donde manifestar sus prácticas identitarias propias en forma de ritual.

¿Cuánta gente hace *botellón*?

Cuando se aborda un estudio concreto de la realidad del botellón siempre surge la misma pregunta inicial: *cuántos jóvenes hacen botellón*. Pese a su simplicidad, la pregun-

ta directa al entrevistado no es la mejor manera de abordar la cuestión. Tras algunas consideraciones en la fase de muestreo y validación de la encuesta, optamos por indagar este hecho particular partiendo de la premisa de que el entrevistado sí hacía botellón y confrontándola con una serie de cuestiones relacionadas. Así a la pregunta *desde cuándo haces botellón* un abrumador 70,6% de los jóvenes no supo o no contestó a la pregunta. Un 21,1% negó la premisa y afirmó que *no hacía* botellón. Un 0,6% dijo hacerlo desde hace menos de un año, el 1,7% reconoció que llevaba entre 1 y 3 años, y sólo un 5,9% declaró que llevaba más de tres años con esa práctica.

Partiendo del hecho de que el grupo de iguales es el principal agente enculturador de la juventud alicantina en su tiempo de ocio, en el estudio hemos constatado la realidad del botellón como práctica de emulación, confirmación de status y ritual de paso. Empezamos el análisis por el porcentaje más elevado (71%) y que corresponde a aquellos que “no saben o no contestan” a su participación en el botellón. Al cruzar en una tabla de contingencia las respuestas a “desde cuándo haces botellón” con “cuántos de tus amigos hacen botellón”, se observa que el 9,5% de los que “no saben o no contestan” a su participación en el botellón, tampoco saben o tampoco contestan a cuántos amigos hacen botellón. El 21,4% de los que “no saben o no contestan” a su participación en el botellón, afirman que “ninguno” de sus amistades *hace* botellón. El mismo porcentaje dicen que “algunos” de sus amigos y amigas; un 26,4% afirma que “muchos” y el 21,4% que “todos”.

Con estas cifras se podría afirmar que (1) el botellón no está bien visto, o (2) no es una práctica que sea reconocida tan fácilmente como práctica habitual por un gran porcentaje de jóvenes, o (3) un peso poco relevante del grupo de amistades a la hora de practicarlo. Resulta extraño que un 69,2% de los jóvenes que “no saben o no contestan” a su participación en los botellones reconozca, por el contrario, que un número considerable de sus amistades *sí hacen* botellón. La coherencia del resto de la tabla de contingencia entre lo que hace *ego* y lo que hacen las amistades de *ego*, confirma, sin embargo, nuestra hipótesis del grupo como forma cultural de organización del tiempo de ocio del fin de semana de los jóvenes, por lo que las opciones (1) y (2) indicadas arriba aparecen como las más plausibles.

En la misma tabla comprobamos que el 50% de los que reconocen hacer botellón desde hace “menos de 1 año” afirman que “algunos” de sus amigos hacen botellón; un 25% dicen que “muchos” y otro 25% que “todos”. Entre aquellos que reconocen llevar haciendo botellón “entre 1 y 3 años”, el 9,1% “no sabe o no contesta” sobre cuántos amigos hacen botellón, otro 9,1% afirma que “ninguno”, otro 9,1% dice que “algunos”, un 36,4% dice que “muchos” y otro 36,4% afirma que “todos”. Entre los que llevan “más de 3 años” haciendo botellón, los porcentajes son similares: un 2,7% dice que “ninguno” de sus amistades hace botellón, el 21,6% declara que “algunos”, el 32,4% dice que “muchos” y el 43,2% afirma que “todos”. Y entre aquellos que afirman taxativamente que “no hacen botellón”, los porcentajes son: el 7,6% “no sabe o no contesta” a cuántos de tus amistades hacen botellón; el 25,3% contesta que “ninguno” de sus amigos/as hace botellón; el 24% dice que “algunos”; el 24,2% considera que “muchos” y el 18,9% reconoce que “todas” sus amistades hacen botellón. De lo que podemos deducir que el elevado porcentaje de “no saben o no contestan” (71%) puede responder a un ocultamiento intencionado sobre la realidad y extensión de la práctica del botellón.

