

Esta investigación trata del consumo de alcohol en adolescentes y las percepciones que ellos tienen del tema. Presenta un abordaje con profundidad y naturalidad. Brinda información relevante, además de conceptos teóricos del consumo a través de las vivencias de los adolescentes, basándose en el discurso libre y espontáneo de los investigados quienes actuaron discursivamente con libertad y responsabilidad sobre el tema.

**EL CONSUMO DE ALCOHOL DESDE LA
PERSPECTIVA DE LOS ADOLESCENTES PAILEÑOS**

¿SIGNIFICA TANTO EL ALCOHOL?

**JOSÉ REINELIO BORBOYES ORTEGA E INÉS
JOANNA POSSO VELEZ**

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO
HUMANO
FACULTAD DE HUMANIDADES
UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE – ZARZAL 2013

**EL CONSUMO DE ALCOHOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS
ADOLESCENTES PAILEÑOS**

¿SIGNIFICA TANTO EL ALCOHOL?

INÉS JOHANNA POSSO VÉLEZ

JOSÉ REINELIO BORBOYES

**TRABAJO DE GRADO EN LA MODALIDAD DE MONOGRAFÍA PRESENTADO
COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE TRABAJADORES
SOCIALES**

DIRECTORA: DIANA LORENA ARIAS CUELLAR

TRABAJADORA SOCIAL



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO

ZARZAL

2013

AGRADECIMIENTOS

Con este trabajo culmina una ardua pero fascinante travesía que duro seis años, seis años en los cuales nos formamos profesionalmente pero también personalmente, en los que lloramos, reímos, caímos pero nos volvimos a levantar con gran esfuerzo para poder ser lo que hoy somos: Trabajadores Sociales.

Primero agradecemos a Dios por colmarnos de fuerza y voluntad para nunca desistir de este proceso...

A nuestras familias quienes se convirtieron en nuestros compañeros de lucha y quienes nos apoyaron sin dudar cuando tomamos la decisión de ser Trabajadores sociales. Padres, hermanos (as), familiares, esposas e hijos gracias por nunca desfallecer a pesar de los obstáculos...

Gratitud a los docentes quienes siempre nos infundieron ánimos cuando nos vimos abatidos y sin fe y quienes además creyeron en nosotros, dando lo mejor de sí para que pudiéramos ser sus futuros colegas; un agradecimiento especial a la profe Diana Lorena por aceptar acompañarnos, por la paciencia, el esfuerzo, y la dedicación que tuvo para que este trabajo pudiera llevarse a cabo.

A nuestros amigos y amigas quienes nos hicieron caer en cuenta que nuestras vidas no solo deben girar en torno a estudio, libros o documentos, sino que también es necesario un espacio y tiempo para compartir y reír con nuestros seres amados.

A los chicos y chicas que hicieron parte de esta investigación, gracias por compartir sus experiencias, y particularmente a Kelly y Laura quienes aportaron el titulo y subtítulo de esta investigación, los cuales fueron escogidos entre varias propuestas de manera democráticamente por el grupo focal.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	5
Capítulo I	
1.1. Planteamiento del Problema	10
1.2. Reconstrucción Metodológica	20
1.3. Caracterización de los Adolescentes Paileños	25
1.4. Cuadro de Categorías De Análisis	26
Capítulo II	
Marco de Referencia Conceptual	28
2.1. Síntesis y Premisas del Interaccionismo Simbólico	29
2.2. Definición, Comprensión y Concepto de Historia	33
2.3. El Consumo de Alcohol en la Historia	34
2.4. Noción de Consumo en la Sociedad Moderna	36
2.5. Comprensión de Adolescencia	41
2.6. La Escuela y sus Tareas	50
2.7. Definición de Percepción	52
Capítulo III	61
3.1. Marco Contextual de la Paila Valle	62
Capítulo IV	
4.1. Hallazgos de la Investigación: Análisis de la Investigación	70
4.2. Una Mirada Hacia la Población Adolescente en el Corregimiento Paileño ¿Un Consumo Problemático?	73
4.2.1 Experiencias Familiares y Consumo de Alcohol	73

4.2.2 Experiencias Individuales	82
4.2.3 Experiencias Sociales	85
4.2.4. Transformaciones Históricas del Consumo de Alcohol: de la Aceptación a la Censura Social y Viceversa	88
4.2.5 Creencias en Torno al Consumo de Alcohol en el Contexto Paileño	90
4.2.6. El Riesgo Masculino y el Riesgo Femenino	98
4.2.7. Sentidos y Significados Del Consumo de Alcohol	100
4.2.8. El Consumo de Alcohol en los Adolescentes Paileños:	103
4.2.9. Características del Consumo de Alcohol: Un Elemento Recreativo y Ritualizado	106
4.2.10. Aportes Generales de la Investigación	112
4.2.11. Categorías Emergentes del Consumo en los Ciclos de Vida	117
4.2.12. Diferencia Entre el Saber y el Conocer Sobre el Consumo	119
Capítulo V	
5.1. Conclusiones Sobre la Percepción de Consumo	122
6. Bibliografía	131
7. Anexos	138
7.1. Evaluación	139
7.2. Matriz de Recolección de Datos	143
7.3. Formato de Preguntas Entrevista Semiestructurada	144
7.4. Tarjeta de Invitación para el Grupo Focal	146
7.5. Fotos: Grupo Focal.	146

INTRODUCCION

Antes de iniciar esta introducción, se resalta que para esta investigación, fue necesario desenmarcar y reenmarcar la percepción del consumo de alcohol, que tenían los investigadores, porque solo lo concebían como problemático y esto desvirtuaba todo intento en el abordaje, por la carga subjetiva que esto aportaba, es decir, concebirlo desde la visión “problema”, no permitía ahondar en su historia y comprender cómo esta práctica que es cuestionada para un grupo en específico (adolescentes), al mismo tiempo hace parte de las relaciones sociales y de la vida humana.

El consumo de alcohol en adolescentes es un tema relevante para la investigación porque las percepciones de ellos difieren a la de sus padres y/o familiares, por lo tanto a través de esta investigación se tratará de abordar el tema con profundidad, naturalidad y en forma detallada. Esta investigación presentará información que brindará conceptos teóricos desde la misma, sobre el consumo y la percepción del tema, a través de las vivencias de los adolescentes, basándose en el discurso espontaneo de los investigados, quienes actuaron discursivamente con libertad sobre el tema, el cual abarcara las normas, practicas, vivencias, símbolos y experiencias entre otras, que permitan evidenciar la percepción que tienen los adolescentes sobre el consumo de alcohol.

Los cambios sociales derivados de la modernidad nos dan un referente del mundo que hoy avanza con mayor rapidez, la revolución de los medios de comunicación y las tecnologías han contribuido a este proceso y frente a este panorama, prácticas como el consumo de alcohol se expresan con mayor intensidad llegando a convertir en una pauta designada socialmente como normal en la que no hay motivo para encender las alarmas.

Esta situación social manifiesta es lo que motiva la investigación sobre el tema, y aun más cuando se pregunta por los adolescentes quienes se convierten en protagonistas directos de esta práctica. Poder leer el contexto en que los adolescentes se encuentran insertos (corregimiento La Paila) y analizar cómo es percibida esta práctica desde su propia visión son hechos que evidencian la

necesidad de continuar en la búsqueda de posibles estrategias que permitan atender las necesidades de la población adolescente y orientarlos hacia la construcción de proyectos de vida viables.

Si nos damos la tarea de mirar hacia atrás nos percataremos que la práctica de consumir alcohol es como lo denota Muñoz (2010) un acto social que refleja en cierto modo la personalidad de una cultura, pero contrariamente así sea legitimado, socialmente y culturalmente es censurado y esta censura es lo que propicia la producción y el consumo de productos clandestinos generalmente mucho más nocivos, una realidad palpable que no solo se expresa en los adultos, sino también en adolescentes y niños, de allí que para los investigadores es muy interesante e inquietante, comprender y conocer cómo se constituye ese proceso de percepción en los adolescentes y de este modo no caer en prejuicios o en determinismos, las realidades sociales se construyen a través de las interacciones diarias y de la experiencia vivida. Es por esto que se planteó la siguiente pregunta de investigación *¿Cuál es la percepción sobre el consumo de alcohol?*

La Paila es uno de los corregimientos del Municipio de Zarzal que más está permeado por el consumo de alcohol y esta particularidad le ha otorgado un reconocimiento e identificado como la más alegre y “rumbera” Para sus habitantes esta cualidad adquiere un significado importante porque los distingue pero también consolida su sentido de pertenencia.

“La paila es muy rumbera, por ejemplo: si vienen cantantes se emborrachan de ahí siguen hasta el otro día, si es festivo siguen el festivo, si hay un negocio abierto siguen tomando porque la gente ya está acostumbrada a cada 8 días tomar” (Hombre, grupo focal)

“hace una semana un amigo me pregunto ¿cómo es que le dicen a la Paila? Que Juanchito del Norte. Andábamos con otro y dijo ve cómo es que se llama esto acá Y le dije la Paila, A mi me dijeron que le dicen Juanchito del norte y verdad que se toma mucho acá? (...) (Hombre, grupo focal)

La dinámica de consumo que vivimos en la actualidad y esos significados en torno al consumo de alcohol que han construido los principales actores de esta problemática, son elementos que permiten ver que este fenómeno es consecuente

y reproductivo en un contexto enmarcado por un legado cultural, siendo la práctica del “beber” parte de las actividades cotidianas.

El consumir alcohol es un comportamiento complejo que está influenciado por variedad de factores económicos, sociales, políticos y culturales, pero también es un comportamiento que ha sido condicionado y definido por las normas de género. Dependiendo de la época histórica, el contexto social y las modalidades prevalentes de consumo, las reglamentaciones en torno a los usos del alcohol de acuerdo a los sexos han ido variando y aunque ha sido una práctica culturalmente exclusiva para hombres ahora ha pasado a ser adoptada indiscriminadamente por las mujeres y extendiéndose también por todos los estratos.

Por tal razón, informar sobre lo que hay detrás del consumo no es suficiente hay que crear otras estrategias para llegar a intervenirlo y más cuando cada día los productos están libremente disponibles, agresivamente comercializados, y cambian el pensamiento, volviendo su autocontrol casi que imposible.

