



Adicciones

ISSN: 0214-4840

secretaria@adicciones.es

Sociedad Científica Española de Estudios
sobre el Alcohol, el Alcoholismo y las otras
Toxicomanías
España

CALAFAT, AMADOR; JUAN, MONTSERRAT; BECOÑA, ELISARDO; CASTILLO, AGURTZANE;
FERNÁNDEZ, CESÁREO; FRANCO, MARTA; PEREIRO, CÉSAR; ROS, MARGA

El consumo de alcohol en la lógica del botellón

Adicciones, vol. 17, núm. 3, 2005, pp. 193-202

Sociedad Científica Española de Estudios sobre el Alcohol, el Alcoholismo y las otras Toxicomanías
Palma de Mallorca, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122011003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El consumo de alcohol en la lógica del botellón

AMADOR CALAFAT; MONTSERRAT JUAN; ELISARDO BECOÑA; AGURTZANE CASTILLO; CESÁREO FERNÁNDEZ; MARTA FRANCO; CÉSAR PEREIRO; MARGA ROS

Socidrogalcohol

Enviar correspondencia a:

Amador Calafat. Socidrogalcohol. Rambla, 15, 2º, 3º. 07003 Palma de Mallorca. adicciones@socidrogalcohol.org. www.socidrogalcohol.org

Recibido: 10 de enero de 2005.

Aceptado: 12 de junio de 2005.

RESUMEN

El botellón es un fenómeno nuevo entre la juventud española que se generaliza en los últimos 15 años, aunque con distinto impacto según ciudades o regiones. Son los propios jóvenes los que lo organizan las noches de los fines de semana, en espacios públicos al aire libre. Compran alcohol y otras bebidas y lo consumen en grupo.

Se ha recogido información de toda España (prensa, informes, publicaciones) y especialmente en cinco autonomías (Baleares, Extremadura, Galicia, Madrid y Valencia), donde se ha realizado además trabajo de observación, grupos de discusión, entrevistas con jóvenes y representantes de colectivos implicados.

La actividad principal y razón de ser del botellón es el consumo de bebidas alcohólicas. De 7 estudios que aportan porcentajes de consumo de alcohol 5 superan el 90% y 2 alrededor de 70%. El consumo y el bajo precio de las bebidas alcohólicas es una razón dada con frecuencia para justificar el botellón. Otras razones son: eliminar algunos controles existentes en los locales, los horarios (en el botellón pueden estar más tiempo), el acceso según la edad (muchos locales nocturnos limitan la entrada a menores). También se menciona hablar, consumo drogas (entre 37% y 51% cannabis; entre 2% y 13% cocaína). En un estudio en Galicia se calcula que el 40% de la población general entre 14 y 24 han ido alguna vez al botellón.

Medidas habituales utilizadas en prevención del alcohol en los espacios formales como controlar los horarios, el precio, el acceso de menores, etc, son muy difíciles de aplicar en el contexto del botellón.

Palabras-clave: alcohol, jóvenes, vida recreativa, botellón, España, consumo en la calle.

INTRODUCCIÓN

El botellón es un fenómeno social de primer orden generado por los jóvenes durante las noches de los fines de semana, que se ha convertido en

ABSTRACT

The *botellón*, binge drinking in a public place, is a new phenomenon among Spanish youth, which has spread over the last 15 years, although its impact differs from city to city or region to region. It is organised by the young themselves, on weekend nights in public areas in the open air. They buy alcohol and other beverages to drink together as a group.

Information was collected from all over Spain (press, reports, publications) and, in particular, from five autonomous communities (Balearic Islands, Extremadura, Galicia, Madrid and Valencia), where observation, discussion groups, and interviews with the young and representatives of the collectives involved have also taken place.

The principal activity and *raison d'être* of the *botellón* is the consumption of alcohol. Of the 7 studies that provide percentages on alcohol consumption, 5 exceed 90% and 2 are around 70%. Consumption and the low price of alcoholic beverages are the most frequently proffered reasons for justifying the *botellón*. Other reasons are: to avoid certain controls in the clubs, opening hours (more time can be spent at the *botellón*) and access according to age (many clubs limit the admission of minors). Other reasons are to talk and take drugs (between 37% and 51% cannabis; between 2% and 13% cocaine). A study in Galicia calculates that 40% of the population between 14 and 24 years have been to a *botellón* at some time.

The normal measures utilised in alcohol prevention in more formal spaces such as controls on opening hours, price, access for minor, etc. are very difficult to apply in the context of the *botellón*.

Keywords: alcohol, youth, recreational life, *botellón*, Spain, drinking in the street, binge drinking.

un estilo de ocio controvertido, ha dado lugar a un conflicto de intereses entre distintos colectivos, y ha situado en la encrucijada a las instituciones. Hablar de ese fenómeno se ha puesto de moda en los medios de comunicación. A pesar de que se ha escrito mucho sobre el tema, la información está muy dispersa. Los

datos empíricos son más bien escasos, parciales y de carácter local. Existen dificultades para enfocar bien el tema porque el botellón está sirviendo para tratar casi todos los fenómenos que afectan a los jóvenes e incluso al país. El objetivo del presente artículo es rescatar la información que sí aporta datos directos sobre el botellón para analizar los aspectos claves que lo explican y le dan sentido.

Según los distintos estudios revisados se podría definir el botellón como un fenómeno social caracterizado por la concentración de jóvenes en un espacio abierto durante las noches de los fines de semana y cuyo punto de referencia es el consumo de bebidas alcohólicas como eje central de su tiempo libre. Se trata de un fenómeno de masas que se ha ido extendiendo y generalizando por la geografía española aunque con diferentes denominaciones (Campanada, botelleo,...) a lo largo de la década de los noventa. Es un modelo de ocio que combina la tradición mediterránea de vivir la fiesta en la calle con la tradición anglosajona de un consumo rápido e intenso de alcohol con el objeto de conseguir de forma rápida los efectos euforizantes que proporciona.

