Alcohol y Sociedad «Líquida»

Por Dr. Hugo Miguez

El autor es investigador de Conicet. Sede Subsecretaría de Atención a las Adicciones, Provincia de Buenos Aires

www.hugomiguez.com.ar - miguez@ciudad.com.ar

El presente articulo fue publicado en **Revista Crepúsculo** Nº6 www.revistacrepusculo.com.ar

Somos seres humanos que vivimos en un mundo donde los individuos no actúan en un vacío sino dentro una matriz social en la que, el consumo veloz de los objetos, produce significados intra e intersubjetivos.

Zygmunt Bauman lo definió como una modernidad líquida (para oponerla a lo estable y permanente) y sostuvo esta imagen como una metáfora de la era moderna. El ordenamiento económico "domina la totalidad de la vida humana volviendo irrelevante e inefectivo todo aspecto de la vida que no contribuya a su incesante y continua reproducción". Así, esta sociedad, alcanza los vínculos humanos y los tiñe con representaciones consumistas asociadas al trabajo y la diversión, el placer y las penas, la socialización y el aislamiento. El sentirse libre resulta, entonces, de un precario equilibrio entre "recortar la imaginación y el deseo" por un lado y/o "ampliar la capacidad de acción" por el otro. Lo cierto es que esta "libertad dentro de la jaula" tiene sus hiatos, dada la inequidad para el acceso a los objetos que completan los vacíos del "compro, luego existo". Estos espacios constituyen parte del tema presente, en tanto y en cuanto son aprovechados por una oferta de sustancias psicoactivas que, desde la química, propone modificar el estado de ánimo y el comportamiento de las personas por aparte de las situaciones que lo determinan.

Desafortunadamente en este punto, quizás, deba reconocerse que el mundo de los intereses de los tóxicos legales e ilegales ha llevado una ventaja sobre algunos de los esfuerzos preventivos que se han realizado. Estos sectores han sabido, desde el principio, que el tema tiene que ver con sociedades y vacíos culturales antes que con problemas individuales y daños farmacológicos.

El mensaje del consumismo es relativamente simple, propone neutralizar (temporalmente) la tensión personal mediante la desatención de las señales del campo emocional y actuar, compulsivamente, con prescindencia de la evaluación crítica de necesidades y consumos. Un imaginario poderoso impone la lógica de los objetos sobre las personas tanto en el campo del trabajo como fuera de él. "Nunca mas vas a saber si te quieren por lo que sos" dice la leyenda sobreimpresa sobre la imagen del auto que se vende. Una publicidad humorística quizás para un adulto educado, una verdad a medias para un adolescente que se inicia.

A la hora de examinar el papel del alcohol, como sustancia paradigmática de este tema, surge la relevancia de comenzar por considerarlo en el campo del trabajo. Sin embargo, para esto, es necesario diferenciar la existencia de un imaginario del alcohol en el trabajo en general, de otro que está ligado a las condiciones y medio ambiente donde éste se lleva a cabo (CYMAT). Asumir el trabajo como una categoría "natural" implica el desconocimiento de aquellas circunstancias que, de último, son las que definen la tarea de producir un bien o realizar un servicio.

Y, si de lo que se trata es de la problemática del abuso de alcohol, esto requiere necesariamente ir más allá de la patología individual para indagar acerca de la producción de tensiones en una CYMAT determinada.

Experiencias de campo en estas materias han señalado que la legitimación del consumo silencioso de sustancias que actúan sobre el SNC puede mantener relaciones con el acomodamiento a una condición de trabajo con una carga física o mental excesiva. En especial cuando los grupos han dado una aprobación tácita a que la variable de ajuste sea la persona.

El alcohol no ha sido una excepción a estas condiciones sino, más bien, su paradigma. Condiciones laborales sustentadas por un lado en un suplemento económico que propone compensar la desventaja, por otro en una representación que justifica el uso "remedial" de la bebida, normalizándola: "Gente fuerte, hombres habituados a esos trabajos y a la bebida que el cuerpo les pide".