Es así como este documento está compuesto por seis capítulos divididos de la siguiente manera:

- **RECONSTRUCCIÓN METODOLOGÍCA:** Este capítulo condensa, los antecedentes, justificación y la pregunta inicial la cual orientó la investigación, los métodos y técnicas que fueron empleados para la recolección de los datos, contiene el nivel de la investigación y el proceso de elaboración de la muestra representativa.
- **MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO –CONCEPTUAL:** Aquí se presenta a manera general los antecedentes históricos que se tuvieron en cuenta para la investigación, contiene además el sustento teórico que le dio coherencia al estudio partiendo de los distintos supuestos de la percepción, los cuales permitieron comprender el fenómeno desde una mirada antropológica y de igual manera se expone los conceptos que permitieron la comprensión y el análisis de los resultados de la investigación, tales como consumo de alcohol, adolescencia y contexto escolar.

- **MARCO DE REFERENCIA CONTEXTUAL:** Permite conocer el contexto Paileño en sus grandes dimensiones: económicas, sociales, demográficas y culturales, distinguiendo además el perfil de los adolescentes que participaron de la investigación.
- **HALLAZGOS DE LA INVESTIGACION:** Este capítulo refiere al análisis y descripción de la información recolectada, teniendo en cuenta los objetivos específicos trazados. Este capítulo se divide en 3 apartados:
- **UNA MIRADA HACIA LA POBLACION ADOLESCENTE EN EL CORREGIMIENTO PAILEÑO, ¿UN CONSUMO PROBLEMATIZADO?:** este capítulo contempla en primer lugar, las experiencias o antecedentes de consumo a nivel familiar, individual, social y escolar y en segundo lugar, el establecimiento de normas tanto familiar como social frente al consumo.
- **LAS TRANSFORMACIONES HISTORICAS DEL CONSUMO DE ALCOHOL: DE LA ACEPTACIÓN A LA CENSURA SOCIAL Y VICEVERSA:** aquí se describe y analiza las principales prácticas o experiencias realizadas antes, durante y después del consumo, personas, sitios mayormente frecuentados, motivaciones y valoraciones atribuidas a este accionar constante y repetitivo.
- **SENTIDOS, SIGNIFICADOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL:** Este capítulo recobra el sentido que le otorgan los adolescentes a sus experiencias con el consumo del alcohol.

Finalmente se expone las conclusiones a las que se llegó después de desarrollada la investigación y por último se plasma una reflexión sobre el fenómeno estudiado desde el Trabajo Social, esto con la finalidad de seguir aportando elementos que permitan no solo construir conocimiento, sino también intervenirlo siguiendo la rigurosidad académica requerida.

Sabemos que la realidad es cambiante y compleja por tal razón hacemos un llamado para que se continúe investigando y debatiendo sobre esta problemática, porque a veces se cae en el error de contemplarla como una especie de verdad absoluta, en la que todo se ha dicho y no hay espacio para algo nuevo; de esta

manera se espera que los resultados puedan ser cuestionados o complementados desde las comunidades científicas superando así perspectivas reduccionistas.

CAPITULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Hablar de consumo de alcohol hoy puede resultar tedioso y tal vez algo tan común que ya no causa un interés para investigar, sin embargo, algunas conclusiones ofrecidas por estudios realizados sobre el tema plantean nuevas preguntas y problemas de investigación que muestran la necesidad de continuar con la búsqueda de alternativas y más aún cuando estamos inmersos en unas complejas dinámicas sociales, económicas, políticas y culturales que exigen cada vez hacer nuevas lecturas sobre los fenómenos sociales y plantear propuestas, metodologías y pedagogías que sean acordes con las necesidades y las realidades de los sujetos. Por eso de cierto modo se ha tratado de crear estrategias y políticas que permitan mitigar el consumo, mitigar porque no podemos pretender eliminar una práctica que ha sido socialmente aceptada y que además si revisamos su historia ha estado ligada al desarrollo de las sociedades, a través de los procesos socio- históricos y culturales, que en sus inicios plantearon un consumo mítico y religioso entre otros, y ahora en la actualidad se plantea a través de un sistema de mercado que fortalece un sistema económico.

Los medios de comunicación habitualmente nos están recordando e incitando al consumo de alcohol y esto incide de manera permanente y directa en la conducta de los adolescentes y jóvenes quienes lo convierten en un mecanismo importante para vivir experiencias propias de su edad y del grupo de pares con el que se relacionan, adquiriendo un mayor sentido en la utilización del tiempo libre y las actividades desarrolladas en torno al ocio y la diversión (Ponds y Berjano, 1999).

Pues bien, sobre el consumo de alcohol hay innumerables estudios, algunos de ellos muestran cómo el consumo de alcohol y de otras sustancias denominadas psicoactivas ha ido teniendo significados y usos distintos a lo largo de la historia; y esto resulta importante referenciar para poder comprender, porqué este fenómeno cobra tanta relevancia para la sociedad actual pasando, a convertirse en una de las mayores problemáticas que está incidiendo en el bienestar y la calidad de vida especialmente de los jóvenes.

Para comprender por qué el consumo del alcohol se ha convertido en objeto de estudio para las sociedades actuales especialmente por su conexión con la

categoría adolescencia, es necesario esbozar de manera sintética y desde una perspectiva antropológica la historia de su uso en la humanidad.

Como bien lo señalan los estudios, el empleo de las bebidas alcohólicas se han constituido en elementos que cumplen una función social en el desarrollo de una sociedad determinada por los procesos sedentarios y la industrialización; como ejemplo algunos historiadores destacan que la producción de bebidas como el vino se convirtió en un factor trascendental que conduciría a la humanidad a la vida sedentaria, pues si bien, para que el cultivo de la vid se pudiera producir era necesario que los seres humanos permanecieran sobre el terreno varios años (Ponds y Berjano 1999: 19).

Desde el momento en que el hombre descubre el proceso de fermentación de ciertos líquidos azucarados procedentes de algunos granos y frutos, aparecen las bebidas alcohólicas llevando a las distintas sociedades a crear técnicas artesanales (procesos de destilación) para extraer los líquidos y darle un significado social.

En este sentido, se logra apreciar que la utilización de las bebidas alcohólicas en la antigüedad tenía un sentido mítico, como medio de trascender lo humano y alcanzar la unión con la divinidad, (Escotado, 1998) sentido que va cambiando a medida que pasamos a sociedades industrializadas caracterizadas por una producción en serie, por el individualismo, por la pérdida de valores asociadas a factores de tensión y competitividad, entre otros procesos, que ahora tal vez se convierte en un instrumento para el ocio y como medio de socialización para los grupos juveniles.

A partir del siglo XIX, la práctica científica de la medicina dirige su mirada hacia los efectos del alcohol, allí los estudios clínicos realizados en pro de las afectaciones del consumo perfilan el cuadro clínico y la base patológica del abuso del alcohol, comenzándose a hablar de que el consumo habitual y continuo de bebidas alcohólicas afectaban el hígado y producía disfunciones mentales; esto indudablemente da apertura para que se empiece a ver el alcoholismo como un problema social.

Aquí se puede referenciar el estudio realizado por Mazzotti (2010) “Las drogas, sus implicaciones culturales, políticas y económicas” en el que explica cómo el uso indiscriminado de las sustancias psicoactivas (entre ellas el alcohol) surge con el desarrollo de las sociedades de consumo y parte de la cultura capitalista donde la dependencia al consumo puede interpretarse antropológicamente como un intento de resolución de las tensiones y de las paradojas ligadas al ejercicio de la libertad moderna, como fuente a la vez de creación y de alienación para el individuo; además puntualiza que el lugar que una sociedad concede a las drogas, la percepción que tiene de ellas y la manera como toleran algunas y excluye a otras, se debe primero a su propio funcionamiento y a la manera como se representa como sociedad.

Dentro de esta misma línea de acercamiento se destacan los estudios de Ponds y Berjano (1999) *“el consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: Un modelo explicativo desde la psicología social”*, que hace una delimitación histórico-cultural del consumo de alcohol mencionando que este se ha convertido en una sustancia ampliamente utilizada y con una aceptación social, presente en casi todos los rituales sociales vinculados a la cultura occidental, pretendiendo a la vez establecer las relaciones entre el consumo de alcohol en los adolescentes con una serie de variables que consideraron explicativas del mismo que fueron: la socialización familiar, valores, actitudes, nivel de información y consumo en grupos de influencia.

Así mismo al revisar un artículo elaborado por Zuluaga (2010) titulado: *“Consumo de alcohol en jóvenes universitarios: conocer más para prevenir mejor”* revela que la dificultad de socializar sin licor muchas veces se deriva del propio ambiente familiar que con expresiones como: “Tómese unito, y varias personas encima de la persona” o con acciones como: “los padres les ofrecen vinitos a los niños”, lo que permite argumentar, cómo estas sustancias se convierten en dispositivos integradores y de inclusión social, a partir de este las personas le encuentran sentido a sus actividades de ocio o a ciertos momentos de la vida.

Por otro lado, es importante referenciar las investigaciones que se han centrado en analizar los factores de riesgo y de protección en relación al consumo de alcohol, porque permite plantear acciones que conduzcan a la promoción de prácticas dirigidas a un bienestar, para esto se tuvo en cuenta los estudios de Herrán y Ardila (2005), *“Consumo de alcohol, riesgo de alcoholismo y alcoholismo en Bucaramanga”* y el de Salamó, Gras y Font (2010) *“Patrones de consumo de alcohol en la adolescencia”*

También es pertinente enunciar los estudios sobre las implicaciones que trae para la salud el hacer un uso excesivo de este tipo de sustancias entre ellos: problemas cardiovasculares, cáncer, violencia intrafamiliar, mortalidad por accidentes de vehículo automotor, suicidio, problemas interpersonales, entre otras, porque permite argumentar que el consumo de alcohol es una práctica social que encierra una contradicción, pues es aceptada y a la vez juzgada por generar este tipo de afectaciones; aquí se destaca la investigación de Fernández y Landa (2001) *“Comorbilidad del alcoholismo con los trastornos de personalidad”*

Por último, es importante referenciar las investigaciones realizadas a nivel local entre ellas: la de Prado y Valencia (2011) *“Juventud Zarzaleña: Dinámicas de vida, bienestar y participación”* y la de Osorio y Bermúdez (2012) *“Spa: tabú, mitos y realidades en el contexto Zarzaleño”*, porque son estudios que han hecho el intento por conocer cómo perciben los jóvenes el consumo de drogas catalogándola como una problemática que los afecta en mayor medida. La primera destaca que el licor es una sustancia que comúnmente no es reconocida como psicoactiva, pero que su consumo en grandes proporciones y de forma regular puede alterar los estados de la conciencia, de ánimo y pensamiento generando altos niveles de dependencia; una amplia cantidad de jóvenes (71,6%) consume licor, del cual el mayor porcentaje (65%) oscila entre los 14 y 17 años.