¿Cuándo y cómo empieza el botellón? Los inicios del botellón pueden situarse en la década de los ochenta en España, cuando tiene lugar la cultura de la 'litrona'. Se trataba de un fenómeno que permitía a los jóvenes, y a los estudiantes, consumir alcohol en más cantidad y a menos coste que en un bar al tiempo que formaba parte de un ritual de reunión de la preparación antes de asistir a un acontecimiento como es un concierto. De la 'litrona' y de la ruta de bares la práctica va derivando hacia el botellón en los 90. Es a partir de 1996 cuando el fenómeno pasa a cobrar resonancia y a generar preocupación.

El botellón como fenómeno social no tiene un punto de despegue concreto sino que debe verse como una variedad de hechos y procesos culturales que coinciden, se complementan y lo van configurando; es un espacio de sincretismo entre la tradición y la modernidad, un encuentro entre jóvenes, fiesta y consumo de alcohol y otras drogas.

En los últimos años, en España se ha producido un cambio en los patrones de consumo y en los estilos de diversión de los jóvenes. Se ha ido expandiendo un patrón de consumo 'anglosajón' caracterizado por consumo de bebidas alcohólicas sólo en fin de semana, en cantidades altas y abusivas, en muchos casos con el objetivo claro de conseguir en poco tiempo la embriaguez. Además las mujeres se han incorporado masivamente a este tipo de consumo. Junto con todo ello se ha ido consolidando un estilo de ocio y diversión entre los jóvenes centrado en la noche de los fines de semana y en el consumo de drogas (Calafat, Fernández, Juan, Becoña y Gil, 2004). La industria creativa ha crecido y ha contribuido no solo a faci-

litar la infraestructura para que la gente se divierta, también participa en crear el significado de ese modelo de diversión, y con ello el nuevo patrón de consumo se ha consolidado entre los jóvenes y forma parte estructural de la fiesta y la diversión en la actualidad.

Lo que vamos a aportar en este artículo son datos sobre quienes participan en el botellón, datos del consumo de alcohol y drogas a partir de estudios existentes así como un análisis del significado que adquiere ese consumo y su vínculo con la práctica del botellón para los jóvenes.

METODOLOGÍA

El estudio del botellón ha sido realizado por Sociodrogalcohol a lo largo del 2004. Uno de los objetivos ha sido recoger y analizar una amplia información sobre el fenómeno (prensa, datos empíricos, informes, publicaciones, páginas web, etc.):

- Se han revisado 297 artículos de prensa, donde se debate el fenómeno del botellón, esa información hace referencia a doce CCAA. El análisis de los textos se ha elaborado utilizando el programa atlas.ti de análisis cualitativo.
- Se ha tenido en cuenta los datos aportados en doce estudios donde se presentan información estadística y cualitativa, realizados en distintas CC AA.
- También se han elaborado datos primarios, en cinco CCAA (Baleares, Extremadura, Galicia, Madrid y Valencia) donde se ha valorado el impacto del fenómeno con información cualitativa. En dichos estudios se ha realizado trabajo de observación en los botellones, se han entrevistado a los jóvenes participantes, a personajes claves que han participado en la controversia (responsables de asociaciones de vecinos, responsables municipales, responsables de servicios sociales). La información cualitativa también ha sido tratada mediante el programa atlas.ti.

RESULTADOS

¿Quienes participan en el botellón?

Según la Encuesta Escolar del Plan Nacional sobre Drogas (2002) entre los estudiantes de secundaria, que son adolescentes con una edad entre 14 y 18 años, resulta que entre los que consumen alcohol

(un 55,1% admiten haber consumido alcohol dentro del último mes) un 38,1% dice que lo consumen con frecuencia en las calles y plazas. Esto nos da una primera aproximación al fenómeno a nivel del estado, aunque consumir en las calles y plazas no sea sinónimo de 'botellón'.

A partir de los datos de las ciudades o Comunidades donde disponemos de información (Alicante, Extremadura, Galicia, Jaén, Madrid, San Sebastián) se sabe que participan en el botellón. En Madrid participa alrededor del 18% de los que salen de marchan al menos una vez al mes (ECO, 1981); en Alicante parece que es alrededor de un 10% (Borrás, 2004); en Extremadura hay alrededor de 77 mil jóvenes que participan, de los cuales 25 mil lo hacen con cierta asiduidad (Baigorri, Fernández y GIESyT., 2003); en San Sebastián lo hacen el 46,3% de los escolares entre 12 y 19 años, pero de manera más frecuente el 22% (Elzo, Laespada y Pallarés, 2003); en Galicia participa alrededor del 10% de la población mayor del 12 años, pero según grupos de edad más delimitados, en los últimos seis meses han participado alguna vez el 40% de los jóvenes entre 19 y 24 años y el 36% de los que tienen entre 12 y 18 años (EDIS, 2002).

Entre los que participan en el botellón hay jóvenes de todo tipo, de distintos estratos socioeconómicos, con distintos niveles educativos; hay jóvenes de los dos性s aunque parece que más varones que mujeres; están representadas todas las edades, hay adolescentes de 13 años hasta jóvenes que rozan los 30 años; aunque el grueso de los participantes es de 18 a 25 años. Es muy importante destacar la participación de los adolescentes (Domínguez, Gómez, Jáñez y Barrantes, 2001; Baigorri et al. 2003; Navarrete, 2002). En los estudios que han cuantificado estas categorías contribuyen a reafirmar la idea de que el botellón es un espacio de jóvenes 'normales' (Domínguez et al. 2001; Baigorri et al. 2002; Aguilera 2003; Madrid 2003; Navarrete et al. 2003; Borrás. 2004), jóvenes que están integrados socialmente y que participan en el botellón como una forma de diversión, un estilo de ocupar parte de su tiempo libre. En los trabajos de observación se ha constatado la importante participación de los jóvenes estudiantes (especialmente en Santiago de Compostela y Palma) hasta el punto de que el ritmo y afluencia del botellón depende de la participación de esa población.

