

La emocionalidad “producida”

Dr. Hugo Adolfo Míguez.

Publicado en “Modernidad, Tecnología y Síntomas Contemporáneos”

AASM – marzo 2008

Introducción. La indagación sobre los cambios epidemiológicos del consumo de alcohol ⁽¹⁾ y su asociación con otras sustancias psicoactivas ⁽²⁾ sustentaron la exploración de variables relacionadas con los estilos de vida juvenil y el “*pattern*” sociocultural ⁽³⁾ del uso de sustancias. Para este fin se utilizaron los cuestionarios epidemiológicos del Programa de Epidemiología Psiquiátrica ⁽⁴⁾ del CONICET, aplicadas por el Observatorio sobre Uso de Sustancias Adictivas de la Subsecretaría de Atención a las Adicciones de la Provincia de Buenos Aires ⁽⁵⁾.

Materiales y métodos. La encuesta, de carácter voluntario y anónima, fue respondida por 1688 estudiantes de entre 16 y 20 años. El área cubierta comprendió 30 distritos provinciales que, desde 2006, conformaron un área programática de la Subsecretaría que incluye un total de 90.000 jóvenes bonaerenses. Se recogieron las prácticas, actitudes y creencias en torno al alcohol y otras drogas en el último año de colegios públicos en la Provincia de Buenos Aires. A fines de este análisis fueron seleccionadas y reorganizadas las variables como indicadores del tipo de vínculo predominante (tiempo libre), de referencias existenciales prioritarias (individuales o sociales), de la comunicación e interlocutores y de la toma de decisiones frente a la presión grupal. Esta selección fue analizada por un lado con el sistema de representaciones (imaginario) indicativo de la tolerancia al abuso de alcohol y, por otro, con la prevalencia del consumo efectivo de marihuana y cocaína .

Resultados. Los datos de las sondas epidemiológicas en estudiantes señalaron distintos estilos de vida juvenil. La mitad de ellos aproximadamente priorizó las actividades de baja exposición social con vínculos intermediados por “monitores” y metas “virtuales”. La otra mitad se mostró orientada hacia una vinculación social directa que incluyó: deportes, encuentros bailables u otras reuniones.

La prioridad que dieron los jóvenes a temas de índole social y solidaria (*Desempleo, problemática de adicciones, igualdad de oportunidades*) alcanzó a un tercio de ellos mientras que, la mayor parte, se decidió por otros más vinculados a intereses individuales e inmediatos (*“pasarla bien”, “comprarse lo que le gusta”, “tener dinero”*). En las chicas, la brecha entre los intereses individuales y los sociales o solidarios fue algo menor que en los varones.

En situaciones de conflicto los interlocutores elegidos por los jóvenes se dividieron entre adultos y pares. Uno de cada diez estudiantes no refirió interlocutores para hablar sus problemas. Este subgrupo “*solitario*” fue algo mayor en los varones.

El 91,3% probó alguna vez cerveza, el 79,3% vino y el 80,6% destilados. Una evaluación menos general indicó que la mitad de los estudiantes (50,1%: 45,9%- 55,0%) manifestó consumo frecuente de cerveza (una vez a la semana o más) en el último año

La representación del abuso de alcohol en los jóvenes fue estudiada por vía de preguntas sobre un *pattern* ideal de disponibilidad de alcohol en una fiesta juvenil en la casa. Estas caracterizaciones situaron a la mitad de las fiestas de estudiantes de último año secundario con una disponibilidad, estimada por persona, superior a 100cc de alcohol absoluto cualquiera fuera la bebida

alcohólica (vino, vodka o cerveza). No hubo diferencias significativas en estas representaciones de acuerdo al tipo de vinculación predominante (directa o virtual). La proporción de representaciones de abuso relacionada con orientaciones hacia temas individuales o sociales mantuvo la relación de siete a tres respectivamente, aún cuando la orientación individual concentró algo más los casos de representaciones de abuso. La asociación de estas representaciones de abuso con la comunicación que tenían los estudiantes, cuando se encontraban en problemas, mostró un aumento no significativo (en el caso de vinos y destilados) cuando no había nadie como interlocutor.

La toma de decisión frente a la presión de pares, tomando como ejemplo el alcohol, fue evaluada en una situación hipotética. Uno de cada veinte jóvenes estimó correcto ceder al consumo (*"Tomar"*) en una situación de presión amistosa, con una proporción aumentada en los varones.

El 18,4% de los estudiantes reconoció el consumo alguna vez en la vida de marihuana. El 4,4% el de cocaína. Un corte precisando los datos para una frecuencia de una vez al mes o más, en el último año, alcanzó al 9,1% (6,1% - 13,1%) con marihuana y al 2,6% (1,4% - 5,2%) de ellos con cocaína.

No hubo diferencias significativas entre actividades de "monitor" o personales en el uso de marihuana: En cambio hubo una mayor proporción de casos con uso de cocaína en las actividades con vinculación más directa con los otros (deportes, bailes, reuniones). El uso de marihuana, alguna vez en la vida, se diferenció de manera significativa según la prioridad que los jóvenes dieron a los temas relevantes para su edad. La mayor proporción de reconocimientos del uso de marihuana se asoció con definiciones más ligadas a actitudes individuales y presentistas y, también, con una comunicación más centrada en

los pares. No fue este el caso con el uso de cocaína. Por último tanto el uso de marihuana como el de cocaína se asociaron significativamente con la mayor vulnerabilidad a la presión grupal para el consumo de alcohol.