La segunda brinda mayores elementos explicativos al tema en cuestión, primero porque problematiza no solo el uso de las sustancias ilícitas (marihuana, cocaína, bazuco, etc.) sino también las sustancias lícitas como el caso del alcohol y el tabaco/cigarrillo que al verlas desde el punto de vista objetivo no contienen

diferenciación alguna. Los investigadores llegan a reconocer que la representación social atribuida a cada una de ellas, primero, es producto de las relaciones humanas y al contexto en particular y segundo, se argumenta que este tipo de fenómenos son el resultado de dinámicas complejas, destacando entre ellas la dinámica del consumo.

En este orden de ideas, Osorio y Bermúdez (2012) explican ampliamente cómo este (el consumo) se ha convertido en un estilo de vida promovido por un sistema capitalista, en el cual se encuentra instalado un sistema de poder que se encarga de impulsarlo e imponerlo como orden social. (Bauman, 2007); además añaden cómo ese modelo consumista responde a unos intereses elitistas de actores involucrados en la vida política de las Naciones, especialmente de las llamadas potencias, que mediadas por los intereses económicos interfieren en las dinámicas propias de países como Colombia, a partir de estrategias que se implementan y terminan incidiendo en micro sociedades, afectando todos los niveles de la vida social de las personas.

Con lo anterior se puede inferir que el consumo de sustancias especialmente del alcohol corresponde a una lógica mercantil y económica que estandariza y legitima el consumo de alcohol, hasta el punto de considerarlo como algo “natural”, y más porque con su comercialización se destina una cierta cantidad de recursos económicos para el sistema de salud, otro aspecto que justifica abiertamente su aprobación y su papel en las dinámicas sociales.

El artículo escrito por Sergio Silva (2012) en el diario el espectador señala que a nivel mundial las estadísticas demuestran que Colombia es el tercer país en presentar un consumo elevado. Según información obtenida del diario el espectador se demuestra que aunque el consumo de alcohol en Colombia no supera el de Europa o países como Canadá y Estados Unidos, en Sudamérica es una de las naciones donde más se ingieren estas bebidas: 6,3 litros de alcohol anuales por persona; además agrega que en el consumo en el país sólo es superada por Venezuela, donde el consumo per cápita es 8,9 litros al año, y Brasil, donde es de 6,9 litros.

También se expone en el artículo un reciente estudio realizado en el año 2012 por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) con sede en Costa Rica sobre Patrones de Consumo y Consumo nocivo de Alcohol en Colombia, donde revela que uno de los principales problemas del consumo de alcohol en el país son los altos índices de consumo en jóvenes adultos (Silva, 2012); por lo tanto estos datos nos muestran que el consumo de alcohol se convierte en un aspecto de preocupación frente al cual hay que generar propuestas innovadoras para brindar una atención y orientación pertinente.

Se aprecia que el consumo de alcohol ha cobrado un mayor auge específicamente en los adolescentes, representando una problemática acuciante y con serias implicaciones sobre el bienestar de la población, la salud pública, la convivencia ciudadana, la seguridad y el futuro de las nuevas generaciones; planteándose al mismo tiempo en un reto en materia de gobierno, políticas e inversión pública, responsabilidad social y gestión institucional. (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2008).

La mayor prevalencia de consumo de alcohol en el país se registra entre los jóvenes de 18 a 24 años (46%), seguidos por los adultos jóvenes de 25 a 34 años (43%). Los mayores porcentajes de consumidores de riesgo o perjudicial se encuentran en estos mismos grupos de edad, con casi 673 mil jóvenes de 18 a 24 años, equivalentes a 19% de la población total en esa franja, y 645 mil personas de 25 a 34 años, cifra que representa el 15% de toda la población en esa franja. (Ministerio de la Protección Social y Universidad Nacional de Colombia, 2012: 4)

Por tal razón, el país ha hecho esfuerzos para contrarrestar la problemática del consumo nocivo de alcohol; particularmente en el marco de la Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas (PNRCSPA) y su Impacto, en ejecución desde el año 2007, la cual tiene tres propósitos estratégicos: reducir la vulnerabilidad al consumo, reducir el impacto del consumo y crear capacidad de respuesta frente al consumo y sus consecuencias. La política

comprende cuatro ejes: prevención, mitigación, superación y construcción de capacidad¹.

A modo de síntesis, desde la lectura de las aproximaciones al estado del arte sobre jóvenes y consumo de alcohol se logra identificar que se ha hecho una construcción “negativa” sobre el mismo, precisamente porque es asociado a situaciones o experiencias que han afectado y marcado la vida del sujeto especialmente de aquellos que han hecho uso excesivo del mismo, pero también se destaca que el consumo de alcohol se convierte en un vehículo importante para la exploración del mundo social de los adolescentes y jóvenes. Por lo tanto, al convertirse el consumo de alcohol en algo vital para este grupo etéreo, su uso empieza a ser muy recurrente y esta práctica tangible conlleva a que se tengan significados, percepciones o ideas de que los adolescentes y jóvenes están siendo susceptibles al riesgo.

Situaciones como la planteada en el párrafo anterior nos posiciona entonces en el corregimiento de la Paila, contexto en el que se ha notado que dicha práctica se ha tornado habitual para los adolescentes quienes la conciben como un producto cultural, el cual se ven destinados a reproducirla:

“En la Paila rumbean mucho, toman mucho, entonces pues uno como viendo todo ese entorno, pues uno se entusiasma, y tiende a asociarse”(Hombre, grupo focal)

Es allí donde la investigación **percepciones de los adolescentes Paileños sobre el consumo de alcohol** resulta relevante, porque permite dar a conocer el significado que han construido a cerca del consumo de alcohol, para así, llegar a formular propuestas de carácter preventivo que nos acerque a este fenómeno social de manera más asertiva.

¹Con el eje de **prevención** se busca reducir la vulnerabilidad al consumo de SPA lícitas, ilícitas y de control especial interviniendo de manera integrada los factores macro sociales, micro sociales y personales más predictivos del consumo (PNRCSPA, 2007), el de **Mitigación** pretende mitigar el impacto negativo del consumo reduciendo la vulnerabilidad de individuos, familias y comunidades a sufrir riesgos y daños continuos evitables y prevenibles (PNRCSPA, 2007, 2008), el eje de **superación de la dependencia** refiere a reducir el impacto del consumo ofreciendo medios (información, servicios, asistencia y apoyo) oportunos e integrales a individuos, familias y comunidades (PNRCSPA, 2007) y por último el eje de **construcción de capacidad de respuesta** con el que se busca crear capacidad para que el país y las entidades territoriales mejoren la calidad y oportunidad de su respuesta frente al consumo y sus consecuencias (PNRCSPA, 2007).

Teniendo en cuenta a nivel general los referentes del uso del alcohol de tipo histórico, antropológico y científico, se logra identificar diversas variables que deben ser tenidas en cuenta en contextos específicos, que dan cuenta de realidades que son producto de la conexión de intersubjetividades y que representan insumos para continuar ahondando en esta situación específicamente con este sector poblacional, siendo conscientes del papel que tiene el consumo de alcohol en esa etapa del ciclo vital se convierte en tema de inquietud por los distintos sectores sociales desde el Estado, las familias y demás instancias sociales.

Por otra parte, la percepción es el punto de partida para el conocimiento y estudiarla posibilita dilucidar los contenidos, significados que los adolescentes han construido con relación al consumo de alcohol; esto de cierta manera permitirá superar estigmas y estereotipos de los adolescentes asociados a la idea de sujetos de riesgo (como víctimas y victimarios de la violencia, débiles), para concebirlos como actores protagónicos de su propio desarrollo.

Además para las familias es importante que conozcan las formas como los adolescentes perciben y dan sentido a su realidad social, lo que les permite construir no solo relaciones más sólidas, sino también brindarles herramientas que los conduzcan al fortalecimiento de la toma de decisiones y así prepararlos para que puedan enfrentar las exigencias del mundo social.

Para el ejercicio profesional del Trabajo Social es relevante seguir contribuyendo a estos estudios y más sobre los procesos de intervención; si bien, la realidad está en constante cambio obligando a estar innovando y creando dispositivos que permitan la investigación y la reflexión ajustadas a las demandas de cada contexto particular.

Sobre la base de las consideraciones anteriores se plantea el interés de continuar realizando estudios que permitan aportar nuevos elementos para la comprensión del consumo en los jóvenes, partimos por comprender que el consumo de drogas (alcohol) ha dejado de ser un acto culturalmente integrado a determinadas prácticas como se enunciaba en párrafos atrás pasando a ser:

Una conducta promovida por potentes intereses económicos, y dinámicas sociales, totalmente ajenas a los intereses vitales de la mayoría de personas. Por lo tanto, el uso de drogas ya no es un acto de libertad, sino casi siempre de claudicación o sometimiento a la dinámica del consumo, a las exigencias de un mercado implacable regido por el único valor admitido, la rentabilidad. Y en esta dinámica perversa, los sectores de población más vulnerables de nuestra sociedad (niños, jóvenes, mujeres, y específicamente diversos grupos de población sometidos a situaciones de riesgo) son los que resultan más perjudicados (Larriba, Duran y Suelves, 2006.).

Si bien, apoyándonos en los referentes anteriores, se llega a insinuar que el uso de alcohol conserva varios matices: por un lado se continúa con el reconocimiento del sentido mítico especialmente -se podría decir- para un grupo privilegiado (sacerdotes, chamanes y demás), también de aprobación y reconocimiento social, o integración social; por otro lado ha pasado a ser signado como una enfermedad y en lo que concierne a la población adolescente se ha convertido en un acto o en una práctica social en la que están siendo los principales protagonistas y este aspecto es lo que genera un gran interés respecto las percepciones que tienen los mismos sobre esta práctica.

Es cierto que se han realizado algunas investigaciones sobre esta compleja dinámica en el Municipio, pero no desde la subjetividad de los actores implicados, ni tampoco se observa estudios que develen su relación con el entorno socio-familiar respecto a la construcción del sistema de creencias de los adolescentes y cómo estos ha influido para que reconstruyan y emitan un concepto en torno al consumo; por lo tanto este aspecto marca una diferencia de las otras investigaciones que se han realizado en el corregimiento de la Paila, Valle.

En las investigaciones abordadas para construir el estado de la cuestión, se encontró una alta información del consumo sobre la edad de inicio, las causas y sus consecuencias, pero no se encontró una profundización a nivel subjetivo y la relación del sujeto frente al consumo, es decir que se resalta la edad de consumo pero no la relación del sujeto con el mismo; por lo tanto esta investigación profundizo en lo subjetivo para evidenciar que si los índices de consumo son importantes, toma relevancia la relación que se establece con él, especialmente si este se presenta a temprana edad.

