

Lonjas juveniles, procesos urbanos y complejidad. El caso de Vitoria-Gasteiz

(Youth 'premises', urban processes and complexity. The case of Vitoria-Gasteiz)

Carbajo Padilla, Diego¹; Martínez González, María²
Univ. del País Vasco (UPV/EHU). Centro de Estudios sobre la
Identidad Colectiva / Identitate Kolektiboen Ikertegia. Dpto. de
Sociología 2. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
Sarriena, s/n. 48940 Leioa
¹carbajus@hotmail.caom
²maria_m_g@hotmail.com

Recep.: 20.11.2012

BIBLID [ISSN: 1137-439X, eISSN: 2443-9940 (2013), 36; 295-307] Acep.: 13.02.2014

Desde hace más de una década, grupos de jóvenes alquilan antiguos locales comerciales como espacios de ocio y sociabilidad. La emergencia de este fenómeno está relacionada con la re-configuración de nuestras ciudades y con políticas de gobierno que limitan el uso del espacio público. El artículo analiza y plantea estos espacios semi-públicos como elementos de revitalización de lo urbano.

Palabras Clave: Lonjas. Locales juveniles. Jóvenes. Sociabilidad. Re-configuraciones urbanas.

Duela hamarkada bat baino lehenagotik, gazte-taldeek antzinako lokal komertzialek alokatzen dituzte aisialdirako eta gizarte-harremanetarako espazio gisa. Fenomeno honen agerpenak, gure hirien bir-konfigurazioarekin eta espazio publikoen erabilera mugatzen duten gobernu-politikekin erlazioa du. Artikuluak espazio sasi-publiko hauek hiri-espazioa suspertzeko elementu bezala planteatzen eta ikertzen ditu.

Giltza-Hitzak: Lonjak. Gazteen lokalak. Gazteak. Soziabilitatea (Gizartekotasuna). Hiriko bir-konfigurazioak.

Après plus d'une décennie des groupes de jeunes louent des vieux locaux commerciaux qu'ils utilisent comme des espaces de loisir et sociabilité. L'arrivée de ce phénomène est liée à la ré-configuration de nos villes et aux politiques de gouvernance pour la gestion de l'espace public. Cet article analyse et met en question ces espaces, en tant qu'éléments de revitalisation urbaine, demi publics.

Mots-Clés : Locaux commerciaux. Locaux des jeunes. Jeunesse. Sociabilité. Reconfigurations urbaines.

1. INTRODUCCIÓN

Desde los últimos años del siglo XX grupos de jóvenes de Euskadi vienen alquilando antiguos locales comerciales como espacios de ocio y socialidad. Estos locales –comúnmente denominados por los jóvenes gasteiztarras como *lonjas*–, que habían sido utilizados principalmente para el comercio a pequeña escala y se encuentran situados generalmente en los bajos de edificios de viviendas, han ido abandonando su función de comercio a causa de procesos socio-económicos amplios. Más allá de ser un fenómeno anecdótico y/o puntual de finales del siglo XX, defendemos que el fenómeno de las lonjas juveniles es efecto de procesos sociales de largo recorrido y que presenta signos de institucionalización. Independientemente de que el número de lonjas se haya incrementado o no –no se disponen de estadísticas para poder valorarlo–, su representación como “problema y fenómeno social” susceptible de ser estudiado deriva de varios factores. En primer lugar, el número de noticias en diferentes medios de comunicación en torno al fenómeno se ha incrementado en los últimos años en las que, de manera general, la imagen es de un espacio opaco y de trasgresión y generador de problemas. En segundo lugar y parcialmente derivado de esta representación, se ha generado un interés creciente por parte de algunos Ayuntamientos por analizar, conocer e intervenir sobre este “fenómeno” emergente¹.

Frente a esta construcción unívoca de las lonjas como “problema social”, el abordaje socio-antropológico de las lonjas ha posibilitado desplazar la mirada a algunos elementos que de otra manera no serían analizados, a la vez que permite complejizar su definición. Este artículo sintetiza una investigación más amplia sobre el “fenómeno” de las lonjas juveniles en Vitoria-Gasteiz realizada para el Área de Juventud del propio Ayuntamiento. Dicho trabajo ha permitido ir más allá de la visión de las lonjas como problema social y analizar tanto los elementos estructurales que explican su emergencia como las prácticas de ocio y la socialidad que esos espacios posibilitan.