¿Qué significa el botellón?

Para definir *desde dentro* el hecho etnográfico del botellón en la provincia de Alicante hay que recurrir a lo que dicen los actores. La práctica totalidad de los entrevistados describen, y por tanto definen y entienden, el botellón como “una reunión de amigos en donde se comparten bebidas, música y charlas”.

La historicidad de las prácticas culturales otorga legitimidad a las mismas. La objetivación de los hechos como incuestionables se produce a través de la aceptación del hecho como realidad histórica: y este es el caso del botellón en la provincia de Alicante. En la encuesta se muestra que el 59% de los jóvenes alicantinos considera que el botellón es una realidad consolidada desde hace más de 10 años. La distribución por edad ofrece unos porcentajes similares en cada grupo, y por sexos la distribución no muestra tampoco una gran diferencia salvo entre aquellos que consideran que la práctica del botellón tiene más de 20 años: hombre 43% y mujeres 36%.

Durante el tratamiento de los datos se construyó una respuesta múltiple que combina las seis acciones que los jóvenes declaran que constituyen la esencia del botellón: beber, hablar, drogas, música (oír/bailar), reír. Cada joven señalaba una, dos o más de las acciones mencionadas. Los resultados indican que el 91% mencionó “beber”, el 52% “hablar”, el 33% “reír”, el 31% “drogas” y el 17% “oír música o bailar”.

Igualmente en los resultados se indica la percepción del botellón que tienen los distintos grupos de edad. Es destacable que un 19% de los jóvenes entre menores de 24 años no mencionó que “beber” fuera un elemento esencial de la naturaleza del botellón. Frente a estos, la totalidad de los mayores identificaba el botellón con el consumo de bebidas alcohólicas. Como hemos indicado el 52% de los jóvenes considera que “hablar” forma parte del sentido del botellón. La sociabilidad se erige así como el elemento clave de la naturaleza de esta práctica cultural. Elemento que se refuerza por la comunión que supone la adquisición y el consumo de bebidas en el grupo. De hecho, durante el trabajo de campo hemos observado que existe el intercambio *ritual* de bebidas, vasos e hielo entre los distintos grupos, es decir, fórmulas de intercambio que fomentan y facilitan la comunicación entre los diversos grupos de jóvenes.

Las distribuciones obtenidas muestran una clara correspondencia entre la percepción del botellón como tiempo de comunicación (declara “hablar” como elemento distintivo) y el sexo (58% mujeres, 47% hombres), y una relación directamente proporcional entre la edad y la importancia que se le otorga a los contactos interpersonales: entre 15 y 18 años el 27%, entre 19 y 23 años el 68%, y el 100% de los mayores de 23 años. Podemos afirmar pues que el valor del botellón radica en la relación interpersonal. No en vano los resultados muestran que para 1 de cada 4 (76%) jóvenes alicantinos todos los botellones son iguales. Proporción que se ve aumentada a 9 de cada 10 (92%) si incluimos a los que no saben o no contestan.

Indagando sobre si existían diferencias entre los botellones, la distribución por sexos es relevante, pues muestra una leve diferencia, en cuanto que las mujeres consideran que “todos los botellones son iguales” en un 29% frente a 25% de los hombres, y que “depende más de la gente”, un 6% frente al 4% de los varones. En cuanto a la edad hay que señalar que los más jóvenes apuntan a que “todos los botellones son iguales” en mayor grado (35%) que el resto de los grupos (23% de las otras dos categorías de edad). Esta

apreciación particular puede deberse a la imagen generalizada que ofrecen los medios de comunicación sobre esta práctica, ya que con el 21% son el segundo grupo de edad que más reconoce “no hacer botellón”, o bien a esa especial reticencia que muestra ese grupo a no declararse sobre esa práctica con el 72%.