La importancia de esta investigación radica, entre otras, en poder comprender la percepción de los jóvenes sobre el consumo de alcohol al evidenciarse en ellos el consumo inicial, según los estudios observados, por lo tanto los adolescentes se convierten en un gran potencial para develar a profundidad unos aspectos relacionados con los imaginarios colectivos y las construcciones particulares respecto a este fenómeno que pueden fomentar ó generar conductas de aprobación o desaprobación hacia las percepciones del consumo de alcohol.

Para esta investigación la institución Educativa Antonio Nariño es un escenario predominante porque allí se concentra mayoritariamente la población adolescente, al ser el único colegio público del sector al que tienen acceso gran parte de los adolescentes Paileños. Se puede destacar que estos adolescentes son significativos porque como se mencionó antes, ellos están al inicio de un proceso de consumo y además por la etapa de emancipación que atraviesan develará la historia, la simbología, los principios y valores con los que construyeron su estructura en torno a la población que es caracterizada como una “de las más rumberas” y de alto consumo de alcohol, aspecto que conduce al siguiente interrogante:

¿Cuáles son las percepciones del consumo de alcohol que tienen los estudiantes de los grados 11-1 y 11-2, de la Institución Educativa Antonio Nariño de la Paila, Zarzal Valle, 2013?

1.2. RECONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA

El interés de la investigación se centró en conocer como está siendo percibido es decir, significado y comprendido el consumo de alcohol, principalmente en La Paila, corregimiento perteneciente al Municipio de Zarzal Valle, dando así la posibilidad de mostrar la postura que tienen los adolescentes quienes se convierten en actores directos de dicha práctica.

El investigar sobre las percepciones del consumo de alcohol permite acercarnos a la realidad social de los adolescentes quienes lo emplean como un elemento significativo que hace parte de las vivencias propias del ciclo vital que atraviesan y al considerarlo de ese modo hace que por lo general el consumo sea elevado, lo

que lleva a catalogarse después en un equivalente de riesgo por la sociedad; además posibilita tener la contramirada de la problemática, facilitando la visibilización de las múltiples posturas que se tienen frente a la misma.

La presente investigación parte del planteamiento de la siguiente pregunta ¿Cuáles son las percepciones del consumo de alcohol que tienen los estudiantes de los grados 11 de la Institución Educativa Antonio Nariño de la Paila, Valle?

Siendo esta la formulación del problema de investigación se pretende como objetivo general: Describir las percepciones de consumo de alcohol que tienen los estudiantes de los grados 11 de la Institución Educativa Antonio Nariño de la Paila, Valle, durante el año lectivo 2013, para el logro de este objetivo se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las **experiencias** que han tenido los adolescentes con relación al consumo de alcohol, en el entorno familiar, en el contexto social y en el contexto escolar.
- Explorar el **sistema de creencias** transmitidos desde la escuela, la familia, el grupo de pares y los medios de comunicación con relación al consumo de alcohol.
- Reconocer los **significados** que han construido los adolescentes alrededor del consumo de alcohol.

El nivel de profundidad del estudio es descriptivo, debido a que esta pretendió registrar e interpretar las vivencias, experiencias e interacciones sociales que los adolescentes tuvieron y tienen con el consumo del alcohol y desde luego poder conocer esos significados que han construido en torno al mismo.

La temporalidad del presente estudio es de tipo sincrónico; porque se parte de estudiar la problemática en el aquí y en el ahora, es decir, lo que busca es conocer la actual percepción que han construido los adolescentes, reconociendo que esa construcción es producto de un proceso histórico, de experiencias, pérdidas, duelos y coyunturas vividas en el tiempo, que condensadas como orden

de sentido permiten dar su interpretación vigente de esta práctica tangible que hace ya parte de una cotidianidad.

Esta investigación se planteó y se realizó bajo el método cualitativo, que permite comprender que las relaciones sociales y las interacciones se develan abordando a los que las viven, sienten y la pueden transmitir tal cual la conocen, para este caso fueron los adolescentes quienes tuvieron la voluntad y el interés de hacer parte de este estudio y por consiguiente de aportar a un conocimiento mediante la reivindicación de sus experiencias particulares y de sus subjetividad.

Es relevante destacar en la investigación cualitativa la relación cara a cara que se puede establecer en la población a investigar, la cual permitió de manera directa la recolección de los datos para la investigación, la cual según Webber (1964) “los rasgos distintivos de las relaciones sociales que constituyen una sociedad solo pueden hacerse inteligibles, cuando se logra comprender los aspectos subjetivos de las actividades interpersonales de los miembros que constituyen esa sociedad”.

El enfoque metodológico tiene como sustento el interaccionismo simbólico, el cual permite captar el conocimiento que reside en las relaciones interpersonales y las interpretaciones personales que se le dan a los fenómenos, entendiendo que la similitud de las personas o las relaciones entre pares, también facilita una comprensión más espontánea de las vivencias. Se evidencian las formas de relación que se tejen en un contexto determinado frente a un fenómeno en particular, como lo es el caso de la dinámica del consumo de alcohol en los jóvenes del corregimiento de la Paila.

Este enfoque se centra en las simbologías que se dan en las interacciones, las cuales permiten la construcción de una realidad inmediata de un contexto determinado y con base en la historia de las persona en particular, esta realidad también permite elaborar procesos permanentes dotados de sentidos y significados para las relaciones sociales; por lo tanto es importante para la investigación del consumo de alcohol en la Paila en adolescentes estudiantes el reconocimiento de esas simbologías intersubjetivas, la presencia de significados y

la manera de interpretar la información brindada por el contexto en torno al consumo.

Se destaca que el desarrollo de la vida está ligado a la manera de comunicarse y el sentido que se le da a esta comunicación, la cual se puede presentar por medio de diálogo, símbolos y significados, los cuales se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo generado por los adolescentes al enfrentarse con las cosas que va encontrando a su paso; en este orden de ideas la realidad social se va transformando de acuerdo a la interpretación constante de las vivencias las cuales se asocian y relaciones con las experiencias y por ende se le atribuye a lo nuevo conocido una interpretación personal y con afinidad al estilo de vida de la persona y de acuerdo a un contexto determinado.

En este orden de ideas y para el logro de los objetivos se abordó como técnicas de recolección de información los grupos focales, técnica que permitió comprender de una forma más integral los conocimientos y opiniones dadas por lo adolescentes sobre el tema a tratar y la entrevista semiestructurada, en la que se pudo indagar a profundidad sobre las creencias, actitudes, prácticas y significados que individualmente han construido nuestros sujetos de estudio al consumo de alcohol.

El tipo de muestreo de la investigación, es por conveniencia debido a la fácil accesibilidad con uno de los grupos de estudio (grado 11-2). Se tuvo en cuenta esta población por ser los actores implicados en la problemática.

Para la entrevista grupal o grupo focal se tuvieron en cuenta ocho (8) estudiantes del grado 11-1 y ocho (8) de 11-2 del año lectivo 2013 pertenecientes a la institución educativa Antonio Nariño. Ellos se seleccionaron teniendo en cuenta la capacidad de diálogo, interés por el tema y la disposición de participación; aspectos observados durante la socialización del estudio y la interacción que se dio con los estudiantes. Para las entrevistas individuales semi-estructuradas se escogió de acuerdo a su mayor capacidad discursiva a 3 estudiantes de cada grado (cada uno de ellos compuesto por 2 mujeres y un hombre).

El grupo focal es una metodología cualitativa que permite captar la percepción de las personas, sobre temas particulares y relevantes ante un sentir comunitario o social, este proceso se hace a través de la reunión grupal de seis o doce personas, las cuales responden durante 1' hora y 15" minutos máximo, a una entrevista grupal semi estructuradas con preguntas abiertas por un entrevistador, el cual modera, expone sus conocimientos y dialoga sobre temas importantes para un estudio determinado.

Entre las particularidades relevantes en la realización de los grupos focales se tuvo en cuenta una homogeneidad en cuanto al rango de edad, genero e historias y vivencias personales y familiares en torno al consumo de los participantes, por lo tanto y para nuestro caso, participaron un grupo de pares adolescentes en calidad de estudiantes, pero con una diversidad de género y etnia quienes refieran a la misma problemática o sentir social, por lo tanto, el tema toma el carácter de particularidad relevante, es decir que posee para los investigadores más importancia, entre otros puntos de conflicto o tensión comunitaria o social.

Otra particularidad es la experiencia compartida, a lo que refiere el conocimiento a través de la historia y el contexto socio-cultural, político, religioso, etc. Del mismo modo, el grupo focal permitió las discusiones dirigidas hacia un objetivo en particular al igual que la comprensión de forma ampliada de actitudes, creencias, prácticas y valores seleccionados como importantes para el investigador.

Se desarrollaron 6 grupos focales, con el propósito de trabajar por separado y con la rigurosidad posible los objetivos trazados. Se realizó en un primer momento la socialización del propósito de la investigación, del mismo modo se hicieron los acuerdos y compromisos para el desarrollo de la investigación, posteriormente se elaboró un documento para la solicitud del consentimiento informado que permitiera el abordaje de la investigación atendiendo a lo ético-político del Trabajo Social, lo cual le garantiza la importancia a la investigación, debido a que los adolescentes se sintieron inmersos en un proceso incluyente y participativo siendo los actores principales .

En el desarrollo del grupo focal se hizo la presentación general de los participantes a través de una técnica rompe hielo llamada gesto paranoico, la cual constaba de presentarse nombrar una cualidad y al final hacer un gesto, posterior mente el compañero (a) repetía lo que dijo el miembro anterior y se presentaba. Seguidamente se hizo una introducción con respecto al objetivo general planteado, el cual estaba direccionado a identificar las percepciones del consumo de alcohol.

De igual modo, se explicó que era un grupo focal, se plantearon las reglas de juego (respeto, participación, dialogo, compromiso) y se resaltó la importancia de este en la recolección de información y para lo cual se debió contar con disponibilidad, diálogo y con un amplio margen de participación.

Además de los grupos focales se realizó igualmente 6 entrevistas semi-estructuradas de manera individual para recoger la información que no se hubiera reflejado en los grupos focales.

Para este estudio se definió bajo unos criterios necesarios que fueron:

- Adolescentes que estaban cursando último grado (11-1, 11-2) en la Institución Educativa Antonio Nariño.
- Adolescentes que mostraron interés, participación y capacidad discursiva en el tema.
- Adolescentes con disposición de interactuar y de comprometerse con la investigación.

