

LA OTRA CARA DEL "BOTELLÓN"

MANUEL CUENCA CABEZA

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO, UNIVERSIDAD DE DEUSTO

Son pocos los años que llevamos viviendo en este sorprendente siglo XXI y cada vez estamos más de acuerdo en reconocer que es un tiempo nuevo, con problemas diferentes y modos de vivir que se distancian cada vez de nuestra infancia. Desde finales de los ochenta un equipo nutrido de personas del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto venimos afirmando que el ocio iba a ser uno de los pilares para entender los modos de vida de los nuevos tiempos, y así lo dicen ahora las estadísticas y ahí están nuestros intereses, deseos y preocupaciones.

No cabe duda de que una de esas preocupaciones es el ocio de los jóvenes. Los hábitos de la sociedad española han cambiado hacia un consumismo agresivo y progresivo, especialmente en lo referido al ocio. A partir de la famosa "movida" madrileña la sociedad española ha aceptado, bastante permisivamente, la fractura y separación del tiempo diario, laboral, normalizado, frente a otro tiempo de fiesta, en el fin de semana, aparentemente carente de normas y obligaciones. Ahí está el germen del "botellón".

Las nuevas formas de ocio vinculadas al alcohol congregan al menos un 43% de los jóvenes españoles entre 14 y 18 años. No es extraño, los jóvenes ven el consumo de alcohol en su contexto diario, en sus ídolos y cantantes de moda, en seriales, películas y programas de televisión. Se afirma que hay una rutinización y ritualización del beber. Beber es un ritual iniciático, los adolescentes lo hacen para estar entre los suyos, para no ser "raros", para no quedar descolgados de la "marcha" del grupo. Estas prácticas se ven favorecidas por una sociedad permisiva, la aceptación familiar y la presión del grupo. Los adolescentes buscan en la borrachera, junto a los efectos biológicos, otros psicológicos: aceptación del grupo, tolerancia, ser como los otros, permisividad o, a veces, el escape a una depresión solapada.

El ocio debe formar parte de nuestra vida. Además, hay que entender este ocio como algo placentero, sin embargo, no siempre resulta así. La comodidad, la pereza o la falta de libertad para replantearnos nuestra vida, nos condicionan.



La prevención del botellón es una preocupación compartida por distintos ámbitos y agentes sociales. Ya se sabe que las instituciones y los educadores tienen una función importante que cumplir, pero el papel principal corresponde a la familia. Hasta los 18 años, la responsabilidad sobre los jóvenes es de sus familias y, en segundo término, de los poderes públicos y el sistema educativo. Los jóvenes de catorce años que vuelven a casa después de medianoche duplican las posibilidades de beber alcohol y emborracharse. También es importante retrasar el inicio del alcohol, en la actualidad es de 13,6 años, porque al año y medio de haber sido iniciado los riesgos se multiplican por más del doble.

LA SEMILLA DEL “BOTELLÓN”

Yo soy padre con hijos jóvenes y entiendo lo que piensan y sienten otros padres como yo. Sin embargo, cuando me detengo a estudiar el tema veo que no me puedo quedar sólo en una parte, que el problema del “botellón” no es una cuestión aislada, tiene que ver con otras cosas. Las investigaciones que analizan las prácticas de ocio nocivo, entre las que también están las drogadicciones, no cesan de llamar la atención sobre el contexto, el mundo de valores que nos rodea; pero sobre eso pasamos de puntillas, sin querer verlo, mirando sólo hacia aquello que nos molesta, hacia lo que turbe nuestra comodidad.

Los estudios sobre valores realizados en el cambio del siglo hacían ver que el ocio ocupaba ya

el primer valor en el ranking de los jóvenes, por encima incluso del trabajo y más importante aún que el deseo de proyectar el futuro y fundar un hogar. Los estudios posteriores siguen diciendo lo mismo. Se afirma que, de un modo mayoritario, el ocio juvenil es hedonista y centrado en la diversión. Esto quiere decir que el ocio juvenil se caracteriza por la búsqueda del placer y lo sensual, que da una importancia especial al presente y, a vivir el “aquí y ahora efímero”, frente al proyecto sacrificado y esperanzador del largo plazo. El discurso dominante es “yo soy tanto como disfruto”, pero la razón que lo mueve es el escape de una realidad ingrata y, más profundamente, la falta de sentidos de vida. La religión ha perdido fuerza, la política deja de verse como ideal, el trabajo, si se tiene, difícilmente es lo que uno desearía ser y hacer en realidad.

En este contexto, el 34% de los adolescentes prueba el porro y el inicio de las drogas fuertes se adelanta a los 14 años. ¿Sabías que ver televisión es la actividad a la que dedican más tiempo al año los niños, después de dormir?