Para el análisis estadístico más específico hemos centrado las distribuciones al grupo que declara que sí hace botellón, es decir, un 8,2% del total de la muestra. Si la sociabilidad es el gran valor que posee el botellón, el movimiento es una de sus principales características. Así en las encuestas se transluce entre aquellos que declaran hacer botellón una constante preocupación por la mostración y la circulación. En este sentido, el 49% de los jóvenes que acuden regularmente a un botellón no acuden siempre al mismo. Estas actitudes tienen su reflejo en los resultados. Por un lado, se observa una ligera inclinación de las mujeres (61% frente al 35% de los varones) a cambiar de lugar lo que está en consonancia con la proporción que muestra la encuesta.

Igualmente se refleja por un lado, que el grupo que declara llevar más tiempo haciendo botellón (un 10% de los jóvenes entre 19 y 23 años que “sí hacen botellón” lleva más de 3 años) es más fiel al lugar de celebración (un 44% no cambia de sitio) y, por otro, que los porcentajes de “no sabe o no contesta” siguen siendo altos especialmente entre los más jóvenes. Quizás por esta razón 3 de cada 4 (76%) jóvenes alicantinos que sí practican el botellón, “no sabe o no contesta” a las diferencias que hay entre los botellones. Si bien este elevado porcentaje es un elemento que no hemos interpretado hasta el momento, se podría asimilar a “todos iguales” como actitud sociológica. El dato más relevante en este aspecto es que el 12% de los jóvenes considera que “depende de la gente”; y entre estos, las mujeres (14%) y los más mayores (50%) plantean actitudes similares.

Se concluye que el grado de sociabilidad manifestado es ligeramente superior entre la población femenina y, por lo tanto, más presente en la construcción del tiempo de ocio. De igual forma se presenta también un claro predominio de estas actitudes entre los mayores.

Opiniones sobre el binomio diversión-descanso

Al igual que en el resto de los ítems de la entrevista-encuesta, las respuestas abiertas de los jóvenes se codificaron con posterioridad. A pesar de la aparente pluralidad de posturas, las respuestas se pudieron agrupar en tres categorías.

En primer lugar se encuentran las respuestas que defienden, sin alternativa, el derecho al descanso frente a la contaminación acústica que deviene tanto del botellón en los lugares públicos como de la *movida* urbana (bares, discotecas...) en las zonas habitadas de las ciudades.

En segundo lugar se encuentran aquellas respuestas cuyo argumento principal reivindica el derecho a divertirse durante unas horas a la semana. Este argumento suele venir acompañado de una doble crítica. Por un lado, señalan la incongruencia que demuestra una sociedad que impone la necesidad de divertimento desde todas las instancias sociales con mensajes que subrayan la rebeldía, la diversión y la libertad como características propias de la juventud. Y por otro, relacionado con lo anterior, se critica la inexistencia de alternativas juveniles a las formas de diversión tradicionales, y ya hemos constatado que el botellón se percibe como forma tradicional.

En tercer lugar se encuentran las respuestas que abogan por un entendimiento entre las partes (jóvenes y residentes), y la cesión de parte de los derechos con medidas que van desde la comprensión por el ruido, la limitación horaria de los establecimientos y, sobre todo, actitudes cívicas y comprensivas.

Para el análisis de este apartado realizamos una división dicotómica entre aquellos que declaraban que no hacían botellón, (entre los que contamos los que “ns/nc”-no sabían o no contestaban), y los que afirmaban que lo hacían. Dado que los perfiles de las dos distribuciones resultantes no diferían sustancialmente, y teniendo en cuenta las consideraciones que íbamos extrayendo sobre el numeroso grupo “ns/nc”, optamos por distinguir tres grupos: (1) aquellos que declaraban que no lo hacían, (2) los que afirmaban que sí lo hacían y (3) los ns/nc.

Figura 4
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?”
ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NO HACEN *BOTELLÓN*

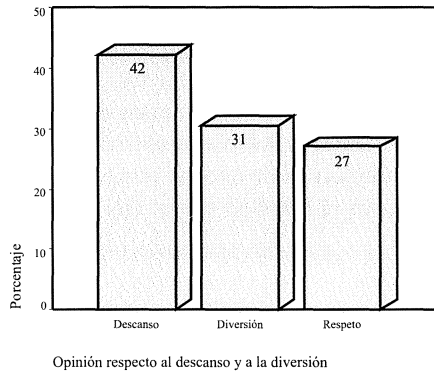


Figura 5
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?”
ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NS/NC SOBRE HACER *BOTELLÓN*