Por tanto, una premisa para enfocar correctamente el tema del botellón es que los jóvenes que participan en toda España, no son gente marginal ni conflictiva, sino hijos de la clase media, estudiantes de enseñanza media o de universidad en su inmensa mayoría, algunos trabajan y estudian, otros solo trabajan, la mayoría viven en casa de sus padres, sin demasiados problemas en cuanto a necesidades básicas. Algunos de los estudios realizados ofrecen un 'retrato robot'

de quienes son los participantes en el botellón de la localidad estudiada, casi todos coinciden, puede verse uno de esos retratos en el estudio de Aguilera (2003) o el que realizan varios autores de los botelloneros de Extremadura:

"Varones entre 19 y 23 años, que cursan estudios universitarios en la región. El 30% de los que van al botellón tienen entre 14 y 18 años. Sus padres tienen estudios medios (Bachillerato) en su mayoría. Son estudiantes que en el 80% de los casos viven en el domicilio de sus padres". (Domínguez et al. 2001).

Los jóvenes participan del botellón en grupo, se organizan en pequeños grupos de amigos y entre todos crean las condiciones para participar del botellón. Al mirar una plaza o un paseo donde se practica el botellón lo que se puede ver es un mosaico de grupos de jóvenes. Cada miembro sabe a qué grupo pertenece, con qué otros grupos se puede relacionar y con quienes existe una frontera o distancia. Pero desde la mirada profana de los que miran el botellón sin participar resulta difícil distinguir unos jóvenes de otros, aparte de las diferencias de edad y sexo no hay grupos demasiado distintos. La estética de tribus que caracterizó la década de los 80 no es lo que predomina en el botellón (Domínguez et al. 2001).

Consumo en el botellón: alcohol y otras drogas

Todos los estudios (ver tabla 1) confirman que la gran mayoría de los que participan en el botellón consume alcohol, tanto si se trata de menores de edad como de mayores. De forma muy sintética se presentan algunos datos de los estudios existentes, los cuales muestran que a pesar de las diferencias entre investigadores, contextos y objetivos del análisis se llega a resultados similares respecto a la incidencia del consumo y el lugar que ocupa en alcohol en ese estilo de diversión. Es un hecho que quienes participan en el botellón también consumen otras drogas; el cannabis parece ser la droga ilegal más consumida. Debido a que el botellón es para muchos jóvenes el inicio del recorrido nocturno, la mayoría solo consume alcohol, tabaco o porros. Pero cuando tras el botellón se incorporan a algunos de locales como discotecas o pub, es entonces cuando se inicia el consumo de otras drogas como éxtasis y sobretodo cocaína.

FUNCIÓN SOCIALIZADORA DEL BOTELLÓN

El alcohol es lo que crea el nexo el grupo que acude al botellón, y la tarea más importante a la

Tabla 1. Participación y consumo de alcohol y otras drogas en el botellón en diversos estudios españoles.