1.3. CARACTERIZACIÓN DE LOS ADOLESCENTES PAILEÑOS

Hablar de las percepciones implica abordar las experiencias previas, es decir, obtener narrativas vitales y personales de los sujetos con respecto a sus vivencias, valoraciones y aprendizajes adquiridos mediante el proceso de socialización otorgados por el grupo primario al que pertenece (la familia) y por el medio social al que se encuentra inmerso; se hace necesario caracterizar a los adolescentes que hicieron parte del presente estudio.

Los entrevistados fueron adolescentes entre las edades de 16 a 19 años, estudiantes pertenecientes a la Institución Educativa Antonio Nariño, quienes están por culminar su secundaria y pertenecen a estratos 1 y 2. Al indagar sobre las formas familiares de cada uno de ellos, se encontró que son variadas y se enmarcan en las siguientes categorías: extensas, algunas interrumpidas (producto de separación o divorcio), nucleares (padre, madre e hijos); predominando el tipo de familia nuclear, seguida por la familia interrumpida, donde la madre es la que ha quedado al frente de los hijos.

1.4. CUADRO DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

OBJETIVO GENERAL	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS GENERALES
Describir las percepciones del consumo de alcohol que tienen los adolescentes estudiantes del grado 11 del año en curso del I.E Antonio Nariño de la Paila, Valle.	• Prácticas de consumo en el entorno social, familiar y escolar. • Características personales. • Relaciones familiares. • Edad de relación o asocio del consumo de alcohol.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS No 1:	CATEGORIAS DE ANALISIS.
Identificar las experiencias que han tenido los adolescentes en relación al consumo de alcohol los adolescentes, en el entorno familias, el contexto social y la escuela.	Experiencias familiares o personales, del contexto social y la escuela de uso o consumo de alcohol.
	SUB CATEGORÍA. • Relación o parentesco con alguien de la familiar, del contexto social y la escuela con que se asocia la experiencia de consumo. • Edad en la que vivencia la experiencia en torno al uso o consumo de alcohol. • Causa o causas de la o las experiencias vividas. • Acciones realizadas en torno a la experiencia. • Efectos resultantes en la experiencia vivida.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS No 2:	CATEGORIAS DE ANALISIS.
Identificar el sistema de creencias (valoraciones) transmitidos a través de la socialización desde el colegio, la familia el grupo	• Opinión personal sobre el uso o consumo de alcohol. • Opinión personal de la información que brindan los medios de comunicación sobre el uso o consumo de alcohol.

de pares y los medios de comunicación con relación al uso o consumo del alcohol.	• Opinión brindada por la escuela sobre el uso o consumo de alcohol. • Opinión brindada por la familia, el contexto social y la escuela sobre el uso o consumo de alcohol. • Forma de aprendizaje social, familiar y en la escuela sobre la evitación uso o consumo de alcohol. • Forma de aprendizaje de los medios de comunicación sobre la evitación uso o consumo de alcohol.
	SUBCATEGORIAS
	• Modelo social, familiar y escolar para la evitación uso o consumo del alcohol. • Refuerzos, castigos o represiones familiares, sociales y escolares en torno al uso o consumo de alcohol. • Beneficios, en la familia, en la sociedad y la escuela sobre el uso o consumo de alcohol. • Afectaciones escolares, familiares y sociales del uso o consumo de alcohol. •
OBJETIVOS ESPECÍFICOS No 3:	CATEGORIAS DE ANALISIS.
Reconocer los símbolos, significados y asociaciones que han construido los adolescentes alrededor uso o consumo del alcohol.	• Comunicación simbólica entre la familiares, la escuela y la sociedad en torno al consumo de alcohol. • Significados educativos, familiares y sociales del uso o consumo de alcohol. • Asociaciones educativas, familiares y sociales en torno al consumo de alcohol.
	SUBCATEGORIAS
	• Asociaciones con otras drogas legales o ilegales en torno al consumo de alcohol. • Asociaciones con las relaciones sexuales en torno al consumo de alcohol. • Asociaciones con la resolución de conflictos en torno al consumo de alcohol

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO CONCEPTUAL



Foto grupo focal, investigación sobre percepción 2013

2.1. SÍNTESIS Y PREMISAS DEL INTERACCIONISMO SIMBÓLICO

Para el abordaje del presente estudio se partió por revisar las perspectivas teóricas que permitieron dar sentido y mayor comprensión al fenómeno a estudiar; para ello se presenta a modo de síntesis algunas premisas del interaccionismo simbólico, línea teórica que sustenta la investigación y seguidamente se hace un rastreo de qué se ha discutido o mencionado sobre el alcohol, hasta establecer una conexión de este con las categorías, adolescencia, contexto escolar y percepción.

El interaccionismo simbólico le da un peso específico a los significados sociales que los sujetos le asignan al mundo que les rodea; por tal razón este busca explicar los procesos de interacción a través de los cuales se produce la realidad social dotada de significado. Desde esta óptica se enfatiza que la sociedad debe ser estudiada a partir de las perspectivas particulares, es decir, estudiar la vida social como es concebida por y para los miembros de la sociedad.

De este modo, todas las organizaciones, culturas y grupos sociales están integrados por actores envueltos en un proceso permanente de significación e interpretación de la realidad en la que se encuentran insertos.

Blumer (citado por Ritzer, 1997) quien es el máximo exponente de este paradigma, propone unos postulados con los cuales se pretende comprender cómo perciben y significan los adolescentes Paileños el consumo de alcohol.

Uno de sus postulados señala que las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otras personas a partir de los significados que los objetos y las personas tienen para ellas, es decir, a partir de los símbolos, estos permiten además trascender el ámbito del estímulo sensorial y de lo inmediato, ampliar la percepción del entorno, incrementar la capacidad de resolución de problemas y facilitar la imaginación y la fantasía.

Blumer distingue entre tres tipos de objetos: *objetos físicos* como una silla o para este caso una botella de alcohol, *objetos sociales* como una madre o un

estudiante y *objetos abstractos* como una idea o un principio moral. Al trasladar estas premisas a la investigación podemos decir que los adolescentes Paileños actúan sobre un objeto físico como el alcohol, pero también interactúan con otros ya sea el grupo de pares o familiares, con los cuales se comparte una serie de significados que se van aprendiendo a partir del proceso de socialización desde la infancia.

“La socialización se constituye en un proceso dinámico en el que el actor da forma y adapta la información a sus propias necesidades” (Manis y Meltzer, 1978:6)

Por lo tanto, el modo en que se aprenden esos significados y símbolos es lo que permite a los sujetos a actuar de una manera u otra. Otra de las premisas indica que los significados son producto de la interacción social, principalmente la comunicación, que se convierte en esencial tanto en la constitución del individuo como en (y debido a) la producción social de sentido. Los signos son los objetos materiales que desencadenan el significado, y el significado el indicador social que interviene en la construcción de la conducta.

Los símbolos son cruciales en el sentido que permiten a las personas actuar de un modo distintivamente humano. En virtud de los símbolos, el ser humano «no responde pasivamente a una realidad que se le impone, sino que crea y recrea activamente el mundo sobre el que actúa» (Charon, 1985: 62)

Finalmente, Blumer menciona que las personas seleccionan, organizan, reproducen y transforman los significados en los procesos interpretativos en función de sus expectativas y propósitos, es decir que se activa un proceso perceptivo y cognitivo a partir del cual los adolescentes interpretan como favorable o desfavorable el consumir alcohol y por eso lo hacen o no parte de sus acciones cotidianas primero como signo de integración, festividad y socialización y segundo como mecanismo de defensa o límites a la hora del consumo.

La percepción tiene entonces, una relación con el interaccionismo simbólico porque ambas contemplan aspectos como la socialización, significados, símbolos, experiencias, e interacción que se producen y cobran sentido a través de la comunicación y además va a permitir a los sujetos interpretar sus realidades basados en las historias pasadas, las cuales permiten las asociaciones que dan sentido a la realidad inmediata.

Así, la interacción social existe como una realidad antes del nacimiento del individuo, y éste debe ser socializado en ella. Si la persona quiere poder actuar conscientemente, pensar sobre sus acciones pasadas, hacer prognosis sobre acciones futuras, tanto propia como de los demás, debe estar consciente acerca de su contexto inmediato donde ella se encuentra. Debe estar consciente acerca de sí misma como un ser entre otros en ese medio ambiente. (Blumer, 1969:7)

De este modo, el Interaccionismo simbólico, parte de un método de estudio participante capaz de dar cuenta del sujeto, concibe lo social como el marco de la interacción simbólica de individuos donde se enmarca la historia los signos, significados y concibe la comunicación como el proceso social a través del cual se constituyen simultánea y coordinadamente los grupos y los individuos que se desenvuelven entre la realidad inmediata y la historia.

Por otra parte se puede definir el interaccionismo simbólico, como el elemento que se forma dentro del proceso de interacción social, esta tiene lugar entre las relaciones personales, que usan comunicación simbólica para producirlo y a través de ello crear entendimiento mutuo; por lo tanto cuando los sujetos interactúan crean significados compartidos.

Frente a esta comprensión se destaca que los sujetos aprenden los significados y significados de las acciones y objetos en el acto, desarrollado durante el proceso de la socialización. Se debe tener en cuenta que la mayoría de personas aprende un conjunto común de signos y significados, que se van transformando en el tiempo y de acuerdo a las transformaciones de la realidad social.

Por lo tanto los signos y significados no son algo fijo, sino que es definido y redimensionado en la acción, de este modo cuando el individuo actúa en relación al contexto, este cambia y cambia también el significado del este para él, por ejemplo: Una botella de vino es una cosa física que adquiere algún significado social, puesto que uno o varios sujetos actúan en relación a él y la señalan con un símbolo socialmente creado; pero esa botella de vino también adquirirá diversos significados de acuerdo a cómo lo definan los actores, veamos: el vino no tiene el mismo significado para un niño/a que para un adolescente o un sacerdote por que para el primero este podría significar agua para calmar su sed o un castigo si es tomado sin el consentimiento de sus cuidadores, pero este significado cambiaria cuando llegue la adolescencia pasando a ser significado como placer porque habrá una relación más directa con este y para el ultimo pasaría a significar cómo la sangre de Cristo.

En este orden de ideas, la palabra signo y significado se define como la construcción de sentido que hace un actor frente a algo (objeto, situación o acción) a partir de su ciclo vital, su historia y sus experiencias.

Lo anterior se puede ligar con el sistema de creencias consolidado a través de la interacción y la comunicación donde quedan inmersos los signos y significados, de este modo se considera que el sistema de creencias está basado en un conjunto de normas inmersas en la sociedad y el entorno en la que se desarrollan los seres humanos, esta se da a través de la socialización social y familiar e institucional.