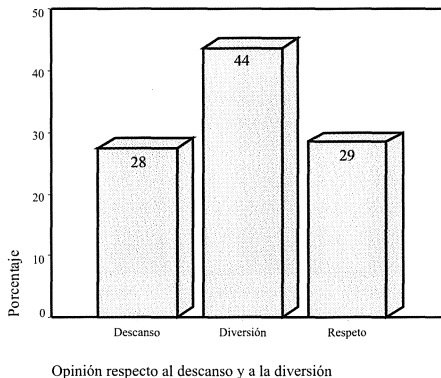
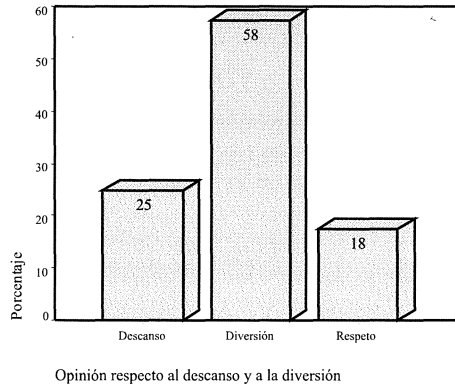


Figura 6
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?”
ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE SÍ HACEN BOTELLÓN



Como se puede observar en los perfiles de estas dos últimas distribuciones (Figura 5 y Figura 6) son más similares entre sí que con respecto a la primera distribución (Figura 4), lo que corroboraría nuestra hipótesis de que los jóvenes alicantinos no son muy proclives a declarar su participación en el botellón y por ello “no saben o no contestan” en las preguntas sobre esta cuestión.

Figura 7
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?”
POR SEXOS ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NO HACEN BOTELLÓN

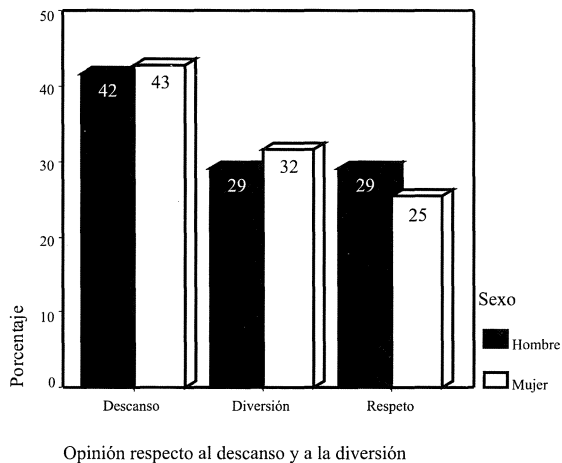
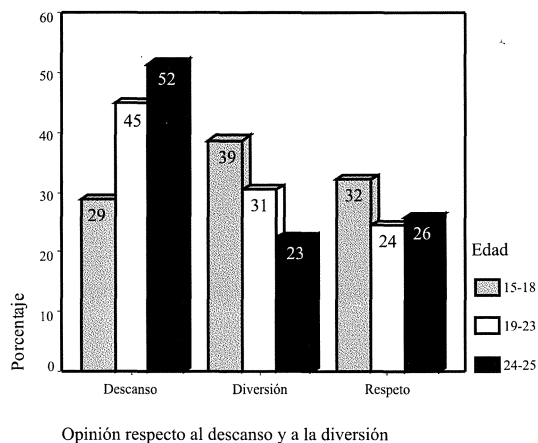


Figura 8
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?”
POR EDAD ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NO HACEN BOTELLÓN



De igual manera que las distribuciones por sexo y edad de aquellos que declaran que “no hacen botellón” refuerza las conclusiones que venimos observando en el estudio: por un lado que los mayores y las mujeres muestran una especial inclinación por las posturas que, desde el plano ideológico, se etiquetan de responsables y maduras; y, por otro, que las posturas que se perciben como opuestas (diversión y descanso) toman un matiz de confrontación entre dos grupos opuestos: *nosotros los jóvenes* versus *la sociedad adulta*.