Comunidad Autónoma y referencia del estudio	Composición y contexto de la muestra	Datos de consumo principales
Andalucía (Navarrete et al 2004).	102 adolescentes que practican el botellón, de 14-17 años de edad. (en Jaén, Linares y Andújar)	El 44,3% de 'botelloneros' consume alcohol siempre que va al botellón y el 20,3% la mayoría de las veces, es decir, que el 64,6% consume alcohol de forma habitual. Las bebidas más consumidas son el combinado y <i>calimotxo</i> . El número medio de borracheras es de 1,8 veces en el último mes. Las 'otras' drogas que se consumen además de alcohol son tabaco (53,7%), porros (37,5%), ácidos y pastillas (7,3%) cocaína (2,1%).
Galicia (EDIS, 2002)	Encuesta a 2.300 personas mayores de 12 años, población general	Participa alguna vez en el botellón (en los últimos 6 meses) el 10% de la población general, la mayoría solo una o dos veces y un 4% asisten al botellón con una frecuencia mensual. Según la edad entre los 12 y 24 años casi el 40% han ido alguna vez al botellón. En el estudio muestran una relación directa entre el mayor consumo de alcohol y la participación en el botellón. Entre los bebedores etiquetados de 'gran riesgo' hay una participación en el botellón de un 36,4%, mientras que entre los bebedores 'moderados' hay alrededor de un 10% que participan.
Galicia (datos propios: estudio del botellón, de Socidrogalcohol)	Entrevistas cualitativas a jóvenes en botellones entre 12 y 25 años, en Santiago de Compostela	Los menores inician el botellón hacia las 11 y permanecen hasta las 3h. o 4h. Beben básicamente <i>kalimotxo</i> , cerveza y vodka (mezclada con fanta, kas o coca-cola), alrededor de unos 5 'cubatas' por noche; algunos además fuman tabaco y/o cannabis. Se gastan entre 3 y 5 euros por botellón. Los mayores de 18 años beben entre 3 y 8 cubatas por noche, prefieren whisky, licores de frutas, licor 43,... Además de alcohol, algunos consumen tabaco, cannabis y cocaína.
Galicia (Navarrete et al 2004).	300 adolescentes que practican el botellón, de 14-17 años de edad (en 21 puntos de muestreo de A Coruña, Vigo y Pontevedra)	La mitad de ellos consume alcohol siempre que va al botellón y el 21,7% la mayoría de las veces, es decir, que el 71% consume alcohol de forma habitual. Las bebidas más consumidas son el combinado y <i>calimotxo</i> . El número medio de borracheras es de 1,8 veces en el último mes. Las 'otras' drogas que se consumen además de alcohol son tabaco (61,1%), porros (50,7%), ácidos y pastillas (11%) cocaína (13%).
Extremadura (Baigorri, Fernández y GIESyT 2003)	500 jóvenes de Badajoz, Cáceres, Plasencia y Mérida, el 30% menores de 18 años	El consumo de alcohol es del 90%, solo el 11% de las mujeres y el 4% de los varones afirman no beber, y por edad, entre los menores los abstemios son el 14%.
Extremadura (Domínguez, Gómez, Jáñez y Barrantes, 2001)	61 entrevistas en profundidad en la ciudad de Cáceres entre asistentes al botellón	Solo un 10% indican en su estudio que no beben. La mayoría consume Whisky, sin mezcla (45,7%) aunque un 25% de los jóvenes no tiene preferencias y bebe cualquier bebida alcohólica, preferentemente cerveza, vino, ginebra, ron, vodka y licores. Un 73,3% bebe también alcohol fuera del botellón, pero es en el "botellón" donde consumen gran parte del alcohol a lo largo de la semana.
Madrid (Navarrete, 2004).	424 adolescentes que practican el botellón, de 14-17 años de edad (en 50 puntos de muestreo de diversas poblaciones de la Comunidad de Madrid)	El 64,2% consume alcohol siempre que va al botellón y el 21,5% la mayoría de las veces, es decir, que el 85,7% consume alcohol de forma habitual. Las bebidas más consumidas son el <i>calimotxo</i> , la cerveza y los combinados. El número medio de borracheras es de dos veces en el último mes y "existe una relación estadística significativa entre borracheras en el último mes y la frecuencia con la que los jóvenes van al botellón". Las 'otras' drogas que se consumen además de alcohol son tabaco (73,1%), porros (57,7%), ácidos y pastillas (15,4%) y cocaína (7,8%). Los que afirman consumir cocaína consumen un promedio de 2,5 rayas por noche.
Madrid (Aguilera 2002)	85 jóvenes entre 14-26 años Entrevistas centro de Madrid, con jóvenes que frecuentan botellones	Los consumidores de alcohol son el 98,8%, una cuarta parte son fumadores, el 62,3% consume cannabis.
Valencia (Borrás et al 2004: 127)	629 jóvenes entre 15-25 años de Alicante	El 91% confirman que sí beben alcohol. A la pregunta que es lo que hacen principalmente en el botellón: el 91% mencionó 'beber', el 52% 'hablar', el 33% 'reír', el 31% 'drogas', y el 17% 'oir música o bailar'.

que se dedican los miembros del grupo es a consumir alcohol. La finalidad es el 'puntillo', 'anar pet', 'anar gat', es el ritual de cada botellón, si no se está dispuesto a 'cogerla bien', no hace falta ir al botellón. La borrachera no es un accidente producido por la mala planificación de la ingesta sino que es un objetivo y una condición del ritual (comentario del botellón en Palma, elaboración propia 2004).

El elemento principal y vertebrador que está en la misma definición del fenómeno, en la historia, en la semiología, y en los argumentos legitimadores es sin duda el consumo de alcohol. En el análisis cualitativo de toda la información recogida el consumo de alcohol aparece como la razón central y estructural del fenómeno. En el trabajo de campo en Santiago de Compostela, el investigador comenta "cuando se les pregunta acerca del por qué del botellón todos coinciden en que es una manera de beber alcohol mucho más barata, el por qué del consumo de alcohol lo achacan a la necesidad de divertirse y de escapar de los problemas impuestos por la sociedad".

El botellón es un espacio que permite más alcohol por menos precio. Los jóvenes y adolescentes han encontrado un sistema de consumo más económico y a su alcance: consumo de bebidas en la calle, plazas, zonas porticadas, etc., conseguidas a bajo coste en supermercados o de su propia casa que, mezcladas con bebidas sin alcohol, permite conseguir muchas dosis a partir de un litro de una bebida alcohólica de alta graduación. Esa práctica se adorna con otros elementos que le dan atractivo y que pueden variar en cada CCAA o en cada botellón: el uso de automóviles, la música a gran volumen, el tipo de bebidas y mezclas, los horarios, la basura que se deja en el lugar, etc.

El intento de comprender el Botellón ha dado lugar a diversos estudios sociológicos para los cuales se han realizado encuestas y entrevistas (Domínguez et al. 2001; Baigorri et al. 2002; Aguilera 2003; Madrid 2003; Navarrete et al. 2003). En todos los estudios se confirma la centralidad que ocupa el consumo de alcohol, además de otras drogas. En el discurso de los jóvenes para argumentar su participación en el botellón utilizan argumentos como que el consumo en los locales es caro y en el botellón se hace un consumo más barato, también que en los bares les engañan con el 'garrafón' con lo cual el botellón supone, un castigo a los locales. Hay otras razones que alegan los jóvenes para justificar el botellón: estar con amigos, escuchar música, socializar, ligar, bailar, etc., pero esas razones no son exclusivas del botellón, la mayoría de estas razones son las mismas que justifican muchas otras formas de diversión juvenil, entre otras la participación en locales de ocio nocturno como bares o discotecas (Calafat et al. 2004).