Por lo tanto todo el engranaje de creencias signos y significados son aprendidos a partir del proceso de formación, en donde los sujetos incorporan los elementos necesarios para vivir y hacer parte de la sociedad en la que se encuentran inmersos: roles, cultura, normas y valores. Por lo tanto, para la corriente interaccionista, es en la socialización donde los actores no solo aprenden configuran, reconfiguran y refinan su capacidad de pensamiento, sino también donde se da forma y adopta la información que les proporciona su medio a sus propias necesidades.

De este modo los actores podrán aceptar, rechazar, modificar o definir las normas, roles o creencias que mejor se ajusten a su modo de ser y hacer, de esta manera es como se actúa y resignifica la realidad, por lo tanto para los adolescentes el consumir bebidas alcohólicas es una actividad que a su modo de ver está atravesada por una serie de creencias relacionadas con la salud, con el peligro o la diversión y en este orden de ideas los adolescentes la asumen de acuerdo a sus intereses y su realidad inmediata.

2.2. DEFINICIÓN, COMPRENSIÓN Y CONCEPTO DE HISTORIA

Ahora bien, teniendo en cuenta que la investigación es un proceso que conduce al hombre mismo a captar y aprender los diferentes fenómenos que aparecen ante él para asociarlos con la historia y los procesos socio-culturales. Los cuales no puede descifrar e interpretar a primera ni simple vista. Por lo tanto este proceso de captación de la realidad está estructurado en la indagación, cuestionamiento y examen de los hechos históricos y específicos. De este tema, se puede decir que es necesario conocer además de esos hechos específicos, la historia de los adolescentes inherentes a dicha investigación, dando así la posibilidad de mostrar la postura que tienen los adolescentes, quienes se convierten en actores directos del consumo de alcohol.

Con las anteriores consideraciones se destaca los postulados de Aretn (1993) quien plantea que la acción requiere un sujeto en relación con demás, que estos a su vez hacen la historia pero no son la historia misma, sino que esa historia es la narración de quien la comente, por lo tanto la historia carece de autores, de este modo se comprende que cada sujeto vive su acción pero quien la narra es que le da su propia interpretación basados en sus propias vivencias y cuando esto se da en el tiempo allí se constituye la historia, por ejemplo: la familia que se divierte en torno al alcohol y el niño que observa, para la familia es un hecho de diversión, pero posiblemente si el niño asocia eso con el maltrato físico será un acto problemático es decir que el niño le da una interpretación de acuerdo a sus

vivencias y luego el contara esa historia como desagradable, mientras que la familia solo se divertía, al final la historia es la que luego cuenta el niño.

En este orden de ideas la historia radica en las relaciones sociales esta permite conocer el producto de las acciones humanas en distintos lugares y en tiempos pasados. A través de la historia se pueden conocer los hechos sociales trascendentes de la vida humana los cuales generan estabilidad o cambio de los acontecimientos socio-culturales.

Por lo tanto a través de esta investigación se pretende profundizar en la historia y poder de alguna manera evidenciar la cosmovisión que se presentaba en los adolescentes cuando eran niños y como asocian aquello con la actualidad.

Continuando con la revisión de las perspectivas teóricas que orientan y dan sentido al estudio, se presenta ahora lo qué se ha mencionado sobre el alcohol y cómo ha sido significado para las sociedades en la historia.

2.3. EL CONSUMO DE ALCOHOL EN LA HISTORIA

Se reconoce el consumo de bebidas alcohólicas como un elemento empleado para distintos propósitos, desde míticos o religiosos, hasta médicos y de diversión o juego, como es empleada hoy por los adolescentes. A continuación se expone de manera sintetizada el papel que ha jugado el consumo de alcohol de acuerdo a la época y sociedad histórica, adoptando así distintas significaciones.

Para sociedades antiguas como la griega, la egipcia, la romana y la hebrea el uso de bebidas alcohólicas (especialmente el vino) era exclusivamente para los ritos religiosos y esto se puede apreciar en el culto que las antiguas culturas griega y romana ofrecían a sus respectivos dioses del vino -Dionisos y Baco- el cual incluía procesiones y danzas en las que los participantes buscaban la unión con el dios, a través de un estado de embriaguez; esta era vista como una válvula de escape que les permitía la liberación del alma. (Escohotado, 1998)

Otros datos históricos dan cuenta que los celtas, escitas y demás pueblos antiguos no excluían a las mujeres del consumo, y algunos permitían beber desde

la adolescencia, lo que deja ver que cómo la adolescencia tal vez, era la etapa que marcaba el tránsito hacia una vida adulta donde se podía acceder y gozar de este tipo de bebidas.

Por su parte, para las sociedades judeo-cristianas también el vino representaba el vehículo de la encarnación de la divinidad y para las culturas mediterráneas de la antigüedad el vino era la “sangre de la tierra”, de ahí que este significado mágico aun persista en la liturgia cristiana (Oberlé, 1989); para los cristianos, el vino es una de las materias de la eucaristía, que simboliza la sangre de Cristo, el hijo de Dios.

Otra sociedad importante de referenciar son los puritanos, quienes al llegar a América en 1620 introdujeron la práctica de beber alcohol. En esos tiempos era difícil encontrar agua potable, por lo que todo el mundo bebía alcohol en las comidas.

Así fue cómo el alcohol empezó a representar más que una simple bebida, fue convirtiéndose en una especie de rito con el que se celebraban importantes acontecimientos como: tener una nueva casa, la fiesta de la cosecha, las bodas y los funerales, pero también se empleó como una droga medicinal para aliviar el dolor, bajar la fiebre o calmar la acidez de estómago, creencias que aún persisten en nuestros días.

Pasando a otro momento de la historia, se señala que en la edad Media apareció la técnica de destilación en Europa de mano de los árabes, lo que supuso la posibilidad de tener bebidas alcohólicas de mayor concentración y de efectos intoxicantes muy rápidos. Los alquimistas de ese entonces supusieron que el alcohol era el tan buscado “elixir de la vida”, es decir, la fuente para alcanzar una vida perdurable, por tanto se le consideró un remedio para prácticamente todas las enfermedades (Seoane, 1984)

Al surgir el avance tecnológico de los siglos XVIII y XIX permite el desarrollo de los vinos, cervezas y licores, pero más aun con la investigación científica del químico francés Louis Pasteur realizada entre los años 1822-1895 permitió un mejor conocimiento de los procesos de fermentación y destilación, lo cual posibilitó la

industrialización del proceso productivo del alcohol, así como su mejoramiento y abaratamiento, lo que de cierto modo, lleva a convertirlo en una sustancia de uso popular, que pasa ser consumido por las distintas clases sociales.

Aunque los efectos y consecuencias generadas por el consumo de alcohol fueron reconocidas siglos atrás, realizándose así mismo esfuerzos para proscribirlo basándose en consideraciones de tipo moral, es en el siglo XIX que con mayor interés se empieza a promover el uso moderado del alcohol. Posteriormente y gracias al progreso, los avances de los conocimientos se empieza a percibir el consumo como un elemento dañino para la salud, aspecto que lleva a problematizar el uso del alcohol, desprendiéndose desde allí todos los discursos que explican y demuestran detalladamente cómo opera el consumo de alcohol, cuando es consumido en grandes cantidades.

2.4. NOCIÓN DE CONSUMO EN LA SOCIEDAD “MODERNA”

Al pasar a una sociedad moderna, se empieza a dar una transformación cultural que se debe, sobre todo, al ascenso del consumo masivo que comienza en el decenio de 1920 gracias a las revoluciones tecnológicas y a tres invenciones sociales: la producción masiva de una línea de montaje, que hizo posible el automóvil barato, el desarrollo del marketing, que racionalizó el arte de identificar diferentes tipos de grupos de compradores y de estimular los apetitos del consumidor; y la difusión de la compra a plazos, la cual, más que cualquier otro mecanismo social, quebró el viejo temor protestante a la deuda (Bell, 1976: 73)

Lo que se quiere destacar del párrafo anterior, es que con el paso hacia una sociedad industrializada se van desarrollando modelos o estilos de vida permeadas por las lógicas de un consumo, que estructura las pautas de comportamiento e interacción de los sujetos; por lo tanto el consumo de alcohol se vuelve un elemento presente en las acciones cotidianas de los sujetos, por ejemplo: en Argentina hasta comienzos de los ochenta se podía reconocer, que el uso del alcohol como condimento que acompañaba la comida podía llegar a utilizar sus efectos psicoactivos más tenues tales como “promover la integración y facilitar la solidaridad social” o “embellecer la realidad y hacerla más amable” sin

alcanzar a dañar en el individuo la conciencia sobre el mundo externo. (Miguez, 1998), es decir, se admitía el disfrute regular y alimentario de la bebida alcohólica con censura sobre el exceso.

Es así como existen varias perspectivas que nos señalan que el consumo hace parte de la vida humana y gesta una serie de significaciones, relaciones e imaginarios, convirtiéndose en un factor estructurador de nuestras sociedades actuales, por lo tanto, el consumo de alcohol podría entenderse como parte importante en las estructuras de funcionamiento social.

Se sustenta esta premisa rescatando algunas ideas de la investigación realizada por Osorio y Bermúdez (2012) permite que surja una serie de interacciones con los otros y se construya unos significados que pueden constituirse en patrones de comportamientos societarios en los cuales se le atribuyen a dicha acción significados mediados por los atributos propios del contexto de la interacción (por ejemplo los consumos de alucinógenos como dispositivos rituales en las culturas indígenas, o simbolismos de la religiosidad, etc.) configurando pautas de comportamiento consumistas que permiten reproducir esas mismas lógicas construidas en el contexto social.

Los planteamientos de Canclini (1999) también permiten dar cuenta que el consumo es:

“el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (Canclini; 1999:34)”

El espacio en los que estos procesos se desenvuelven no es, de ningún modo, armónico ni simétrico; consumir, afirma este mismo autor, es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. En este sentido, se considera que el consumo es una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual éste comienza “a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales”.

Por su parte, Barbero (1987) define el consumo como una producción de sentido, es decir se concibe un consumo no sólo con fines reproductivos, sino más bien como una actividad que llena de sentido la vida de los sujetos:

(...) el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales (Martín Barbero, 1987:231).