El artículo está dividido en cuatro partes. Tras una primera aproximación cuantitativa, el grueso de la misma se centrará en las principales cuestiones que el análisis cualitativo ha revelado. En segundo lugar, se profundizará en algunos elementos estructurales que nos permiten entender la emergencia y la permanencia de las lonjas juveniles. Seguidamente, se analizarán las lonjas como espacios que desestabilizan la frontera entre lo público y lo privado, esto es, en tanto espacios semi-públicos y/o de intimidad compartida. Finalmente, y a través del análisis del centro comercial de Gazalbide, se indagará en los efectos que las lonjas tienen sobre la vida urbana y las posibilidades para una revitalización de barrios y ciu-

1. Por el momento y hasta donde sabemos, se han publicado investigaciones y/o diagnósticos en torno a las lonjas juveniles en los municipios de Portugaleta (accesible en: http://www.portugaleta.org/mapa_lonjas/lonjas.swf, en el apartado de investigaciones) y Vitoria-Gasteiz pero somos conocedores de que muchos otros municipios están en proceso de o están considerando analizar e intervenir en el fenómeno. Tanto la investigación completa del fenómeno de Vitoria-Gasteiz en la que se basa este artículo como el video-documental realizado paralelamente a la misma están accesibles en: <http://www.identidadcolectiva.es> en la sección de publicaciones/Informes del CEIC.

dades, posibilitando y potenciando una visión de las lonjas alternativa a la que la liga a problemas, trasgresión y opacidad.

2. METODOLOGÍA: APROXIMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA

Para la realización de esta investigación sobre lonjas en Vitoria-Gasteiz, tras una etapa previa de documentación², se optó por hacer uso de metodologías cuantitativas y cualitativas. La finalidad de la metodología cuantitativa –mapeo y cuestionario– era localizar y estimar el número de lonjas en Vitoria-Gasteiz, a la vez que obtener algunos datos generales en base a un cuestionario sobre las características del espacio, la composición, el tiempo de permanencia en el local, valoración de la convivencia interna y con el vecindario, etc. En cuanto a la metodología cualitativa se desarrollaron tres técnicas con el objetivo de profundizar en las lógicas, los discursos y las prácticas de los diferentes agentes que intervienen en el fenómeno: entrevistas, grupos de discusión y observación no participante, utilizándose cada técnica en función del grupo destinatario (técnicos del ayuntamiento, padres y madres, jóvenes, propietarios y vecinos). Es de señalar que el grupo de propietarios fue especialmente difícil de abordar, realizándose una única entrevista, aunque manteniendo varios contactos informales con este colectivo. El trabajo de campo cualitativo realizado fue el siguiente:

- *Grupos de discusión*: se realizaron 5 grupos de discusión en los que participaron 24 jóvenes pertenecientes a diferentes lonjas, y un grupo de discusión con 4 madres/padres de jóvenes con lonja.
- *Entrevistas*: se realizaron 15 micro-entrevistas (entre 5 y 10 minutos de duración) con vecinos/as de portales colindantes a lonjas localizadas durante el mapeo. Asimismo, se realizó una entrevista con la propietaria de una lonja y varios contactos informales con propietarios que declinaron la propuesta de una entrevista formal.
- *Observación no participante*: se han realizado varias visitas a lonjas acompañando al mapeo, así como en diversos momentos de la investigación, que permitieron observar y recopilar información sobre las dinámicas que se dan en ellas.

Algunos datos del mapeo y el cuestionario cumplimentado que indican la relevancia del fenómeno de las lonjas juveniles en Vitoria-Gasteiz resultan útiles también para desarrollar una primera visión de conjunto. El cuestionario fue cumplimentado por un total de 54 lonjas, pero el mapeo ha permitido localizar unas 160 lonjas y estimar que fuera del casco urbano de Vitoria-Gasteiz (incluyendo zonas industriales y periféricas al caso urbano) habría, al menos, otras 40 ó 50 lonjas

2. Dentro de esta labor de documentación previa, junto con un trabajo de análisis de hemeroteca, se ha visionado la primera temporada del programa de televisión *Lokaleroak* elaborado por la productora audiovisual Pausa Digital y emitido por el grupo Euskal Irrati Telebista en el tercer trimestre de 2011, accesible en: <http://www.eitb.com/eu/gaztea/lokalerok/>.

más. Según los datos obtenidos con el cuestionario, las lonjas cuentan de media con 18,8 personas, llegando a tener en algún caso hasta 40 miembros. Si damos por buena la estimación de 160 a 210 lonjas juveniles en la ciudad de Vitoria-Gasteiz, y calculando que están compuestas de media por 18,8 personas, habría entre 3.384 y 3.948 personas jóvenes que actualmente tienen una lonja; es decir, entre un 9 y un 11% de la población entre 15 y 29 años. A este dato habría que añadir el número de personas jóvenes que, sin tener lonja propia, disfrutan de las lonjas de amistades, y quiénes habiendo teniendo lonja se encuentran momentánea o definitivamente sin ella. Esto nos indica que el fenómeno de las lonjas no parece ser minoritario, pudiendo un alto porcentaje de personas jóvenes gasteizarras participar de él. Lo que nos lleva igualmente a plantear también que el fenómeno ya no se encuentra tanto en la fase de la emergencia, sino en la de consolidación.