La valoración media que hacen los jóvenes de 14 a 17 años en Madrid de las distintas razones para ir al botellón son (puntúan del 1 al 10): charlar con los amigos (9,1), tener un espacio propio (7,7), consumir alcohol (7,4), conocer gente (7,2), coger el punto antes de ir a un local (6,9), ligar (5,9) (Navarrete 2002). También en Madrid los datos de la encuesta ECO (2003) a mayores de 18 años concluyen que "el principal motivo que impulsa a los jóvenes a participar en 'botellones' parece ser el elevado precio que tienen las bebidas en los bares de copas (81%)". No obstante, hay otras razones que tienen que ver con el papel socializador: encontrarse con el tipo de gente que les gusta (59%), la diversión (36%), la ausencia de límites horarios (33%) y los controles (31%). Otro estudio realizado en Cáceres afirma que: "El 61% señala exclusivamente que le gusta hacer botellón porque va con sus amigos/as. Es decir, que en los argumentos de los jóvenes existe una interrelación muy fuerte entre la cultura de "pandilla" y el "botellón". Un 23,7% amplía su respuesta y dice que le gusta el botellón porque conoce nueva gente, va con sus amigos/as y porque bebe alcohol" (Domínguez et al. 2001). Tal y como afirma Juan Madrid "El botellón pone en evidencia la clara relación entre el mismo acto de consumir (en la ingesta de alcohol) y la búsqueda de vínculos sociales, hasta el punto de que se podría decir que lo que se está consumiendo realmente en el botellón no es el alcohol, sino la relación social que lo acompaña" (Madrid 2003). Esta relación entre consumo de alcohol como condición de la socialización es fundamental, es el nudo sobre el cual hay que discutir. Y no se trata solo de entender el botellón (que es la expresión más radical de esa dependencia del alcohol) sino la tendencia de la juventud hacia una diversión drogada (básicamente de alcohol) y hacia un modelo hegemónico de diversión.

El alcohol está presente en cualquier dimensión desde la cual se mire el botellón. La mayoría de estudios cualitativos que describen algún botellón de los que se practica en las distintas poblaciones españolas muestran que es una actividad altamente ritualizada, lo que significa que los jóvenes se organizan y elaboran estrategias para crear ese ambiente, se convierten en entes activos de la fiesta. *Parte de la emoción del botellón es la participación en crear las condiciones para practicarlo*, esa participación activa es menor si la opción es una discoteca o un pub para pasar la noche. En el análisis hermenéutico de información recogida el consumo de alcohol es el centro de todos los discursos. Por poner distintos ejemplos siguen algunos fragmentos de los estudios realizados y de la prensa que muestran el lugar que ocupa el alcohol como elemento central de un conjunto de acciones que forman el ritual del botellón:

"Las reglas para el botelleo son sencillas: coger provisiones a eso de las seis en un supermercado

o bodega. Sobre todo, cerveza, vasos, algo para picar; hielo de gasolinera y música. Imprescindible: un grupo de amigos. 'Claro que el botellón es algo social. Es muy de colegas. Mira, sólo hay dos enemigos (entre los que curiosamente no se encuentra ni la policía ni un grupo de vecinos) para que se suspenda: la lluvia y la falta de hielos. Nadie traga un litro caliente', explica Pedro, que ha organizado un botellón con sus amigos del chat. La última moda" (Sánchez, 2002).

"Los grupos suelen colocarse todos los días en el mismo sitio, en función de la edad. Cada uno siente su lugar como propio y se 'mosquean' si les invaden lo que ellos consideran su espacio. Conocen a sus vecinos en la mayoría de las ocasiones y no hay problemas para el intercambio de hielo, por ejemplo. Lo habitual es que el botellón finalice cuando la bebida se acaba pero, en el caso de los más mayores, si deciden marcharse antes, regalan la bebida que les sobra" (Domínguez et al., 2001).

"Comparten alcohol por igual, hablan, se liberan, ríen y alborotan. También se dan competiciones de quien bebe más y se consumen drogas. Las conversaciones se desarrollan en torno al sexo, estudios y dinero y se busca la comunicación. Se da apoyo si hay alguien que lo pasa mal" (Equipo Torrese).

En todos estos fragmentos el alcohol está presente en el ritual del botellón y buena parte de las acciones giran alrededor de la bebida: el aprovisionamiento, el tiempo de permanencia, la relación grupal, la cohesión, las emociones, etc. Ese lugar simbólico y estructural del alcohol muestra que no es un elemento más que interviene en el ritual, sino que es el elemento que llena el ritual y le da sentido.

¿Por qué beben en el botellón? En algunos estudios se les ha preguntado precisamente eso. ¿Qué razones les inducen a beber en el botellón? (Domínguez et al., 2001):

- La mayoría (60%) indica que lo hacen porque se lo pasan bien con los amigos y amigas. Se divierten, hablan, etc.
- Un 10% declara abiertamente que es para estar más alegre, para beber y "calentarse".
- Un 15% señala que lo hace porque le sale más económico, más barato.
- Un 10% indica que no bebe en el botellón

Alrededor del alcohol y otras bebidas gira la comunicación entre los jóvenes y un sistema de cohesión grupal. A veces se refuerzan esos objetivos con otros recursos como la música y el baile; También con otras prácticas que se han convertido en emblemáticas en algunos botellones como es dejar la basura o las micciones en el mismo lugar donde se practica el

botellón. En algunos botellones hacen intervenir elementos de prestigio entre los jóvenes como son el automóvil, el aparato de música que lleva incorporado y del teléfono móvil, todo ello es más que tecnología útil, se han convertido en amuletos, en fetiches o en signos de identidad y se convierten, para algunos jóvenes, en elementos de prestigio. El automóvil es además para algunos jóvenes un camino hacia el liderazgo en el grupo, mejora las posibilidades de contacto sexual y de adhesión de nuevas amistades. En algunas ciudades la práctica del *tuning* (coches pintados de forma muy llamativa, con carrocerías personalizadas) hace del automóvil el adorno más sofisticado que se puede aportar a la fiesta y más aun si ésta se vincula con el botellón. Hay botellones (como el de Cáceres o el de Santiago de Compostela) donde el automóvil no es tan importante, los jóvenes se trasladan a pie; en otros botellones el tener coche sí es más central, como en Palma de Mallorca o en Valencia. A pesar de toda esa parafernalia y riqueza de amuletos simbólicos que utilizan algunos jóvenes para hacer su fiesta, la acción de beber y la bebida son el elemento común compartido entre todos.