La tabla de contingencia muestra que el 95,2% de los que apuestan por el “respeto” entre las partes no hacen botellón, mientras que sólo un 17,5% (Figura 6) de los que afirman realizar el botellón abogan por esta postura.

Figura 9
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?” POR
SEXOS ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NS/NC HACEN BOTELLÓN

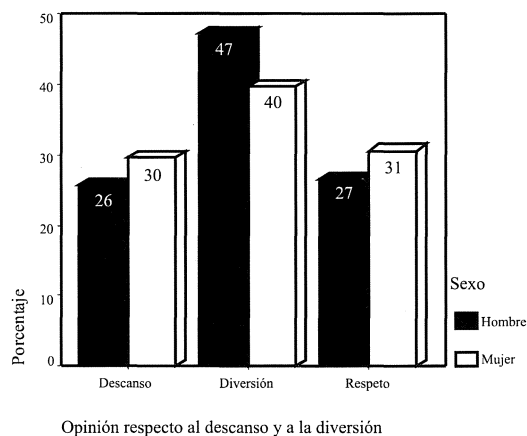
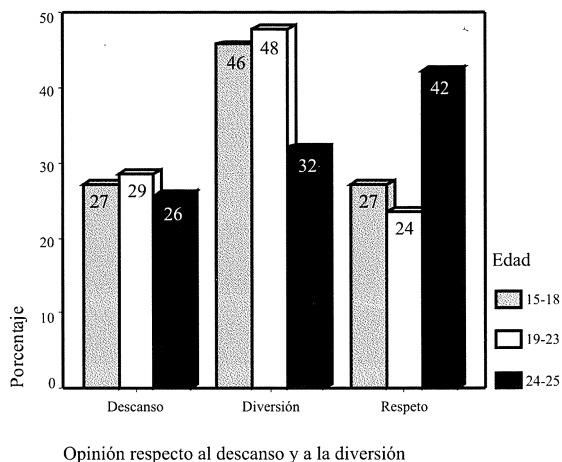


Figura 10
DISTRIBUCIÓN “¿OPINIÓN RESPECTO AL DESCANSO Y A LA DIVERSIÓN?” POR EDAD
ENTRE LOS QUE AFIRMAN QUE NS/NC HACEN BOTELLÓN



Esta oposición entre estos dos grupos (*jóvenes* vs. *sociedad adulta*) adquiere especial relevancia en el caso de los que “no saben o no contestan” a su participación en el *botellón*. El leve aumento de dos puntos (29%) de los que apuestan por el respeto entre las partes que se observa en la Figura 5, frente al 27% que reflejan los que no hacen botellón (Figura 4) subraya el valor que la negociación adquiere para este grupo como posibilidad para solucionar la oposición en el binomio diversión-descanso. Aumento que, como se observa en la Figura 9 y la Figura 10, proviene de las actitudes femeninas y de los mayores de edad.

Los jóvenes que no dudan en afirmar su participación en el botellón de forma regular se muestran claramente partidarios (58%) del derecho a la diversión como ilustra la Figura 6. La distribución por sexos subraya la tendencia que venimos observando por la cual las mujeres denotan una mayor preocupación por el impacto del botellón (26% frente al 6% de los hombres) y abogan por el respeto entre las partes. No obstante, es importante subrayar que 1 de cada 4 jóvenes que sí hacen botellón reconoce que debe privilegiarse el derecho al descanso.

Soluciones

¿Cómo creen los jóvenes que se pueden compatibilizar esas dos posturas? ¿De qué forma compaginan la reivindicación identitaria juvenil frente a la sociedad adulta? ¿Qué alternativas ofrecen para minimizar el conflicto que se deriva de esa *aparente* incompatibilidad?

No existe unanimidad en la solución; sobre todo porque el botellón no es percibido como un *problema* y, en consecuencia, no hay que darle una solución. Al igual que en los ítems anteriores, y aunque las respuestas fueron muy variadas, durante el tratamiento de los datos no resultó complejo codificarlas y agruparlas en cinco categorías:

- (1) Bajar los precios de las bebidas en los establecimientos autorizados,
- (2) Trasladar los espacios de botellón a zonas más alejadas,
- (3) Diseñar desde instancias oficiales alternativas de ocio,
- (4) Establecer mecanismos de control y/o represión,
- (5) Realizar campañas de concienciación para jóvenes y vecinos.