Asimismo, este primer análisis cuantitativo nos indica que el fenómeno de las lonjas es principalmente masculino, pues de las 18,8 personas de media que componen una lonja, 14,1 son varones y 4,5 mujeres. Según los datos recogidos, la edad de quienes tienen lonja abarca una amplia horquilla que va desde los 15 a los 33 años. Y aunque los grupos de edad más jóvenes son mayoritarios —el 48,1% de las lonjas están ocupadas por jóvenes de 15 a 20 años—, no es éste un fenómeno exclusivo de adolescentes, ya que el 38,9% de lonjas están ocupadas por personas entre 21 a 26 años, y un 13% por mayores de 27 años. En lo que respecta a la continuidad, el 42,6% de las lonjas llevan menos de un año en el mismo local, pero un 40,7% lleva de 1 a 4 años, y un 16,7% más de cuatro años. En este sentido, el hecho de que más del 60% hayan tenido una lonja previamente nos informa de una relativamente alta movilidad de jóvenes entre locales. Por último, resulta importante destacar que si bien el precio de las lonjas es variado, la mayoría (64,8%) paga de 200 a 500 €, el 25,9% tienen un precio de entre 500 y 700 €, y el 5,6% más de 700 €.

3. LA EMERGENCIA DEL FENÓMENO

3.1. Prolongación de la juventud, cambios en las formas de ocio y particularidades culturales

Más allá de la apelación climática habitual entre los jóvenes entrevistados, para entender el fenómeno de las lonjas juveniles hay que tener en cuenta un proceso social más estructural que explica su emergencia: la prolongación de la juventud. En lo que respecta a este proceso, en los países occidentales (modernos, de sociedades industriales), hasta hace pocas décadas, la transición desde la infancia a la asunción de responsabilidades que se entienden propias de la etapa adulta describía una secuencia preestablecida, lineal y unívoca que se condensaba en la idea de juventud. Sin embargo, hoy en día, los límites temporales (la edad) y sociales que marcaban la juventud están extendiéndose y las instituciones que caracterizaban a los procesos de transición e integración en la edad adulta —escuela, trabajo, familia, religión y Estado— parecen estar perdiendo parte de su eficacia. Es en este sentido que la juventud, entendida como categoría social que daba

cuenta de un lugar de paso o etapa de transición entre la infancia y la edad adulta, parece haber mutado el significado que se le otorgaba convirtiéndose en un *espacio social de experimentación individual prolongado* dónde conviven una multiplicidad de situaciones: de dependencia, de autonomía y de independencia relativa respecto a la familia de origen, etc. En este marco, la lonja puede entenderse como espacio social donde los individuos ensayan formas de semi-independencia y autonomía en torno a su ocio pero también, en relación con el propio proceso de constitución como adultos en una coyuntura socio-económica sujeta a un fuerte proceso de precarización de las condiciones de vida (Carbajo, 2010; Tejerina et al, 2012). Es decir, en lo que respecta a la prolongación de la juventud, la lonja constituye un espacio en el que los jóvenes devienen adultos colectivamente operando ésta como una suerte de aldea de edad (Wilson, 1949) en la que experimentar formas de emancipación parcial.

Muy unido a este proceso, y relacionado con la extensión del consumo de masas que se dio a mediados del siglo XX. en los países occidentales, los cambios en las formas de ocio juvenil que se han dado a lo largo de las últimas tres décadas y la manera en la que se han declinado en el País Vasco ayudan a entender la emergencia del fenómeno. Así pues, por un lado, resulta necesario señalar que, en el caso del País Vasco, desde el fin del franquismo, el uso del espacio público como espacio de ocio nocturno se constituye en el escenario principal donde se desarrolla una parte importante, aunque no exclusiva, de las actividades de los jóvenes (Abad et al., 1999; CEIC/IKI, 2005). Por otro lado, hay que tener en cuenta que el desarrollo a lo largo del siglo XX. de todo un mercado en torno al ocio si bien ha dado lugar a una ampliación, diversificación y especialización de la oferta del ocio nocturno juvenil como espacio de consumo, ha generado igualmente respuestas que, como la lonja, no necesariamente se ajustan a ese circuito mercantilizado y/o normalizado (Feixa, 1998; Baigorri y Fernández Díaz, 2004; VV.AA., 2005; Carbajo y Koochaki, 2007).

Estrechamente relacionado con las practicas de ocio juvenil, el trabajo de campo ha revelado que resulta necesario tener muy presente en el análisis del fenómeno la particularidad cultural que supone la existencia en el País Vasco de la institución social de la cuadrilla como articuladora de la socialidad (Pérez-Agote, 1984; Abad et al., 1999; CEIC/IKI, 2005). La existencia de esta figura ha posibilitado a las personas jóvenes pensarse como grupo, resignificarla, y desarrollar esta estrategia colectiva de ocio y de consumo. En esta línea, contribuyendo a reforzar los vínculos de amistad, la institución social de la cuadrilla ayuda a entender tanto las lógicas internas que se dan en las lonjas juveniles como las similitudes que tienen estas con las sociedades gastronómicas o *txokos*.