A principios de los noventa Cristophe Dejour analizaba el papel de las bebidas alcohólicas en trabajos con riesgo físico. "El alcohol ansiolítico, antidepresivo, excitante y desinhibidor es un medicamento que se esconde, un medicamento que guarda el secreto: y el secreto es el miedo". Dado que tal ajuste farmacológico induce a la modificación de las señales de advertencia del individuo, la condición de trabajo permanece intacta.

Mientras tanto, la continuidad de la tarea queda resguardada por el proceso de reemplazo que se produce invisibilizado por la reasignación a otras tareas primero y por la separación al final. El sistema de representaciones sobre el alcoholapoya la idea de un medio inmutable.

(Algunas de las representaciones que hoy configuran el imaginario del uso de cocaína, dentro de los ámbitos estresantes de la especulación financiera, son herederas del imaginario del alcohol).

La sociedad define los tiempos y modos del trabajo y, también, los de la diversión y formación. Una mirada sobre la oferta cultural y tecnológica destinada a niños, niñas y jóvenes en la actualidad muestra los cambios de las últimas décadas. Entre otros, los de una escuela que comparte su influencia, con un formidable conjunto de fuerzas comunicacionales.

La llegada de la revolución mediática y su papel en la diseminación de herramientas para difundir ideas fue mirada inicialmente con optimismo. Sin embargo, hoy, el panorama se ha hecho menos claro y se ha comenzado a dudar sobre si lo que se esperaba, no ha resultado ser más una parte del problema que de la solución. La estrechez del enfoque lucrativo, que define lo que se puede ver o escuchar en los medios, restringe el mundo en lugar de ampliarlo y muestra la paradoja de una información que desinforma. La comunicación mediática suele dar como explicación de si misma, su papel como mostrador de una colección inagotable de productos que, por su mera adquisición, prometen lo que la escuela señalaba como resultado del esfuerzo y la superación. De esta forma el "fetichismo de la subjetividad" (Bauman), explica la dificultad para desenmascarar una identidad construida sobre las elecciones del consumo, entre ellas, las que responden a las bebidas alcohólicas.

La educación en la Argentina, durante buena parte del siglo pasado, propuso un modelo de identidad, basado en el esfuerzo, para imponerse a los obstáculos y las dificultades. La creencia de la recompensa en el futuro lo apuntaló, robustecida por una cultura narrativa que se basó en la resiliencia, sin nombrarla, como respuesta de la niñez frente a las dificultades. El diario de Ana Frank fue un legado ejemplar de una niña mirando, de manera crítica, hasta la más extrema de las dificultades. La historia de Marco Rossi, un niño inmigrante en la Argentina, fue un modelo de la persistencia tras un objetivo. El concepto de una niñez privilegiada se imponía, en la Argentina de esos días, como una promesa de protección frente a las vicisitudes del crecimiento. En los sesenta, Juanito Laguna, el personaje de Berni retratado cuando aprende a leer, es un mensaje que llega a la actualidad, casi como en una botella que trae el mar.

Hoy, es otra la Argentina y otras las narrativas que se instalan desde la cultura mediática. La narrativa de un joven huérfano que vive acosado por el maltrato y la crueldad familiar define la historia del adolescente inglés Harry Potter. La salida será el escape a un mundo alternativo y un nuevo papel para si mismo dentro de él. El andén 9y¾ por donde se escurre la desdicha de Harry guarda similitudes (reconocidas por Rowling) con la puerta del ropero de Lewis por donde, de manera similar, escapan también otras penurias, la de los niños amenazados por la guerra.

Hoy, frente a las situaciones de adversidad que plantea la vida actual, las narrativas masivas señalan el escape como solución y, para concretarlo, está la virtualidad que sustituye la acción y la personificación en los objetos de los deseos más hondos. Es frecuente que la comercialización de las bebidas alcohólicas participe de ambos, en su calidad de prótesis para los vínculos sociales.