Hablo de consumo y de televisión porque nuestros jóvenes, como nosotros, no son sólo lo que son ahora, sino que tienen mucho de su mundo anterior, tienen mucho de lo que vieron y aprendieron en las interminables horas en las que veían televisión y nos dejaban tranquilos. También tienen mucho del consumo en el que nos ven inmersos y de los valores que lo impregna: Comodidad,

satisfacción rápida de los deseos, ocio pasivo, escasa implicación personal, ausencia de compromiso y un largo etc.

¿A DÓNDE QUEREMOS IR?

Leído lo que he escrito hasta aquí se diría que estoy pintando el mundo con tintes negros y que revuelvo todo en la misma coctelera para tratar de explicar el fenómeno de las noches de los fines de semana y el “botellón”. Hago una pausa en el camino para precisar que no es así, que lo que quisiera que se entienda es que el modo en el que vivimos el ocio está relacionado con todo nuestro ser, con todo lo que somos y lo que fuimos, con donde estamos y donde nos gustaría estar.

Conviene precisar que antes he generalizado demasiado. No es lo mismo hablar de la juventud como franja de edad, con su entidad de social y personal, que de los jóvenes en general. Decir “jóvenes” no deja de ser una abstracción, ya que lo que realmente existe es un conjunto de jóvenes concretos, cada uno diferente, con sus ilusiones y sus esperanzas. Estamos acostumbrados a que los estudios y medios de comunicación destaquen los porcentajes que fuman, beben o salen de noche; pero pocas veces se dice que el 78,9% de los jóvenes entre 12 y 19 años no bebe nunca alcohol, o que el 64% de los adolescentes jamás fumó un porro. También se da poca publicidad al aumento del ocio cultural entre el sector juvenil o la importante aportación de los jóvenes a los objetivos de las ONGs, aunque el porcentaje sea todavía escaso.

ALGUNAS PISTAS PARA CONSTRUIR

Si todos estamos de acuerdo en reconocer la importancia del ocio en el mundo de hoy ¿Por qué

Los estudios sobre valores realizados en el cambio del siglo hacían ver que el ocio ocupaba ya el primer valor en el ranking de los jóvenes, por encima incluso del trabajo y más importante aún que el deseo de proyectar el futuro y fundar un hogar.

no somos coherentes y buscamos soluciones? Siempre que tomamos conciencia de que algo es importante le dedicamos tiempo, atención, comprensión, entendimiento. ¿Nos hemos parado a pensar qué es el ocio?

Mientras sigamos pensando que el ocio sólo puede ser evasión, disfrute o, en todo caso, descanso para volver a trabajar, lo tenemos difícil. En realidad los jóvenes lo ven de otro modo. Ellos sienten que el ocio es el momento en el que se realizan, en el que hacen aquello que les gusta, en el que se "desprenden" de toda obligación. Visto así el ocio es un ámbito de libertad y, por consiguiente, su elemento esencial es la mayor o menor capacidad para saber vivir libremente, en función de unos criterios que poco tienen que ver con la utilidad. La motivación del ocio radica en la satisfacción o en el placer, pero no en la utilidad. No jugamos al tenis porque sea útil sino porque nos gusta. No es necesario buscar un argumento razonado de cuál es el motivo de esa satisfacción.

El problema del ocio en un tiempo en el que se ha convertido en un valor dominante de la sociedad actual es un problema de conocimiento, de tener conocimiento de sí mismo respecto al ocio, de conocer el fenómeno social y tener hábitos, recursos y capacidades que nos permitan vivir en la nueva realidad que nos ha llegado con libertad, no manipulados por el ocio de las masas o de las modas.

UN OCIO ACTIVO, SUSTANCIAL Y CREATIVO

No se trata de buscar culpables, ni se convertimos en paladines de una nueva cruzada en la que "decidamos" eliminar, u otras veces "ignorar", los ocios nocivos de nuestros jóvenes. Mi propues-



ta es que nos enfrentamos al problema tratando de ver que lo esencial está en el modo de vivir el ocio, en poder convertirlo en una vivencia positiva y con sentido para cada cual.

OCIO ACTIVO

Comienzo hablando del ocio activo porque es el más fácil de entender, aunque no sea tan fácil practicarlo. Ocio activo no es sólo un ocio "movido", que se traduce en actividad física, sino también aquel que implica una actividad mental. Es el ocio que nos lleva a tener conciencia de lo que hacemos, incluidas sus consecuencias y emociones. El ocio activo es aquel que no se conforma con la comodidad, con el mínimo esfuerzo, con que me lo den todo hecho, con aceptar que disfrutar es hacer lo que otros, a menudo la publicidad, me dicen que es disfrutar. Ocio activo es el ocio que ha sido elegido, deseado y querido, por lo que es un ocio en el que nos implicamos.