3.2. La mutación de las ciudades

En el análisis del fenómeno de las lonjas juveniles ha resultado imprescindible atender también a cambios socioeconómicos y a las mutaciones de los entornos urbanos acaecidos en el País Vasco en las últimas décadas (Muxí y Borja, 2003; Moreno, 2005). Dicho brevemente, junto con los diversos factores que he-

mos citado –alargamiento de la juventud, cambios en las formas de ocio, y la cuadrilla como particularidad cultural–, el surgimiento de las lonjas juveniles tiene mucho que ver con la generalización de los modelos de consumo mayoritario y con la implantación, desde la década de los noventa, de centros comerciales en las periferias de nuestras ciudades (López de Lucio y Parrilla, 2006).

La repercusión de los centros comerciales en la vida urbana se puede esbozar partiendo de la idea de lo que se entiende genéricamente por proceso de globalización que ha favorecido la generalización de un modelo hegemónico y normalizado de consumo (Alonso, 2005). Este modelo masificado y estandarizado ha supuesto un claro detrimento de las pautas de consumo más tradicionales o de proximidad, que fueron centrales en las ciudades a través del pequeño comercio (López de Lucio, 2002; López de Lucio, 1996). Este pequeño comercio ha estado tradicionalmente situado en los barrios, donde ha tenido una presencia relevante para el desarrollo de la vida social de las ciudades (Jacobs, 1961). Por contra, el correlato en el ámbito urbano del modelo de consumo mayoritario lo podemos encontrar en las calles principales de los cascos urbanos, pero sobre todo, en los centros comerciales de sus periferias.

Lo que resulta significativo destacar de este desplazamiento de los modelos de consumo es que buena parte de los antiguos locales comerciales dedicados al comercio son los que principalmente alquilan los jóvenes. Es decir, las lonjas juveniles como espacios físicos propiamente dichos surgen en el vaciamiento parcial de los espacios urbanos dedicados al pequeño comercio de barrio. En este sentido, esta ocupación de locales comerciales en desuso por parte de los jóvenes, siendo coetánea a la implantación de los primeros centros comerciales en las periferias de nuestras ciudades, refleja una tendencia *vaciadora* que se venía desarrollando desde hace más de dos décadas –y que la actual crisis no está más que agudizando–.

3.3. Las políticas de gobierno y el vaciamiento del espacio público

Un factor importante que hay que añadir en el análisis estructural del fenómeno tiene que ver con las diferentes modificaciones de los marcos legislativos municipales, autonómicos y estatales que regulan el uso de los espacios públicos y algunas prácticas sociales protagonizadas por los jóvenes (Berrio-Otxoa et al., 2003; Baigorri y Fernández Díaz, 2004; VV. AA., 2005).

Sin entrar en su análisis pormenorizado, conviene mencionar aquí las diferentes ordenanzas municipales *anti-botellón*, algunos programas y convenios del Gobierno Vasco con las asociaciones de hosteleros vascos y la conocida como Ley anti-tabaco de 2011 aplicada en todo el Estado. Este conjunto de *políticas de gobierno* implementadas en esos últimos años se han traducido en lo que respecta a las prácticas de jóvenes en: a) la prohibición de consumir bebidas alcohólicas en los espacios públicos; b) normativas más restrictivas en torno a la venta de alcohol a menores y el derecho de admisión de éstos a los establecimientos hosteleros; y, c) prohibición del consumo de tabaco en algunos espacios semi-públicos

(principalmente bares) y públicos. Así pues, este conjunto de *políticas de gobierno* de las diferentes administraciones, tratando de ordenar, neutralizar y corregir algunas prácticas sociales en espacios públicos y semi-públicos han terminado colaborando en la institucionalización del fenómeno. Dicho de otro modo, unido a los cambios en las formas de ocio mencionadas anteriormente, estas políticas han contribuido a una suerte de desplazamiento y repliegue del colectivo juvenil, en su búsqueda de *espacios autónomos y auto-normados*, hacia los espacios de las lonjas.