Es importante subrayar que las distribuciones de aquellos que “no hacen” y los que “sí hacen” no arrojan diferencias relevantes. Este hecho reafirma nuestra hipótesis de que el botellón es percibido por la juventud alicantina como una forma expresiva de la identidad juvenil en la provincia. Así pues, y salvo precisiones, los comentarios hacen referencia al conjunto de la muestra.

Para comenzar diremos que ninguna de estas soluciones cuenta con una clara mayoría de jóvenes que opten por ella. La que presenta un mayor apoyo (47,8%) es el **traslado a zonas no habitadas**. Esto verifica nuestra hipótesis de que el botellón es un tiempo lúdico que, como el carnaval, no está sujeto a ninguna delimitación espacial. Los jóvenes opinan que se puede trasladar el botellón porque saben que su valor radica en lo que los individuos producen independientemente del lugar donde se realice. Como reflejan los resultados de la encuesta ni la distribución por sexos ni la distribución por edad muestran diferencias sustanciales, confirmándose que cualquier iniciativa que aborde la cuestión del botellón debe considerar que esta práctica cultural es, ante todo, un tiempo en el que rige la espontaneidad de los actores y la expresividad global del grupo de jóvenes en interacción. Y que cualquier tentativa de abordar la solución del botellón desde una perspectiva espacial, circunscribiéndolo a recintos donde ocupar el tiempo con actividades alternativas, está abocada al fracaso.

El traslado a zonas alejadas es, por tanto, la opción más considerada entre los jóvenes para solucionar el problema del botellón. Incluso hemos constatado que aquellos jóvenes que no lo mencionan lo hacen porque identifican *botellón* con *movida* en lugares urbanos tales como la zona conocida como “el Barrio” en la ciudad de Alicante. Consecuentemente, y mientras que el botellón está vinculado a un tiempo cualitativamente diferente y puede ser trasladado a otra zona, la movida en los centros urbanos está vinculada a *un* espacio urbano concreto por su significado cultural y, por tanto, no es sustituible por otro lugar.

El resto de las opciones mencionadas por los jóvenes no alcanza el 20%:

Bajar los precios	19,1%
Concienciación	13,5%
Alternativas oficiales	12,9%
Medidas represivas	6,9%

La poca relevancia que presenta la opción de la **bajada de precios** se opone al discurso más generalizado de que ésta sí sería una buena solución al fenómeno del botellón. Según esta perspectiva el botellón es un problema de raíz económica que se solventaría con medidas destinadas a corregir el desfase entre la oferta y la capacidad adquisitiva de la demanda.

Paralelamente, este argumento, al abordar el botellón como una forma barata de consumir bebidas alcohólicas, simplifica el fenómeno y lo reduce a su manifestación. Este reduccionismo invita a identificar el botellón con el fomento del alcoholismo entre los jóvenes. En la distribución por sexos y la distribución por edad tampoco se muestran diferencias relevantes entre las distintas categorías lo que refuerza la naturaleza no-económica del fenómeno del botellón ya que, si así fuera, la distribución por edades arrojaría algunas diferencias.

Analizando las respuestas en una tabla de contingencia observamos que existe una inclinación a considerar que la bajada de precios sería una buena solución para los que “sí hacen” (26,5%) frente al 18,4% de los que “no hacen”. Sin embargo ese margen de diferencia interpretado en el contexto general del estudio, induce a pensar que se trata más bien de una reivindicación paralela, o bien de una asunción del discurso economicista tan extendido entre los medios de comunicación.

Sin embargo, al no mencionar en un 80,9% la bajada de precios como una posible solución, los jóvenes están manifestando que la realidad del botellón ni es sólo una estrategia de resistencia ante una política abusiva de precios al consumo, ni una forma barata de satisfacer la necesidad de alcohol en una juventud sin valores. El botellón es, según vamos concluyendo, una práctica cultural a través de la cual los jóvenes se muestran como grupo de edad, se identifican como tales, adquieren y refuerzan su status, y manifiestan sus formas peculiares de socializarse.