Economía

El control del alcohol podría ser la estrategia para el control del botellón. Pero en las sociedades modernas esto no es tan sencillo. Buena parte de la legislación creada a raíz del botellón tiene como objetivo regular la venta y consumo de alcohol. Sin embargo, los jóvenes subvierten esas normas sin demasiada dificultad. La tolerancia social y la tradición en España crean un tejido social que favorece la adquisición y consumo de bebidas alcohólicas. Algunas Comunidades Autónomas prohíben a menores de 18 años el consumo de alcohol, otras bajan la prohibición a los 16 años. El hecho de que haya menores de esa edad en los botellones marca una contradicción importante entre la normativa y la práctica social.

La diversión de fin de semana supone un gasto económico considerable. Y de hecho los jóvenes con el botellón tratan de gestionar ese gasto: la lógica es que con el mismo dinero pueden estar más tiempo de fiesta y consumir más. En el estudio dirigido por Navarrete, y en relación a Madrid, los jóvenes de 14 a 17 años 'botelloneros' gastan una media 6,6 € en drogas por cada botellón. Gastan más los hombres que las mujeres, y gastan más aquellos que consumen drogas ilegales. El estudio ECO (2003) centrado en la población madrileña mayor de 18 años afirma: "Respecto al dinero que se destina a cada salida nocturna, el 47% de los madrileños asegura que se gasta entre 21 y 50 euros, mientras que el 32% invierte a este fin entre 11 y 20 euros. Y un 18% destina a cada salida más de 51 €".

Consideramos que el botellón es una extensión organizada por los jóvenes del modelo de ocio recreativo nocturno creado por la industria (bares, clubs, pub, discotecas) y participa de la misma lógica. Esta extensión puede verse en la cercanía de espacios, muchos botellones se hacen precisamente en los lugares cercanos a los locales más populares. Eso se ha visto en todas las ciudades donde se han observado botellones, pero ha sido en la ciudad de Valencia donde aparece esa cercanía con más nitidez:

“El fenómeno se produce en el exterior de los locales de ocio nocturno, cuando estos se encuentran llenos, cuando se produce su cierre y también por motivación económica, ya que los jóvenes portan bebidas en sus vehículos para que el consumo resulte más económico. No se suele dar un consumo en plazas o lugares fuera de las inmediaciones de las zonas de ocio,...” (Informe del botellón en Valencia, elaboración propia).

Otro indicador de la cercanía espacial, ritual y de significado entre botellón y locales recreativos de ocio nocturno es que cuando los jóvenes abandonan el espacio del botellón la mayoría continúa la fiesta en los locales. En Extremadura solo un 10% se van a casa tras el botellón, el resto se van a locales como bares o discotecas (Baigorri et al., 2003).

Uno de los sectores que puede considerarse perjudicado económicamente por el botellón es la industria de ocio nocturno. Pero la compra del alcohol está haciendo crecer otros negocios paralelos (supermercados, tiendas de 24 horas, gasolineras, venta ambulante); también se ven favorecidos algunos locales nocturnos que se adaptan y elaboran bebidas para la ocasión (como por ejemplo los cubalitros). Por tanto, el sector de la industria y el comercio juega también un papel en este entramado y sin su participación y control difícilmente se pueden crear estrategias eficaces. La industria de la hostelería de Valencia ha calculado que el ocio nocturno en la ciudad integra a 1.500 empresas que dan empleo a 7.500 personas y que genera un negocio de 450 millones de euros¹. Como colectivo, la industria del ocio nocturno es un grupo de presión importante y a tener en cuenta.

En todos los informes del trabajo de campo se han recogido estrategias de la industria recreativa adaptándose al fenómeno del botellón. Las promociones con ofertas ‘de más por menos’ permiten que a horas tempranas de la noche se pueda consumir más por menor coste, o si se pide una bebida se regala otra. En el trabajo de Santiago de Compostela se recoge que:

“la principal reacción de la industria recreativa ante el botellón es publicitarse más, hacer fiestas

especiales y repartir entradas y otros reclamos. En algunos bares ofrecen copas baratas, 2 por 5 euros, descuentos de un euro por consumición antes de las 2h. de la madrugada,...”

Esa es también la dinámica que se repite en las otras ciudades donde se ha realizado el estudio lo que demuestra una vez más la importancia que adquiere el alcohol en la existencia del botellón. La propia industria sabe que si ha de actuar en competencia con el botellón el señuelo para atraer a los jóvenes a sus locales y negocios es hacer más accesible el alcohol. ¿Es esa la respuesta deseable?

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A la vista de los diversos estudios consultados, no parece que haya dudas sobre la importancia del uso y abuso del alcohol y otras drogas en el botellón. Los problemas derivados del consumo vienen multiplicados además si los jóvenes, tras su participación en el botellón conducen, realizan prácticas sexuales, siguen su periplo nocturno yendo a bares, discos, etc. Pero junto a este hecho, que es innegable, se invocan en ocasiones beneficios derivados de la práctica del botellón para los jóvenes pues se presumen condiciones de socialización o de creación de cultura juvenil superiores a otras prácticas de diversión de los jóvenes durante el fin de semana.