4. LAS LONJAS COMO ESPACIO SEMIPÚBLICO Y DE INTIMIDAD COMPARTIDA

Las lonjas, más allá de su imagen de opacidad, se constituyen como espacios de ocio y socialidad. Es significativo que la mayoría de actividades de ocio que realizan los jóvenes en sus lonjas no difieren en exceso de las que oferta una sala de recreativos o los bares de un centro comercial convencional: comer, beber, escuchar música, ver series o películas, partidos de fútbol, de baloncesto, de pelota, a los que se le puede añadir jugar a videojuegos (Wii, Ps3, Xbox) o juegos tradicionales (mus, póquer, fútbolín, dardos, juegos de mesa). Dos elementos son primordiales para entender el interés de estos espacios de ocio en los que se hace prácticamente lo mismo que fuera de ellos. Por un lado, porque permiten ciertas *economías sumergidas de ocio* –se sigue consumiendo pero a menor costo– en un contexto de aumento de los precios de la oferta hostelera y de entretenimiento (hace una década con la moneda única y hoy en día con las diferentes subidas de impuestos) que confluye con una mayor dependencia de los jóvenes de recursos familiares cada vez más menguantes. Y por otro lado, porque este ocio se practica en la intimidad del grupo de pares. De hecho, una de las conclusiones del trabajo de campo cualitativo es que *el hacer sólo es el medio para el estar con otros*.

Esta forma de socialidad pura buscada mediante ese *hacer para estar por estar (juntos)* articula el propio espacio físico y simbólico de la lonja (CEIC/IKI, 2005). La lonja se *espacializa* –se organiza, se modula– en función de las actividades que se realizan permitiendo las diferentes maneras de estar. Así, se suelen encontrar subdivisiones en las lonjas entre los espacios de fiesta, de juegos, de tranquilidad. Este espacio de intimidad compartida con la cuadrilla, o con una serie de cuadrillas más o menos cercanas con las que se alquila la lonja, no se entiende como espacio cerrado. Por el contrario, además de la *espacialización* de la lonja, aparece una *temporalización* de la misma que permite su apertura a otros grupos de jóvenes o cuadrillas cercanas en momentos semanales (fin de semana) y anuales señalados (fiestas patronales, carnavales, etc.).

Vemos así que la lonja no es, entonces, ese espacio cerrado, sino que se abre a otras cuadrillas o grupos de personas jóvenes. De hecho, la lonja es, la mayor parte de las veces, una alianza entre varias cuadrillas (*fusiones* que la mayor parte de las veces se realizan para sortear el costo de los locales). Junto con esta apertura, el espacio físico que ocupan las lonjas, los bajos de los edificios de viviendas, sitúan a los grupos de jóvenes en una posición de convivencia –más o menos forzada, más o menos conflictiva– con su entorno. Esto es, fuera de pensarse

como espacios privados, las lonjas se encuentran y co-producen una posición liminal o un umbral entre lo privado y lo público. De hecho, el análisis del trabajo de campo indica que la mayor parte de la negociación y organización de las lonjas se piensa hacia dentro –el grupo de jóvenes–, pero sobre todo, hacia fuera –el vecindario–. Dicho de otro modo, la definición del espacio y el equipamiento de *la lonja como bien común* hace que el conjunto de normas que se genera tenga también en cuenta el afuera que representan los vecinos y la policía municipal. Las normas que se auto-imponen los grupos de jóvenes tienen que ver con la convivencia con el vecindario en cuanto a ruidos y se van haciendo más claras y rígidas cuantas más experiencias de desalojos han vivido. En este sentido, es igualmente llamativo cómo funciona el control informal entre pares que asegura el cuidado del “bien común” que es la lonja tanto hacia dentro (su equipamiento y los turnos de limpieza, etc.) como hacia fuera. Así, intentan sostener una convivencia pacífica para, como decía uno de los jóvenes: “estar, sin molestar”. Son las lonjas, por tanto, un espacio que se mueve en las fronteras entre lo público y lo privado, un espacio de intimidad compartida o un espacio semi-público.

Muy unido a lo mencionado, el éxito de las lonjas tiene que ver con el *carácter auto-normado* de las mismas en el sentido de que las normas las constituye el propio grupo. Es decir, sobre todo para los más jóvenes, frente a una multitud de espacios heterónomos en los que las normas vienen dadas desde el mundo adulto (hogar familiar, escuela, actividades extraescolares, centros cívicos, polideportivos, etc.), la lonja resulta un lugar donde ellos *producen* e intervienen en las normas (Berrio-Otxoa et al., 2003). Más allá de ser un espacio que se sustrae del control adulto e institucional, resulta llamativo observar la construcción, mediante ensayo-error, del entramado de reglas variable con el que la lonja se *autogobierna*. Asimismo, este espacio auto-normado es tanto más valorado en un contexto social cada vez más precario en el que las personas jóvenes viven en regímenes de mayor dependencia económica y residencial de la familia durante un mayor tiempo.

Por último, unido a la cuestión de las normas, el tipo de trayectoria que muestran las lonjas de mayor duración revela que se da cierta forma de *maduración grupal* en la gestión de la misma. Es decir, desde esta perspectiva la lonja puede ser definida como *una escuela informal de ciudadanía*. Si tenemos en cuenta lo mencionado anteriormente sobre la prolongación de la juventud, el hecho de que las lonjas de mayor duración se vayan asemejando en sus formas de gestión a las sociedades gastronómicas (algunas cuentan con formas estatutarias de asociación cultural, deportiva, etc.) nos lleva a plantear que la lonja representa también un proceso de devenir adulto colectivo que se da en la frontera entre lo público y lo privado.