La apuesta por **iniciativas de concienciación** es particularmente importante por su novedad. Pese a contar tan sólo con 13,5% de las menciones, la idea de introducir la negociación como forma de entendimiento entre jóvenes y sociedad adulta es una realidad que debería ser tenida en cuenta por las instituciones. Es una estrategia que ha sido planteada sobre todo desde los jóvenes que ocupan espacios urbanos habitados durante su tiempo de ocio; es decir, es una vía de solución para lugares en los que la movida nocturna provoca serios problemas de convivencia, como es el caso del Barrio en Alicante. Sin embargo, tampoco se detectan diferencias significativas en los resultados en cuanto a sexo o grupo de edad, de lo que bien podríamos inferir que la comunicación global es parte esencial de la naturaleza del botellón. Lo más reseñable sea quizás que esta opción de concienciación es mencionada por 1 de cada 5 jóvenes alicantinos entre 24 y 25 años.

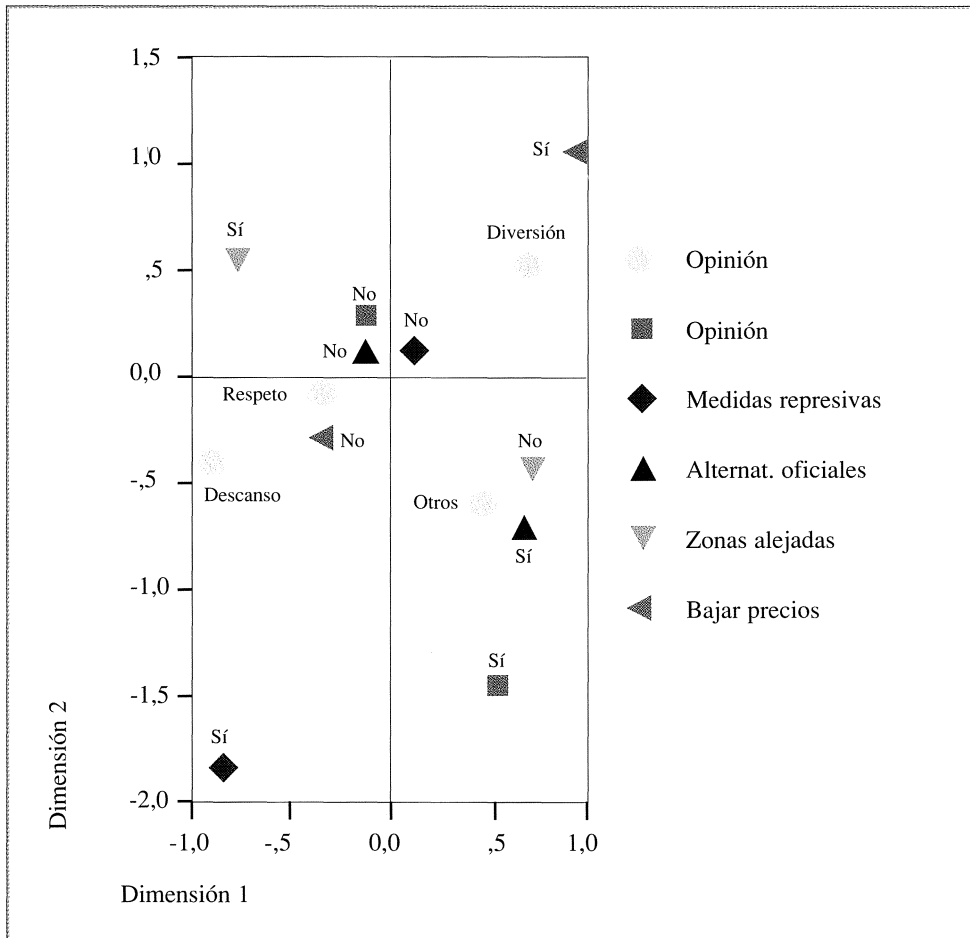
El porcentaje que refiere a las **alternativas de carácter oficial**, es decir, aquellas nacidas y promovidas fundamentalmente desde las instituciones locales, puede inducir a error. El 12,9% de los jóvenes menciona esta posibilidad, pero nadie la menciona de forma aislada. Se trata pues de lo que denominamos una reivindicación paralela y que, solo tangencialmente, puede incidir en el botellón; de hecho el 92,4% de los que mencionan esta posibilidad son jóvenes que “no hacen el botellón”.