La existencia del botellón está en efecto haciendo reflexionar y entrar en contradicciones a la población adulta y a las instituciones acerca de qué están demandando los jóvenes. Podría parecer obvio que los jóvenes piden más espacios de diversión, probablemente porque los espacios creados para ello no les satisfacen. El botellón puede verse como una crítica a los locales recreativos porque no permiten a los jóvenes desarrollar algunas de sus expectativas de consumo y de socialización. Pero si se hace una lectura atenta de las exigencias de los jóvenes y a la función del botellón puede verse que su existencia está lejos de significar una crítica al modelo de diversión dominante creado desde la industria del ocio nocturno. El botellón significa más bien todo lo contrario; es un reclamo de que ese modelo sea más asequible, más económico, extienda su horario, no limite la entrada por edad, etc. ...La crítica que desarrollan los jóvenes a los espacios de ocio ‘formal’ y regulados es porque algunos elementos (como el alcohol, el ambiente, la música) son costosos y se pueden consumir con limitaciones (dinero, horario, edad). En el botellón se difuminan en parte esas limitaciones. Por tanto, no

¹ Elaboración propia. Los datos se han obtenido de la página web www.Panorama-Actual.es del 23/11/2004.

debe verse como una crítica al modelo de diversión hegemónico del fin de semana por ser un modelo que genera alienación, adicción y otros problemas de salud para defender un modelo de diversión distinto. Lo que se pide con el botellón no es el cambio de modelo sino la extensión del que ya existe, y en especial la eliminación de los elementos que crean límites (control, horario, edad, precio, calidad del alcohol,...).

A continuación comentamos con más detenimiento algunas cuestiones que surgen con frecuencia:

1. Los jóvenes mencionan como principal argumento para la práctica del botellón el alto precio de las bebidas en los locales y también en ocasiones la práctica del garrafón. El argumento del garrafón debería confirmarse. No se ha encontrado ningún estudio que lo sustente. Podría ser una idea que se ha extendido como un 'meme' sin fundamento real; es muy frecuente en el mundo de las personas que usan drogas referirse a la adulteración de lo que se consume, sin mucha base empírica. En todo caso un estudio existente de la OCU, organización suficientemente acreditada que vela por el interés de los consumidores afirma precisamente lo contrario (OCU, 2002). Pero acerca de que las bebidas son más caras cuando se consumen en bares, discos, etc... hay poco que discutir. Desde un punto de vista preventivo, esta es una mala noticia puesto que justamente el elevado precio de las bebidas es un factor para consumir menos (Coste, Grossman, 1988; Babor, Caetano, Casswell, Edwards, Giesbrecht, Graham et al, 2003; Kendel, 1996). Por tanto, con el botellón se pierde un elemento importante de regulación, pues para los jóvenes lo que está en juego no es el ahorro final sino consumir más por el mismo precio.
2. Otro elemento preventivo que se pierde es el de los controles horarios o acceso de los menores al alcohol. Hay que tener en cuenta que la actual oferta de los bares nocturnos está sometida a restricciones: horarios de cierre tempranos, prohibición de acceso a los menores y de fumar porros (y otras drogas) en su interior, etcétera. "Por otra parte, en plena calle no tienen que atenerse a ninguna regla de comportamiento, pues allí pueden jugar a la pelota, tocar la guitarra o el tambor, pegar saltos, gritar, tirarse por el suelo o tirarse, sencillamente, a la pareja respectiva" (Aguilera, 2002).
3. Se utiliza el argumento del derecho al uso del espacio público. Además se le añade la tradición española y mediterránea del uso intensivo de la calle. En algunos casos también se ha mencionado que en el botellón los jóvenes pueden hablar y comunicarse, cosa casi imposible en locales donde la música y el ambiente no permiten esa posibilidad. En respuesta al argumento del derecho al espacio público se puede citar a Armando Fernández, profesor de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid "El botellón es un uso de lo público no como bien compartido, sino como bien privado, como apropiación de lo común" (Fernández, 2002). La actitud incívica de los jóvenes (basura, orines, escándalo) muestra que no solo ocupan un espacio que es público sino que no lo respetan para que otros también lo disfruten desde otras necesidades (descanso nocturno, limpieza, salubridad) tan legítimas como la de divertirse. Pero no cabe duda que el botellón es un espacio socializador que compite con otros (bares, discos,...) y que presenta características muy atractivas para los propios jóvenes, pues lo viven como un espacio inventado por ellos, sin intermediarios y autogestionado. Es indudable que la posibilidad de comunicación existente en el botellón, puesto que es más fácil hablar, es mayor que en discotecas.
4. Aunque en el botellón participan miles de jóvenes, a nivel porcentual es una opción de diversión minoritaria en la que pueden participar alrededor de un 10% en aquellas ciudades donde se práctica, aunque posiblemente sean una cuarta parte de los jóvenes quienes han ido alguna vez al botellón, en especial en aquellos sitios donde es más popular. En el discurso social es muy importante mantener esa diferencia entre el botellón como una actividad que hacen los jóvenes, pero en la que no participan todos los jóvenes, sino que es una elección de ocio minoritaria, por lo menos todavía.
5. Hay otros análisis que tratan de ver en el fenómeno del botellón una expresión del malestar juvenil. Dejar la basura tirada, hacer escándalo u orinarse puede interpretarse como un signo de rebeldía, una 'contracultura'. Para otros "es un proceso un tanto mágico de integración entre los jóvenes que les ayuda a compensar sus experiencias de estrés y de exclusión de toda la semana. Desempeña una función de fusión con un grupo de iguales. Se trata de superar la experiencia de exclusión en la escuela, ya que la escuela genera fracaso. La 'pertenencia al grupo' y el 'estar allí' prima en el fenómeno del botellón" (Pallarés, 2002). Este tipo de discurso donde se exculpa al adolescente o joven y se responsabiliza a la sociedad de la opresión y del estrés son frecuentes. Parecen no tener en cuenta que muchos de ellos son jóvenes de clase media, estudiantes, que viven a cargo de sus familias,...y que por tanto representan el sector más favorecido de la sociedad. Convertirlos en víctimas sociales no facilita la comprensión del fenómeno, ni explica por qué los jóvenes eligen como forma de rebeldía el abuso del alcohol o ese estilo de ocio, en vez de otras estrategias más eficaces y que prometen con mucha mayor claridad un cambio social.