Los ámbitos de diversión y esparcimiento juvenil son espacios de disputa territorial donde se definen reglas estrictas para la competencia. El aislamiento, la humillación o el ridículo castigan un mal desempeño social. Los jóvenes deben calificar para ingresar a un lugar de baile por su aspecto y

vestuario y, además, deberán responder cuando logren entrar a un guión social sobre lo que debe hacerse, con quién y durante cuánto tiempo.

La relación entre las exigencias sociales que establecen los grupos en la marcación de sus territorios (expresión de sus relaciones de dominio) es también parte de una autopercepción que incluye el "rendimiento" social esperable.

El ajuste personal implica con frecuencia una "emocionalidad producida" en la que el uso "remedial" del beber puede ser parte de esta construcción. Las propiedades del alcohol son una alternativa para el arreglo cosmético del estado de ánimo, la percepción o el comportamiento de acuerdo a la demanda del lugar. Esta forma de control social domestica entonces la conducta espontánea frente al ambiente y facilita soterrar la emocionalidad que naturalmente devendría de una situación de esta clase.

Dadas estas difíciles condiciones se piensa que las presiones que ejerce el consumo en general y, como caso particular, las bebidas alcohólicas requieren ser contestadas desde un pensamiento crítico y una maduración emocional que haga posible, incluso, ser un disidente.

Pero, lo cierto es que la capacidad de la escuela para formar un pensamiento capaz de cuestionar la presión del consumismo y comprender, contener y manejar libremente las emociones de la vida cotidiana es una tarea que no puede cumplir sola. Aún cuando la cultura que, como un aprendiz de brujo, alegremente instaló la frivolidad y el vacío, ahora desesperada le encargue el rescate.

Fortalecer a los niños, niñas y jóvenes con una mirada crítica frente a la comunicación social y una mejor comprensión y aceptación de sus emociones no es un contenido más en la curricula. No se sale de una hambruna con un refuerzo vitamínico. La tarea educativa es compleja y a largo plazo y, en función de esto, implica a una familia con participación concreta en el proceso educativo. Hay nuevos roles en la familia actual que deben ocuparse, porque son nuevos los problemas también. En este punto la escuela tiene mucho que liderar para habilitar esta participación. Por un lado, apoyando la tarea de los padres en desarrollar una mirada crítica de los hijos frente al consumismo y frente a la manipulación de sus emociones desde una sustancia, legal o ilegal. Por otro, habilitando un espacio formativo que los respete como protagonistas, también, de la comunidad educativa.

La cultura necesita hoy, un marco ético donde inscribir el enfrentamiento de la adversidad y una humanización de los caminos para la vinculación social de los jóvenes. La educación tiene la historia para participar en ambos.

1 Zygmunt Bauman- Modernidad liquida. Fondo de Cultura Económica. 2006. P 10

2 Heileen Barker. «The cage of Freedom and the Freedom of cage» en Hijos de la libertad. Ulrich Beck.Fondo de Cultura Económica. 1999.

3 Zygmunt Bauman- Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica. 2007. p 32.

4 Míguez, H. Uso de sustancias psicoactivas. Investigación social y prevención comunitaria. Ed.Paidos. pp 37-72. 1989.

5 Dejours Christophe. Trabajo y desgaste mental. Una contribución a la psicopatología del trabajo. Humanitas. Buenos Aires. 1992.

6 Rowling, J.K. Harry Potter y la piedra filosofal. España. 2001. Salamandra.

7 Clive Lewis. Las Crónicas de Narnia: El León, la bruja y el ropero.

8 Le Deux, J. El cerebro emocional. Buenos Aires. 1999. Planeta.

9 Miguez H. Estilos de vida y emocionalidad producida. AASM. 2008.