La propia naturaleza de las alternativas oficiales, tipo *Espai Actiu* en Elche, se enfrenta con el valor de espontaneidad que le reconocen al botellón y la capacidad de movimiento que éste lleva implícito. La compresión del tiempo de ocio a un recinto es, sin duda, uno de los principales retos que tienen los programas alternativos diseñados *desde arriba* por las instituciones o asociaciones juveniles. La escasa relevancia de las alternativas oficiales como solución muestra que la juventud alicantina no cree que el uso del tiempo libre esté en función de las oportunidades existentes, sino más bien es partidaria de que el tiempo de ocio es una manifestación estética que construye identidades.

Las **medidas represivas** no se contemplan en el 86,5% de los casos, por lo que claro que el propio sentimiento de libertad que expresa en su naturaleza el botellón es opuesto a la posibilidad de control.

Para concluir hay que subrayar que la gran mayoría de los jóvenes son firmes partidarios de una combinación de soluciones entre las que, como hemos dicho, el traslado a zonas menos habitadas es la más considerada.

Como resumen final del estudio incluimos y comentamos el siguiente diagrama de dispersión relativo a un análisis de correspondencias múltiples. El gráfico muestra las relaciones entre las diversas categorías de las dos variables principales analizadas: opinión respecto a la diversión y el descanso, y soluciones al problema del botellón. No representa el peso de cada variable, sino las correspondencias estructurales (de similitud u oposición) entre las categorías de forma que, en cierto sentido, representa un mapa cognitivo de los elementos que caracterizan al botellón como práctica cultural.



Observando la disposición espacial de las categorías de las variables consideradas, y teniendo en cuenta la representatividad estadística de las mismas, se confirma que la actitud represiva es diametralmente opuesta a la esfera de lo lúdico la cual se caracteriza, por un extrema valoración de la diversión vinculada a la actividad psicotrópica y que se identifica con la bajada de los precios de las bebidas alcohólicas. Esta fuerte identificación entre diversión y consumo de alcohol se plasma en la oposición de estas dos categorías frente a la noción de concienciación de los jóvenes a favor de un ocio sano y respetuoso, y a la idea de diálogo entre jóvenes y vecinos de las zonas de movida y botellón.

Existe una correspondencia que, en su marginalidad estadística, ilustra las relaciones que se establecen entre las dos categorías que menos apoyo reciben de los jóvenes alicantinos en cada una de las variables: la opción “otros” en la forma de entender la relación diversión-descanso, y la negativa a considerar el traslado a otras zonas como una solución al problema del botellón. Negativa que se explica, como indicamos anteriormente, por la identificación entre botellón con movida por algunos de los entrevistados.

En el centro del gráfico se observa un cluster que incluye aquellas posturas que caracterizan al botellón por oposición a lo que, definitivamente, no es. Esta formidable correspondencia de categorías indica, en el contexto analítico de este estudio, la definición clara de cómo se percibe y lo que significa el botellón para la juventud alicantina. El botellón es el reino de la libertad (de ahí el no rotundo a las medidas represivas), la espontaneidad expresiva (de ahí la negación de las alternativas oficiales) y la búsqueda de la identidad de *ego* a través del colectivo juvenil (de ahí la oposición a las medidas de concienciación).

La agrupación a la izquierda del gráfico ilustra perfectamente la coherencia entre el descanso, el respeto, la negativa a considerar la bajada de precios como solución, y el alejamiento de zonas habitadas. Esta correspondencia estructural subraya, de nuevo, y como **conclusión final** de nuestro estudio, el carácter del botellón como tiempo cualitativamente diferente y no sólo como espacio lúdico o momento para consumo de bebidas baratas según viene siendo construida por la ideología de la “realidad” dominante.