6. La ambivalencia de la sociedad hacia el fenómeno es frecuente en el discurso social y en los análisis y se destaca la necesidad que tienen los jóvenes de hablar y comunicarse con sus iguales, la necesidad de contextos más relajados y tranquilos que son difíciles en los locales recreativos. Como estrategia para actuar contra el botellón y un estilo de ocio poco saludable, muchos ayuntamientos han creado espacios alternativos nocturnos donde también se da prioridad a la socialización. Pero el éxito de estas medidas está por demostrar todavía.
7. La realidad es que en el botellón no solo se bebe, sino que se bebe para lograr los objetivos de la diversión. La información que falta es cómo justifican los jóvenes el consumo de alcohol ¿Por qué reclaman beber alcohol como condición de la fiesta? Este punto es imprescindible porque todo el armazón justificativo del botellón está en la necesidad de beber más por menos dinero y al ensamblaje del alcohol y otras drogas con la diversión.
8. Desde un punto de vista preventivo y de salud pública la existencia del botellón en sus condiciones actuales tiene connotaciones negativas porque supone un lugar que se justifica por consumir más alcohol por el mismo precio; que se complementa con la lógica actual de uso de alcohol y drogas en fines de semana, y tiende a reforzarla. Presenta además la dificultad de que es más difícil intervenir al no ser una actividad reglada. La administración, por otra parte, se enfrenta con la impopularidad al ejercer medidas de control dada la ambivalencia de la sociedad hacia estos fenómenos. Se tiene que estudiar con profundidad, dada la importancia del fenómeno, cuales son las consecuencias que produce, y cual ha sido el resultado de la aplicación de las medidas de control que se han aplicado hasta ahora.

AGRADECIMIENTOS

El estudio se ha realizado gracias a una subvención de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas a Socidrogalcohol.

REFERENCIAS

Aguilera, R. (2002). *Generación botellón. ¿Qué hay detrás del botellón?* Madrid: Oberon.

Babor, C.; Casswell, E.; Giesbrecht, G. et al, (2003) *Alcohol: No ordinary commodity. Research and Public Policy.* Oxford: Oxford University Press.

Baigorri, A.; Fernández, R. y GIESyT. (2003). *Botellón, Un conflicto postmoderno.* Barcelona: Icaria.

Borrás, F (2004). *Análisis antropológico del tiempo de ocio de la juventud en la provincia de Alicante.* Alicante: Diputación de Alicante, Universidad Miguel Hernández.

Calafat, A.; Fernández, C.; Juan, M.; Becoña, E. y Gil, E. (2004). *La diversión sin drogas Utopía y realidad.* Palma de Mallorca: IREFREA.

Coate, D. y Grossman, M. (1988). The effects of alcoholic beverage prices and legal drinking ages on youth alcohol use. *Journal of Law and Economics* 31, 145-171.

Cook, P. J. (1981). The effect of liquor taxes on drinking cirrhosis and auto accidents. En M.H.Moore & D. Gerstein (Eds). *Alcohol and Public Policy: beyond the shadow of prohibition* (pp. 255-285). Washington: National Academy Press.

Domínguez, S.; Gómez, R.; Jáñez, M. V. y Barrantes, C. (2001) La cultura del botellón. Recuperado el 20 de marzo 2004 de <http://www.aidex.es/observatorio/temas/botellon/estudio/indicestbote.htm>

ECO (2003). Encuesta "Ocio nocturno en la Comunidad de Madrid" 2003 (sin publicar)

EDIS (2002). *El consumo de drogas en Galicia VII.* Santiago de Compostela: Comisionado del Plan de Galicia sobre Drogas. Consellería de Sanidad. Xunta de Galicia.

Elzo, J.; Laespada, M. T. y Pallarés, J. (2003). *Más allá del botellón. Análisis socioantropológico del consumo de alcohol en los adolescentes y jóvenes Comunidad de Madrid.* Madrid: Agencia Antidroga. Consejería de Sanidad.

Equipo Torrese. (2004). El botellón y la juventud. Recuperado 20 de septiembre 2004 de <http://www.39ymas.com/temas/familia/El%20botellon/>

Fernández Steinko, A. (2002). Las claves del "botellón". *El País. Tribuna: El ocio de los jóvenes* (14 de feb. 2002).

Kendel, D. S. (1996). New estimates of the optimal tax on alcohol. *Economic Inquiry*, 24, 296-319.

Madrid, J. (Coordinador) (2002). *El Botellón. Una descripción etnográfica. Formas de vida y contextos de consumo de drogas de adolescentes usuarios que practican botellón.* Sin publicar.

Navarrete, L. (Coordinador) (2004). *Juventud y Drogodependencias. 4 estudios sociológicos comparados.* Madrid: Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología.

OCU, Organización de Consumidores y Usuarios (2002) ¿Whisky o garrafón? *Revista OCU-Compra Maestra,* 266.

Pallarés, P. (2002). Pistas para entender el 'botellón'. *El País Universidad,* 25/2/2002.

Plan Nacional sobre Drogas (2002). Encuesta escolar 2002. Recuperado 20 de marzo 2004 de http://www.msc.es/pnd/observa/pdf/encuesta_escolar_2002.ppt#14.

Sánchez, A. (2002). ¿Qué pasa con el botellón? *El País Semanal*, 1.326 (24 de febrero de 2002).

Sindic de Greuges de la Comunitat Valenciana (2004). *Contaminación acústica en las actividades de ocio. Establecimientos con ambientación musical y prácticas de consumo en la vía pública*. Alicante: Informe Especial a las Cortes Valencianas.