El ocio activo no siempre se ve a simple vista. Es evidente que algunas prácticas de ocio, como las deportivas, pueden calificarse de ocio activo; pero otras veces la situación no es tan clara. Ver un programa de televisión, un espectáculo o una película puede ser algo pasivo o activo, en función de la actitud, el interés, la compañía o los comentarios. Desde una

aproximación general se puede decir que el ocio activo es aquel en el que te implicas, con el que reaccionas y pones algo de ti. Por oposición, ocio pasivo sería el que te dan, el que absorbes como esponja, el que "encuentras" en el camino sin haberlo buscado, es un modo de pasar el tiempo (pasatiempos) cuando no hay otra cosa mejor, cuando no hay iniciativa.

OCIO SUSTANCIAL

Las investigaciones de Robert A. Stebbins precisan que ocio sustancial y ocio casual son experiencias radicalmente diferentes que se relacionan con estados mentales contrapuestos. Ocio serio o sustancial es aquel que "implica la búsqueda sistemática de una intensa satisfacción por medio de una actividad amateur, de voluntariado o de un hobby que los participantes encuentran tan importante y atractiva que, en la mayoría de los casos, se embarcan en una carrera de ocio con la intención de adquirir y expresar la destreza, conocimientos y experiencia necesaria en ella". En sentido opuesto, ocio casual o poco serio es una "actividad que ofrece una recompensa inmediata y que no requiere o requiere muy poco entrenamiento específico para su disfrute".

La práctica de un ocio sustancial siempre reporta beneficios duraderos. Stebbins ha identifica-

El ocio es una vivencia que se encuadra en el mundo de las emociones, de ahí la importancia de cultivarlo desde el afecto; pero tampoco está reñido con la razón.

do en sus investigaciones, llevadas a cabo sobre aficionados, que este tipo de ocio desarrolla autoactualización, autoenriquecimiento, expresión, regeneración y renovación del 'Yo', sentimientos de consecución, mejora de la autoimagen, interacción social e idea de pertenencia, además de los productos físicos de la actividad que son perdurables (una pintura, papel científico, un mueble). Las dotes demostradas en juegos y en deportes, como las aptitudes favorecidas en la música, el arte, la interpretación, el canto, etc. pueden resultar efímeras o conseguir cierto peso en la identidad social y personal emergente de una persona en la medida que dichas actividades se toman lo suficientemente en serio como para someterse a una disciplina de formación y aplicación, al tiempo que ofrecen unos patrones de compromiso comparables a los de otros actos que se consideren "serios.

OCIO CREATIVO

En la mayoría de las sociedades tecnológicas, el entretenimiento masivo ocupa la mayor

parte del tiempo libre y, en la medida que el ocio se convierte en producto de consumo, sus vínculos con la creatividad desaparecen casi completamente. Csikszentmihalyi considera que hay dos maneras de transformar el tiempo vacío en tiempo creativo. Primero, dedicar el mayor tiempo libre posible a la realización de actividades que nos remitan y nos conduzcan a niveles altos de complejidad: deportes, aficiones, actividades artísticas, meditación, voluntariado... evitando el riesgo de dicotomizar la vida en trabajo y ocio. Segundo, disfrutar de aquello que estamos haciendo, se llame como se llame. Esto es lo que hacen los artistas y científicos de forma natural. Cuando lo que hacemos está bajo nuestro control y supone la expresión de nuestra individualidad, la distinción entre trabajo y ocio se evapora.

El ocio creativo está relacionado con experiencias que nos permiten acceder a altos niveles de complejidad. Sin embargo, la complejidad psicológica no debe dificultar la vivencia de las experiencias de ocio desde una actitud

lúdica, un rasgo esencial que nos amplía la visión de la realidad introduciendo, gracias a la no seriedad, elementos de humor, distanciamiento, imaginación o fantasía.

¿COMO CONSEGUIR UN OCIO ACTIVO, SUSTANCIAL Y CREATIVO?