5. EL EFECTO DE LAS LONJAS SOBRE LO URBANO: EL CASO DEL CENTRO COMERCIAL DE GAZALBIDE

El estudio de caso sobre el barrio de Gazalbide y su centro comercial resulta, aún con sus especificidades concretas, un ejemplo significativo tanto para dar

cuenta y explicar el proceso de reconfiguración urbana acaecido en Vitoria-Gasteiz como algunos aspectos del fenómeno de las lonjas en la propia ciudad.

El grupo de viviendas que constituye el barrio de Gazalbide (próximo a la nueva estación de autobuses de Vitoria-Gasteiz), edificado entre los años 1974 y 1976, está formado principalmente por torres y bloques de pisos, tiene un carácter marcadamente residencial y cuenta con numerosas zonas verdes. La configuración espacial de este barrio, tanto por la época en la que fue construido como por el equipamiento con el que cuenta, obedece a una arquitectura que condensa, a una escala barrial, una idea muy concreta de comunidad y la diversidad de usos y funciones característica del modelo de ciudad europeo. Así, entre el equipamiento con el que cuenta destacan la Parroquia de San Andrés, el Colegio Público de Educación Infantil y Primaria Luis Dorado, el Instituto Concertado San Viator, el Centro Comercial Gazalbide, la residencia de ancianos "Hermanitas de los Pobres" y el Polideportivo San Andrés.

Lo que resulta significativo en este caso es que el centro comercial con el que cuenta, siguiendo corrientes de la arquitectura de los setenta, fue diseñado para albergar pequeños locales comerciales similares a los de un mercado moderno. Si bien durante varias décadas este espacio albergó a los comercios para los que fue diseñado, hoy en día, aunque mantiene parte de su actividad comercial, muchos de sus locales están ocupados por grupos de jóvenes. En el momento de realizar el mapeo (diciembre de 2011) se contabilizaron doce lonjas juveniles en su interior y, significativamente, varias sociedades gastronómicas. Como dato complementario se puede destacar que los propios grupos de jóvenes de las lonjas se remitían unos a otros con el nombre de los carteles del comercio que previamente ocupó el local. Así, encontramos que unos se llamaban a otros como: "*los de la mercería*", "*los de la zapatería*", etc. Siguiendo con el propio edificio de este centro comercial, la disponibilidad de locales para alquilar, el hecho de que esté separado de los bloques de viviendas del barrio y la propia concentración de lonjas juveniles hace que se pueda plantear como un *complejo de lonjas*.

Respecto al mencionado diseño de los edificios de viviendas colindantes resulta llamativo observar que, salvo las torres, el resto de viviendas tiene la planta baja sin cerrar y albergan las plazas de garaje de los residentes (y no, como es habitual, lonjas y locales cerrados). Esto nos lleva a pensar que esta modificación en el diseño de los edificios de viviendas, que en su día fomentó la actividad del centro comercial, hoy en día ha contribuido a estabilizar el fenómeno de las lonjas juveniles en el barrio. Dicho de manera breve, al concentrarlas y alejarlas espacialmente del vecindario neutraliza el principal problema de convivencia que genera la lonja juvenil: el ruido. Es decir, la disposición y diseño del centro comercial posibilita la no injerencia y, por lo tanto, la cohabitación de jóvenes y vecinos en tanto que permite obviarse mutuamente.

Sin embargo, y como consecuencia del éxito del fenómeno en el centro comercial, resulta necesario señalar *el efecto llamada* que ha generado en grupos de jóvenes de otros barrios (seis de los nueve grupos de jóvenes del centro comercial que accedieron a ser entrevistados nos informaron de que habían sido de-

salojados previamente de otras lonjas en otros barrios, mayoritariamente, por ruidos). Efecto que ha supuesto una mayor demanda y un encarecimiento progresivo de los locales disponibles para jóvenes, haciendo de ello lo que se podría denominar, con todas las cautelas, como un proceso de especulación dentro del propio centro comercial. Fenómeno de especulación y consiguiente encarecimiento de los locales que, como en otras lonjas de la ciudad, termina siendo sorteado formando un grupo más grande de jóvenes con el que repartir los costes de arrendamiento del local. Esta *estrategia de asociación y concentración* produce más ruido y, en el resto de barrios de la ciudad, más riesgos de conflicto con los vecinos; lo que se traduce en más probabilidades de denuncia y desalojo por parte de la policía municipal.