Por otro lado, Jean Baudrillard (1989) propone un concepto casi similar al planteado por Canclini y Barbero, pero lo ve no solo como proceso cultural, sino como un: “proceso de apetencia y de goce” argumentando que el término consumo no solo hay que definirlo como mecanismo de poder:

“rebasar esta prenoción imaginaria poderosa para definir al consumo no sólo estructuralmente como sistema de intercambio y de signos, sino estratégicamente como mecanismo de poder” (Baudrillard, 1989: 84).

Si bien, como puede observarse estas posturas resaltan que el consumo es un conjunto de prácticas socioculturales que no solo engloba una dimensión simbólica, es decir una serie de significados e imaginarios, sino que se convierte en un dispositivo de poder que estructura, configura y reproduce el capitalismo dominante, es lo que Bocock llega a definir como una forma más compleja de esa alienación, tendiente a reasegurar y reproducir la ideología dominante:

“El consumismo, es decir, la ideología activa que otorga el sentido de la vida a la adquisición de productos y apariencias organizadas impregna el capitalismo moderno. La ideología del consumismo sirve tanto para legitimar el capitalismo, como para motivar a los individuos a convertirse en consumidores no sólo en la realidad, sino también en la fantasía” (Bocock, Robert, 1993: 77-78).

Aunque esta definición otorga ventajas para analizar la dinámica del consumo en términos de reproducción del modo de producción capitalista, se soslaya la posibilidad de pensar el papel activo que pueden asumir los propios sujetos en la resignificación de sus prácticas de consumo, y en el papel de éstas en su construcción identitaria.

El consumo especialmente de alcohol, como práctica totalmente legitimada que se ha venido configurando a través de la historia de la humanidad, cobra en este siglo XXI un mayor auge, los medios de comunicación y la tecnología se han encargado de reproducirla a través de su incursión en los espacios de la vida; creando principalmente en los sectores jóvenes una aspiración de consumo que los engancha y los convierte en consumistas en potencia, ante esta acción, paradójicamente la sociedad y demás instituciones crean dispositivos represivos y de “supuesta” concienciación para que los sujetos no lleguen al abuso de un consumo permitido socialmente como el del alcohol.

Frente al uso, abuso y dependencia del alcohol Berjano y Ponds (1999) afirman que en nuestra cultura, buena parte de aquellos que hacen uso normalmente de bebidas alcohólicas, consiguen mantener el consumo cotidiano dentro de unos límites que convencionalmente podrían considerarse como razonables, y no aumentan progresivamente su ingesta. Pero en relación a ese consumo se desliga una tipología relacionada con el ámbito cultural y aquí es importante destacar a Camarena y Torres (citados en Ponds y Berjano, 1999: 33- 34).

- Uso de alcohol: Se considera como uso de alcohol las pautas adaptadas de consumo de bebidas alcohólicas. Este concepto, al igual que el de abuso, es poco específico en lo que se refiere a la idea de adaptación/desadaptación. Son términos que tienen mucho que ver con patrones sociales y culturales propios de cada comunidad humana.
- Abuso de alcohol: Puede considerarse como la utilización de bebidas alcohólicas de forma desviada respecto de su uso habitual, es decir, de aquella utilidad que el grupo sociocultural de referencia le ha atribuido originariamente, puede resultar en una desviación cualitativa (uso asociado a situaciones en que dicha utilización puede resultar peligrosa; ej.: conducir o realizar trabajos peligrosos) o cuantitativa (consumir grandes cantidades de forma habitual).
- Dependencia del alcohol: El Síndrome de Dependencia Alcohólica (S.D.A.) está sometido a unos determinados criterios diagnósticos que requieren desatención clínica y/o ambulatoria inmediata. Sin embargo el diagnóstico

se hace cada vez más complicado, teniendo en cuenta la aparición de nuevas formas de consumo abusivo, no exactamente diagnosticables con la etiqueta de S.D.A., y características de determinados tipos de consumidores: jóvenes bebedores excesivos de fin de semana; consumidores compulsivos con escaso deterioro físico; jóvenes politoxicómanos.

Gonzales (2002) por su parte, hace una clasificación del consumo, permitiendo enriquecer la evaluación del mismo. El primer tipo es el *consumo básico*, referido a aquello cuya falta parcial produce una condición material extremadamente precaria, ya sea por razones absolutas asociadas a determinantes biológicas de las personas, o por razones relativas a ciertas condiciones que reclama la vida en la sociedad actual.

Un segundo tipo de consumo es el *asociado a una idea de bienestar humano más pleno*: este hace referencia a necesidades diferentes de las básicas, las cuales se demuestran esenciales para una concepción de desarrollo que recoge nuevas situaciones de la sociedad y de las personas, y cuyos satisfactores se van haciendo y experimentando como indispensables para un nivel de vida satisfactorio. Este nivel de consumo permite distanciarse de una perspectiva limitada del desarrollo que lo asocia y restringe al acceso al consumo básico antes señalado.

Y por último menciona el *sobre consumo*, el cual alude a una expansión desproporcionadamente alta de las necesidades de consumo, respecto de la cual se plantea una duda acerca de su condición de-generadora de mejores condiciones de vida individual y social. Asimismo, la crítica en cuanto base de una acción humana destructora de la naturaleza. “Nos introduce, por lo tanto, a otra cara del consumo que nos dice que no siempre éste representa situaciones benignas ni es interpretable como una buena respuesta del sistema económico a las necesidades” (González, 2002).

Siguiendo este orden de ideas, González (2002) expone que en la expresión mayor del consumo, puede haber también consumos objetivamente no saludables

para las personas. Esto los toma como un signo de consumo *perverso*, en el sentido de que hace daño; es el caso -por ejemplo- del exceso de alcohol y el consumo de drogas. Por un lado, resuelven necesidades que no encuentran otra forma no dañina de resolverse; y, por otro, expresan un aumento de bienes y servicios sociales que aparentemente significarían un aumento del bienestar.

El consumo de alcohol por parte de los adolescentes no es ajeno a este proceso, los adolescentes resultan un “mercado” amplio y abierto a recibir herramientas que habiliten el cumplir con las exigencias sociales. Como a modo de síntesis se podría inferir que el tránsito hacia una cultura de consumo que promueve, alienta y refuerza estilos de vida consumistas con el fin de generar lo que representa un elemento hedonista, la percepción que se tiene del consumo de alcohol también se transforma si antes se consideraba como un producto divino, ahora pasa a representar como una especie de dos caras en una misma moneda, porque encierra un contenido perverso, pero al mismo tiempo contiene unas bondades que lo hacen indispensable en las prácticas cotidianas.

2.5. COMPRENSIÓN DE ADOLESCENCIA

Para el estudio de las percepciones del consumo de alcohol la condición de adolescentes escolarizados y el escenario de la escuela, se hacen pertinentes porque es interesante situar la problemática del consumo de alcohol en adolescentes escolarizados en un momento del declive de las instituciones, donde se han quedado “cortas” para responder a las complejas dinámicas sociales que hoy plantea la realidad. Primeramente se partirá por conceptualizar la categoría adolescencia y segundo se abordará el escenario de la escuela.

La adolescencia ha sido abordada particularmente desde la psicología (allí están los mayores desarrollos frente a esta) y dentro de esta existen diferentes perspectivas para comprenderla, pero también otras disciplinas como la Antropología, más que explicar o tener teorías sobre la adolescencia, lo que han hecho es explicar la adolescencia como un fenómeno cultural, es decir que la adolescencia no existe en todas las culturas, no es algo biológico, si no cultural. Por tal razón, la presente investigación partirá por tener en cuenta la adolescencia

como un constructo social, lo cual significa que cada sociedad, cada tiempo y lugar, tiene un conjunto de ideas, imágenes, valores y representaciones respecto a “ser adolescente” que condicionan las acciones que los adolescentes llevan a cabo.

Los estudios realizados por Mead (citada en Obiols y Di Segni, 1993) demuestran que para estas sociedades la adolescencia era un momento representado por un ritual de paso de una etapa de la vida a otra en la cual se accede a la sexualidad activa, se adquieren responsabilidades y poder dentro de la tribu, en los casos en los que hay un ritual, la adolescencia casi no existe, es sólo un momento de pasaje y las etapas importantes son la pubertad, que marca el fin de la infancia, y la etapa adulta posterior.

En sociedades desarrolladas se han propuesto equivalentes de los ritos de iniciación apreciándose -por ejemplo- que en cierta época el usar pantalones largos, comenzar a fumar y visitar un prostíbulo eran hitos en el pasaje hacia la edad adulta en el varón, mientras que el permiso para pintarse la cara, usar medias de seda o nylon y tener novio lo marcaban en la mujer. En sectores de poblaciones medias y altas urbanas, la adolescencia era un proceso que duraba un tiempo más o menos prolongado, nunca se reducía a un ritual. (Obiols y Di Segni, 1993: 5).

Por otro lado, es importante señalar los cambios que fueron produciendo en las últimas décadas: la adolescencia tiende a prolongarse en el tiempo y no es vivida como una etapa “incómoda” o “de paso”, al contrario tiende a fetichizarse y a verse como un modelo al que todos quieren pertenecer (Obiols y Di Segni, 1993: 5).

Es así como Obiols y Di Segni (1993) enfocan la adolescencia en la cultura postmoderna porque aparece socialmente como un modelo social que se reproduce a través de los medios masivos en general y de la publicidad en particular; por lo tanto este modelo supone que hay que llegar a la adolescencia e instalarse en ella para siempre, definiendo así una estética en la cual es hermoso lo muy joven y hay que hacerlo perdurar mientras se pueda.

La influencia de los procesos de modernización de la economía y el Estado, la influencia de los procesos de globalización, de mercado y de cultura han tenido la intención de homogeneizar los gustos y consumos culturales y sociales; este aspecto desde luego genera brechas socioeconómicas que determinan el acceso a los recursos, de allí que muchos jóvenes quienes no posean una capacidad adquisitiva ingresen o participen de actividades ilegales para poder estar a la vanguardia consumista; para ello los medios de comunicación se han encargado de reproducir e imponer esa lógica, han llegado a diversos lugares y a sujetos de diversas clases sociales, culturas, etnias, dando paso a que la noción de un sujeto definido por su capacidad de consumo esté presente en la construcción de lo juvenil.

Además, el tener que adscribirse a este modelo social a como dé lugar, crea una serie de conflictos y de tensiones, si se opta como lo afirma Reguillo (1993) por mantenerse en una actitud distanciada del mercado: vestuario, música, lugares de reunión y en general por todo lo ofrecido por la industria cultural, habría que aceptar el costo social que se podría reflejar en la exclusión del grupo de pares; sin embargo sustraerse de las imágenes seductorales del consumo no sería fácil y más cuando se encuentra en la adolescencia, etapa en la cual se convierte en el “blanco” a quien va dirigidas todas las estrategias de venta del mercado.