Consideraciones sobre la emocionalidad “producida”

El desarrollo de espacios de reunión juveniles para la ingestión alcohólica antes de la fiesta, conocidos socialmente como “previa” o “pre-boliche”, ha sido referido como una instancia para alcanzar un estado emocional que según algunos estudios se resume “*en la tríada diversión-desinhibición-descontrol*”⁽⁶⁾. Esta emocionalidad “producida”⁽¹⁾ parte de un vínculo social que requiere la acción de una sustancia como facilitador para “ajustar” el estado de ánimo, la percepción o el comportamiento a una presentación social predeterminada. Esta “producción emocional” habilita la expresión de otras subjetividades y neutraliza, a la vez, aquellas consideradas disfuncionales con el requerimiento del encuentro. La manipulación por vía psicoactiva de la expresión emocional implica modificar la emoción como “*guión social*”⁽⁷⁾ y, más que una relación entre individuos, muestra su vinculación con representaciones colectivas normatizadoras del alcohol (y de otras sustancias) como alternativa a situaciones que podrían llevar a una *emocionalidad desadaptativa*. De esta forma se establece entonces, un modelo de convivencia con el conflicto basado en el enmascaramiento de sus efectos.

Desde esta posición se puede considerar el inicio de la ingestión abusiva de alcohol más como una forma de alcanzar una “*onda vital*” para el encaje social que un mecanismo de ensimismamiento depresivo. Sin embargo, si esta es parte de su explicación, la misma no termina de dar cuenta acerca de por qué

¹ “Producirse”: término utilizado por los jóvenes para referir al empleo de la cosmética y el vestuario necesario para modificar su aspecto personal.

se requiere del auxilio de la química en un encuentro de intercambio placentero. Salvo que se trate, en realidad, del enfrentamiento y sobrevivencia a un mundo donde la competencia extrema juega sus premios y castigos entre las ansias de una presentación exitosa y el temor fóbico a ser condenado a la humillación o el ridículo.

Representaciones que alcanzan a más de la mitad de los encuentros juveniles con un nivel de intoxicación alcohólica importante indican no solo la extensión de esta “*producción*” sino también la imperiosidad del *guión social* establecido. La vulnerabilidad frente a la presión grupal para el uso de alcohol y de las drogas ilícitas, mostró en los estudiantes correspondencias con estilos de vida que tienen como eje la exaltación individual y la limitación a la experiencia presente. Los grupos con diferente modalidad de interacción social, intermediada a través del “monitor” o de contacto directo con los otros tuvieron en cualquiera de los casos representaciones de tolerancia al abuso de alcohol y prácticas de consumo de sustancias ilícitas.

Bibliografía

- (1). Míguez, H. (2007) Alcohólicación juvenil en la Argentina: del consumo cotidiano al “binge drinking” Cuadernos Actualizaciones en Alcoholología. Cuadernos Ed. Brain Center-CEDA. N°1. 5-7.
- (2). Míguez, H. (2006). Emergencia hospitalaria y uso de sustancias psicoactivas. Vertex. Rev. Arg. De Psiquiat. Vol XVII:92-95
- (3). Heath, D. (1981) Factores etiopatológicos. AIEPA. Santiago. Chile.
- (4). Míguez, H. (2002) Estrategias de Epidemiología Comunitaria. Programa de Epidemiología Comunitaria. CONICET. Buenos Aires.

(5). SADA. Observatorio. <http://www.sada.gba.gov.ar/observatorio.htm>

(6). Arizaga, M.C. (2005) Imaginarios sociales y prácticas de consumo de alcohol en adolescentes de escuelas de nivel medio. Observatorio Argentino de Drogas. Sedronar

(7). Le Deux, J. (1999) El cerebro emocional. Buenos Aires. Planeta

Tabla resumen: estudiantes último año PBA-2007.

<u>Variables y dimensiones</u>		%	Limites de confianza 95%		Sexo		Representaciones de abuso en fiestas con:			Prevalencia de vida consumo (*) p>0,01	
					Varón	Mujer	vino	vodka	cerveza	Marihuana	Cocaina
1 Tipos de Vínculos	Directa	49,6	42,2	58,1	51,2	48,1	51,3	52,2	53,2	51,6	59,1(*)
	Indirecta o virtual	47,4	39,9	57,0	46,0	48,7	46,3	45,8	44,8	45,5	35,1
	Ninguna	3,1%	2,3%	4,0%	2,9%	3,2%	2,6	2,1	2,1	2,7	5,6
	Total	100,0% 1634			100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0	100,0	298
2 Prioridades existenciales	Individuales	63,5	58,1	69,3	66,8	61,1	67,3	67,6	67,8	71,4(*)	66,6%
	Sociales	33,6	29,4	38,2	29,8	36,3	29,8	29,8	29,4	25,8	27,5
	No sabe	3,0%	2,2%	4,0%	3,5%	2,6%	2,9	2,5	2,8	2,8	5,8
	Total	100,0% 1616			100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0	100,0	286
3 Interlocutores	Nadie	9,6%	8,2%	11,1%	13,9%	6,4%	12,4	10,6	9,7	12,5(*)	14,9
	Adultos	43,6	38,3	50,2	45,0	42,6	39,2	38,1	39,9	30,9	35,2
	Pares	46,8	43,1	50,9	40,9	51,1	48,3	51,3	50,5	56,5	50,0
	Total	100,0% 1598			100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0	100,0	297
4 Decisiones frente a la presión social	1 Tomar	4,3%	3,4%	5,5%	5,9%	3,2%	6,3	6,3	5,0	8,4(*)	18,7(*)
	2 Otras respuestas	95,6%	91,3%	100,3%	94,1%	96,8%	93,7	93,7	95,1	91,6%	81,3
	Total	100,0% 1681			100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0	100,0%	309