En lo que respecta a la convivencia entre los comerciantes ubicados en el centro comercial Gazalbide y jóvenes, la cuestión se torna más ambigua. Si bien el hecho de compartir el espacio con comercios y establecimientos provee a los jóvenes de ciertos servicios como puede ser la limpieza de los pasillos exteriores o el conserje que abre y cierra las verjas del centro comercial por las noches, no llegamos a identificar qué tipo de negociaciones, acuerdos y conflictos se dan entre los comerciantes y los arrendadores de los locales que ocupan los jóvenes. Lo que sí podemos afirmar es que las lonjas favorecen una suerte de revitalización económica del lugar, no solo por el flujo de dinero que se genera entre los arrendadores y los jóvenes de los locales, sino porque los jóvenes son clientes asiduos de algunos comercios (bares, tienda de gominolas, entidades bancarias, farmacia, etc.). Es decir, si bien las lonjas juveniles no sostienen toda la actividad económica de este pequeño centro comercial sí han colaborado a que no desaparezca y que, en última instancia, siga habitado.

Es este caso el que nos ha llevado a conectar el fenómeno con los procesos de reconfiguración urbana. Como ocurre en este barrio, se puede identificar, a escala de Vitoria-Gasteiz, un vaciamiento parcial de los espacios urbanos dedicados al pequeño comercio y la ocupación progresiva de los mismos por parte de jóvenes. Estos, introduciendo renovadas formas de vida social en esos espacios vacíos, también están contribuyendo a transformar el espacio urbano. Lo que resulta paradójico del caso de Gazalbide es que los locales comerciales, ahora ocupados por lonjas juveniles, se situaban ya en el interior de un centro comercial. Con todo, las lonjas juveniles, desbordando las categorías de lo público y lo privado, también alteran el uso y el significado de los barrios y de los entramados urbanos.

6. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES

Como hemos intentado explicar a través de este texto, el análisis estructural y socio-antropológico del fenómeno de las lonjas juveniles ha revelado que este va mucho más allá de su definición como problema social y ejemplifica la complejidad y multi-causalidad de los procesos sociales contemporáneos.

Por un lado, la lonja es efecto del cruce de cambios culturales y estructurales de orden social, económico y político. En este sentido, la lonja representa una

asociación de cuadrillas en forma de comunidad de consumo definibles como *sociedades recreativas* (más que gastronómicas). Desde una perspectiva económica y de consumo, atendiendo a los cambios sociales que se están dando estos últimos años, resulta crucial en su comprensión la creciente dependencia que los jóvenes respecto de sus familias y la pérdida de la capacidad económica de éstas. Esto nos lleva a afirmar que este tipo de *economías sumergidas de ocio* van a seguir extendiéndose y tomando nuevas formas. Por otro lado, este tipo de economía de ocio, si bien reproduce en algunas de sus prácticas el modelo mayoritario de consumo que se dan en lugares como los centros comerciales, lo trasciende en tanto que estrategia colectiva y cuasi-comunitaria con consecuencias económicas y sobre el significado y el uso de los espacios urbanos.

Como veíamos con el proceso general de reconfiguración urbana del que nos informa el caso de Gazalbide, cabe señalar que con la crisis industrial de las décadas de 1970 y 1980 muchos edificios industriales cayeron en desuso (época donde emergen el movimiento de okupación y los *gatzetxes*). Del mismo modo, con la crisis de mediados de la década de 1990 fueron los antiguos comercios y tiendas de barrio los que se fueron vaciando (la emergencia del fenómeno de las lonjas data de esa época). Con todo, no resulta extraño pensar que la reciente crisis financiera e inmobiliaria esté teniendo como correlato una agudización de este proceso de vaciamiento y la institucionalización del fenómeno de las lonjas (más si cabe en Vitoria-Gasteiz, donde el ímpetu constructor ha generado multitud de locales *de obra*). En este sentido, el cambio de modelo socioeconómico que parece estar tomando forma estos últimos años y la creciente vulnerabilidad, dependencia y precarización de la juventud que está generando nos lleva a insistir en que este tipo de procesos y estrategias en torno al ocio (pero también como forma de emancipación parcial) van a seguir aumentando.

Como hemos tratado de argumentar, este aumento, lejos de verse como problema social puede tener también un impacto positivo en la ciudad y la vida urbana³. La ocupación de locales no sólo contribuye al mantenimiento de ciertos comercios de barrio que perviven, en parte, gracias a consumos de los jóvenes, sino que re-introduce formas de vida social en los barrios. Estos han sido tradicionalmente espacios fundamentales para la vida de los individuos, siendo incluso fuentes de sentido, pertenencia e de identidad para las personas. La recuperación parcial de su dinamismo –no exento de conflictos– gracias a la ocupación de estos locales por parte de jóvenes abre la posibilidad de renovadas prácticas de