No pierdo de vista que hablamos del ocio de los jóvenes, tampoco el que ese ocio no es sólo cuestión de un aquí y ahora, sino que tiene un antes y un después. De ahí que vuelva a llamar la atención sobre la importancia de los contextos y, ahora, de la educación. La educación del ocio no es sólo cuestión de la infancia, sino una tarea permanente que nos afecta a todos y a cualquier edad. ¿Es acaso menos problemático el ocio de los jóvenes que el de nuestros jubilados? El asunto es el mismo, los matices diferentes, pero el planteamiento educativo similar. Unos y otros necesitan implicarse en la sociedad, en causas solidarias, sociales, deportivas, culturales, festivas... con:

1º SENTIDO

El mundo adulto vive en un entorno de valores disociados. Una cosa es lo que se dice que se defiende (derechos humanos, tolerancia, solidaridad) y otra lo que realmente se persigue (bienestar, éxito social, diversión, parecer joven, mantenerse). Javier Elzo ha señalado reiteradamente que es necesario recuperar la función educativa y socializadora de la familia para salvar esa disociación, que también ha tomado cuerpo en los jóvenes. Ellos defienden por un lado unos valores finalistas (pacifismo, ecología, tolerancia y lealtad), pero no pueden llevarlos a cabo por la carencia de valores instrumentales (esfuerzo, autorresponsabilidad, compromiso, participación,



abnegación, aceptación del límite, actividad "bien hecha"), fundamentales para hacerlos realidad.

El sentido de nuestras acciones, también en ocio, lo marca nuestra escala de valores. Nadie da su vida, su tiempo y sus afectos por consignas abstractas. Las consignas abstractas sirven para condensar y recordarnos el compromiso que hemos hecho desde los afectos y la razón. Esto quiere decir que el sentido se cultiva desde el desarrollo de los afectos y desde el desarrollo de la razón. El ocio es una vivencia que se encuadra en el mundo de las emociones, de ahí la importancia de cultivarlo desde el afecto; pero tampoco está reñido con la razón.

2º INTEGRACIÓN Y COMUNICACIÓN

El ocio ha de ser algo integrado en la vida de las personas, en su escala de valores y sus modos de vivir. No podemos ser de un modo los días laborables y "otros" los fines de semana. La vida es un todo continuo y las dicotomías sólo conducen a la "esquizofrenia". Integrar el ocio en nuestras vidas significa considerarlo algo "tan serio", hablar y profundizar sobre él como lo hacemos sobre temas laborales, educativos o de salud.

Para eso se necesita comunicación ¿Con quién se comunican nuestros niños y, luego, nuestros jóvenes? ¿Cuánto tiempo dedicamos a comer juntos, hablando y comentando los avatares del día, sin ver la televisión? ¿Cuántas actividades de ocio practicamos en familia? Las estadísticas nos dicen que el 61% de nuestros hogares tienen acceso a Internet, que el 63% de los internautas son menores de 36 años y que dos de cada tres ordenadores están instalados en el cuarto de los hijos.



3º MODELOS

En una sociedad en la que vamos creciendo sin el tiempo reposado, sin la comunicación debida, sin el disfrute compartido, sin los valores vivenciados, ¿dónde encontrar los modelos? El ocio es una experiencia vivencial, es lo que "me gusta" hacer, no lo que "debiera" hacer. Se transmite por contagio, con el ejemplo, a través de experiencias positivas. Si la comunicación familiar decrece ¿cómo seremos capaces de contagiar a nuestros niños y jóvenes de nuestro ocio?

Si no es así, nuestros jóvenes encuentran los modelos en los seriales, en los programas agresivos televisión, en Internet, en la publicidad, en lo que ven.

HASTA AQUÍ LAS PROPUESTAS

El botellón sigue ahí y sigue saltando a los medios de comunicación porque molesta, ensucia las calles y no nos deja dormir. Aunque nos disguste, también es

un signo de que los jóvenes viven el ocio como expresión de libertad. Libertad que es más una sensación percibida que real, pero que les permite reconocer en su práctica un ámbito vital propio, entre iguales, un espacio de liberación de la realidad cotidiana, de disfrute y diversión.

Confieso que a mí me preocupan los jóvenes que sólo tienen ese horizonte, que no encuentran otros motivos para soñar a lo largo de la semana. Me preocupan los jóvenes desorientados, sin sentido, a los que no hemos preparado para vivir su libertad de un modo satisfactorio. No se lo pasa mejor quien más bebe, sino quien más libre es para pensar lo que dice y decidir qué hace con su tiempo y su ocio. También me preocupan los padres y los profesores que siguen asustados ante el "botellón" y se niegan a ver que el ocio es otra cosa, que es más importante de lo que pensaban y conviene reaccionar.■

PARA SABER MÁS

CUENCA CABEZA, M., Pedagogía del ocio: Modelos y Propuestas, Universidad de Deusto, Bilbao, 2004.

CUENCA CABEZA, M., Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio, Documentos de Estudios de Ocio, núm. 16, Universidad de Deusto, Bilbao, 2000.

CSIKSZENTMIHALYI, M., "Ocio y creatividad en el desarrollo humano", en Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano, Documentos de Estudios de Ocio nº 18, Universidad de Deusto, Bilbao, 2001, pp. 17-32.