3. Una vez finalizada la investigación creemos que la escurridiza figura del propietario juega un papel central y puede ayudar a entender en más profundidad el fenómeno de las lonjas en general pero sobre todo en su construcción como problema social. Es decir, en la clausura de estos locales por parte de las autoridades, la responsabilidad de las deficiencias de las instalaciones y el estado general del local cae muchas veces sobre los jóvenes (inquilinos) cuando para el resto de inmuebles está establecido que es el propietario quién debe asumir la responsabilidad de su buen estado (comprometiéndose los inquilinos a mantenerlo). Unido al estatuto a-legal del fenómeno, el trabajo cualitativo revela que la inadecuación de los equipamientos de algunas lonjas obedece muchas veces al cálculo que hacen los jóvenes inquilinos entre el trabajo, el tiempo y el dinero invertido en algunos bienes, y la percepción de que pueden ser desalojados en cualquier momento.

relación y socialidad. El fenómeno de las lonjas juveniles altera y regenera el uso y el significado de los espacios públicos de nuestras ciudades.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ABAD, Begoña; CERRATO, Javier; GATTI, Gabriel; MARTÍNEZ DE ALBENIZ, Iñaki; PÉREZ-AGOTE, Alfonso; TEJERINA, Benjamín. *Institucionalización política y reencantamiento de la socialidad. Las transformaciones en el mundo nacionalista*, 1ª ed. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 1999; 96 p.
- ALONSO, Luis E. *La era del consumo*, 1ª ed. Madrid: Siglo XXI de España, 2005; 383 p.
- BAIGORRI, Artemio; FERNÁNDEZ DÍAZ, Ramón. *Botellón: un conflicto postmoderno*. 1ª ed. Barcelona: Icaria, 2004; 320 p.
- BERRIO-OTXOA, Kontzesi; HERNÁNDEZ, Jone M.; MARTÍNEZ, Zesar. *Gaztetxoak eta Asialdía: Etorkizuna aurreikusten (2001-2002)*, 1ª ed. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2003; 109 p.
- CARBAJO, Diego. "Procesos de precarización en las transiciones a la identidad adulta. Una propuesta analítica en torno a las transiciones residenciales contemporáneas". En: *Inguruak*. Monográfico especial: Sociedad e Innovación en el Siglo XXI, 2010; pp. 125-133.
- CEIC/IKI. *Hacia una nueva cultura de la identidad y la política. Tendencias de la juventud vasca*. 1ª ed. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2005; 165 p.
- DELGADO, Manuel. *El animal público*, 1ª ed. Barcelona: Anagrama, 1999; 224 p.
- FEIXA, Carles. *De jóvenes, bandas y tribus: antropología de la juventud*. 1ª ed. Barcelona: Ariel, 1998; 288 p.
- JACOBS, Jane. *The death and life of great American cities*, 1ª ed. Nueva York: Modern Library, 1961; 472 p.
- KOOCHAKI, Nader. "Aproximación al movimiento de okupación, asamblearismo y autogestión desde una sociología en Euskara". En: *Inguruak* nº 47, 2007; pp. 159-180.
- LAESPADA, María T. *Las lonjas: ¿una participación ciudadana efectiva? La experiencia de Portugaleta*. 1ª ed. Bilbao: Instituto Deusto de Drogodependencias, 2007; 126 p.
- LÓPEZ DE LUCIO, Ramón. "La vitalidad del espacio público urbano en riesgo". En: *Distribución y Consumo*, nº 66, Madrid: 2002; pp. 25-41.
- .; "Centros urbanos frente a nuevas centralidades comerciales. Un análisis del sur metropolitano de Madrid". En: *Red de Cuadernos de Investigación Urbanística*, nº 14. Madrid: Instituto Juan de Herrera, 1996; pp. 14-54.
- MORENO, Judith. *Bilbao: declive industrial, regeneración urbana y reactivación económica de un espacio metropolitano*. 1º ed. Bilbao: IVAP, 2005; 810 p.
- MUXÍ, Zaida; BORJA, Jordi. *Urbanismo en el siglo XXI. Bilbao, Madrid, Valencia, Barcelona*. 1ª edición. Barcelona: Edicions UPC, 2003; 231 p.
- PALLARÉS, Joan; FEIXA, Carles. "Espacios e itinerarios para el ocio juvenil nocturno". En: *Revista de Estudios de Juventud*, nº 50, Madrid: INJUVE, 2000; pp. 23-41.

Carbajo, Diego; Martínez, María: Lonjas juveniles, procesos urbanos y complejidad. El caso de...

PARRILLA, Emilio. *Espacio público e implantación comercial en la ciudad de Madrid: Calles comerciales versus Grandes superficies*. 1ª ed. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid, 2006; 52 pp.

PÉREZ-AGOTE, Alfonso. *La reproducción del nacionalismo: el caso vasco*. 1ª ed. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI, 1984; 230 p.

VV. AA. *Ir de litros: plan de prevención de la conflictividad asociada al consumo de alcohol en la calle*. 1ª ed. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2005; 232 p.

WILSON, Monica. "Nyakyusa Age-Villages". En: *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, nº 1/2, Londres: 1949; pp. 21-25.