Por eso los medios de comunicación los consideran un público importante, las empresas saben que son un mercado de peso y generan toda clase de productos para ellos; sin considerar las afectaciones que puede implicar el consumo.

En este orden de ideas, el mercado ha proporcionado a los adolescentes un gran abanico de sustancias con las que conviven y han aprendido a disponer -por ejemplo- para la búsqueda de sensaciones y emociones que les permitan no solo vivir experiencias propias de su edad como las relacionadas con el goce, la libertad, entre otras, sino también “resolver” situaciones que les generan malestar o insatisfacción.

Desde esta perspectiva lo afirma Miguez (1998) surge la farmacologización de la vida cotidiana sostenida en modelos culturales de solución de conflictos: la

inmediatez de la satisfacción, la intolerancia a las señales de malestar, el ajuste personal a los imperativos del consumo, la vigencia del “todo, ahora”; por lo tanto este mismo autor expone que el adolescente o joven que aprendió a resolver sus problemas de integración social tomando para alterarse “antes” de entrar a un baile está usando farmacológicamente el alcohol y es una situación diferente de quien lo hace moderadamente “durante” la reunión como parte de un grupo sin necesidad de medicar su estado de ánimo para poder resolver las demandas de la situación social.

Continuando con la discusión respecto a la adolescencia, se retoma algunos postulados de la perspectiva psicoanalítica para explicar que se presenta una serie de tensiones en la relación con los padres; el adolescente no solo se ve inmerso en un proceso de elaboración de duelo del mundo infantil (Aberasturi y Knobel, 1985), sino que también presenta un crecimiento y madurez cognitiva que determinarán una forma de pensar y sentir el mundo, distinta a la de sus padres; por esta razón la adolescencia se define como un periodo de reconstrucción profunda de los sujetos como actores sociales, en el que se dan procesos de ruptura con la socialización que han vivido hasta ese momento, y que alimentan una independencia y autonomía.

Estos procesos de ruptura y emancipación producen tensiones y conflictos sociales dentro de los distintos ámbitos institucionales en los que participan los sujetos adolescentes por ejemplo principalmente en el ámbito familiar que ya se empieza a convertir en un círculo estrecho que se busca traspasar, los valores, las normas y todo el conjunto de relaciones familiares empiezan a ser cuestionadas por ellos.

Recordemos que en la adolescencia no solamente se está en búsqueda de una identidad sino también de una personalidad y para ello los postulados de Albert Bandura (1987) adquieren relevancia para llegar a explicar que tanto incide en los adolescentes las pautas, normas, límites (sistema de creencias), que las distintas instancias sociales: familia, escuela, sociedad) han denotado, para la

configuración de su percepción frente al consumo de alcohol, porque estas se modifican y se construyen todo el tiempo.

Este autor plantea que la mayor influencia en el desarrollo de la personalidad está basado en el aprendizaje social “donde las pautas de conducta aprendidas tienden a generalizarse a situaciones distintas de aquellas en que se aprendieron), este punto toma relevancia porque de no ser así el ser humano tendría que estar experimentando y asociando lo vivenciado en el vacío, es decir sin puntos de referencia.

Aunque la base biológica de la conducta humana es incuestionable, esencialmente todas las conductas sociales humanas son aprendidas o tienen componentes principales que son aprendidos. Las conductas sociales desviadas, tales como el uso de drogas, el crimen y la violencia, están entre estas conductas sociales aprendidas. La desviación no es simplemente una situación defectuosa que ocurre cuando hay una ruptura en los vínculos y normas prosociales; tanto las normas prosociales como las desviadas son activamente aprendidas en el proceso de socialización primaria” (Oetting y Donnermeyer, citado por Becoña, 2001).

De este modo se pretende abordar de manera holística las percepciones de los adolescentes en torno a la relación que se teje entre el adolescente en la familia, la sociedad y la escuela como agentes que interfieren en la formación integral del adolescente y en particular en la forma de apropiar los equipamientos que se llevan acaba en el asunto de la percepción.

El aprendizaje social se da a través de las construcciones sociales que buscan que el ser humano aprenda, socialice y re socialice la cultura, la religión, las pautas y normas necesarias para vivir e interactuar en sociedad, por lo tanto el aprendizaje social permite los equipamientos con los que los seres humanos se desenvolverán en la vida, *para lo cual* la socialización tiene un papel fundamental en el desarrollo de la vida, por lo tanto la socialización es:

“el resultado o producto de los procesos de socialización, equivalente o traducible en un conjunto de habilidades desarrolladas por el aprendizaje,

que capacitan al hombre para convivir con los demás y adaptarse al estilo de vida dominante en la sociedad y cultura a la que se pertenece, sin perder la identidad personal, aceptando y cumpliendo, al menos. Sus exigencias mínimas” (Fermoso 1994) citado en Fermoso (2003 pg. 67)

Lo anterior permite la comprensión del aprendizaje social como herramienta que permite al ser humano la comprensión de la realidad inmediata del espacio socio cultural en el que habita, en donde se dan una serie de socializaciones que orientan a los sujetos a actuar de determinada manera.

Bandura (1987) expone que el aprendizaje social se da en gran medida a través de la observación perceptual o informaciones verbales a través de las relaciones interpersonales y estas a la vez permiten adquirir nuevas conductas sin esfuerzo en el proceso de socializaciones pasadas permiten hacer los conectores para dar sentido a lo nuevo conocido, además, porque los sujetos no se limitan a responder miméticamente a los estímulos, es decir, una repetición secuencial de lo mismo sino que elabora sus propias interpretaciones para desde allí definir su actuación.

Estos procesos se denominan como mecanismos de aprendizaje, los cuales no requieren refuerzos externos sino la imitación por modelado, que refuerza y facilita el aprendizaje, pero sin ser este prescindible, debido a que las personas utilizan muchos elementos para el proceso cognitivo, como: el proceso de adquisición que comprende la observación de un modelo, la retención la cual permite que lo que se aprende del modelo sea memorizado, la ejecución que permite que las personas presten atención a un modelo y por consiguiente considera conveniente la conducta del modelo y tiende a admitirla, la valoración de los actos para ser retenidos los modelos y utilizados posteriormente y las consecuencias que son las valoraciones y evaluaciones del aprendizaje y teniendo en cuenta las consecuencias de la conducta, el modelo imitado aumenta o disminuye según su utilidad, esto sucede a través de las variables cognitivas.

Es importante tener en cuenta los anteriores postulados, que brindan la comprensión del consumo en adolescentes. Según el estudio de Cicua et al (2008)

“factores en el consumo de alcohol en adolescentes” permite reconocer que el uso de la droga en adolescentes y el comportamiento sexual tienen sus raíces en la familia y en la sociedad misma, ellos tienen influencias fuertes en el comportamiento de los adolescentes, porque se constituyen en un modelo a seguir, por lo tanto si existen hábitos de consumo de sustancias, los adolescentes los seguirán, consumirán alcohol de acuerdo a la percepción que tienen los parientes de este comportamiento, generando la ambigüedad del caso frente a las actitudes de aprobación o desaprobación.

En este orden de ideas los hábitos y las construcciones sociales son las que permiten afianzar los comportamientos de los sujetos para tomar decisiones frente a los riesgos, los cuales se analizan a través de las percepciones que tienen los seres humanos del contexto en el cual se relacionan. Se puede agregar que la percepción: *“(…) surge como un proceso de elaboración mental individual en el que tiene una influencia la historia personal, las experiencias y construcciones de los sujetos”*. (Álvarez, Correa y Uribe, 2009:24).

Es necesario reconocer que toda sociedad es una construcción social que se ha ligado a su contexto, cultura y al conocimiento de este para evidenciar las tensiones o conflictos que en las interacciones se presentan.

Teniendo en cuenta las anteriores premisas se retoman algunos aportes de Bandura (1987) para demostrar cómo se ha descrito socialmente la adolescencia y cómo esta descripción tiende a generalizar y a asignarle una connotación desalentadora o “gris” impregnada de situaciones difíciles y problemáticas; este autor plantea que:

“en la adolescencia se encuentra un tratamiento más generalizado de ciertas formas de conducta social, como fenómenos emergentes propios de determinado estadio. Es típico caracterizar a los adolescentes como si pasaran a través de un periodo tumultuoso toso tenso y luchasen por emanciparse de sus padres. Se les describe esforzándose por la independencia, resistiéndose a la dependencia de los adultos y aliándose con un grupo de compinches al que acatan compulsivamente (...).

Los adolescentes son ambivalentes, confusos e impredecibles en su conducta, por causa del conflicto de valores y normas al que afirman que están expuestos y también porque se

supone que están en un periodo de transición en el que no son ni niños ni adultos” (Bandura, 1987 pg. 37).

A partir de estos discursos se van creando realidades y los adolescentes de cierto modo los van interiorizando actuando de esa manera (rebelde, ambivalente, entre otras), este aspecto no dista de la manera en que se perciben así mismos los adolescentes Paileños, resignificándolo a la vez como medio que les permite ratificar su independencia que los reviste de poder para consumir alcohol.

Por otra parte, continuando con los aportes de Cicua et al (2008) quien plantea que:

“(...) las actitudes de aprobación o desaprobación por parte no sólo de los amigos, sino de la familia, ante la vivencia y expresión de las situaciones que impliquen emociones desagradables, se convierten en patrones de consumo, ya que los adolescentes consumen alcohol de acuerdo a la percepción que tienen los parientes y amigos de este comportamiento”.

Si el adolescente todo el tiempo está observando que la percepción que tienen los padres, los amigos y el colectivo social es de aprobación, fácilmente estará proclive a hacer un uso indiscriminado del alcohol llegando a naturalizar sin realizar algún tipo de cuestionamiento, de este modo cuando no se alcanza a realizar este ejercicio emergerán aquellas situaciones que serán valoradas como riesgo, porque amenazarán o atentaran con el bienestar de los sujetos (alteraciones de tipo orgánico, dificultad para establecer relaciones sociales, entre otros).

Desde los aportes de Luhmann (1996) se hace un acercamiento al factor de riesgo el cual se estima como una situación de elección que no es cuantitativamente calculable y en donde la racionalidad forma parte del prontuario de obligaciones de tareas, donde se espera especial prudencia y responsabilidad en el manejo del mismo; es decir, los riesgos son producto de una elección, en la que decidimos algo y por lo tanto no existe absoluta seguridad, estos riesgos son inevitables cuando se toma o no una decisiones.

Por lo tanto, conocer la percepción y si los adolescentes tienen conocimiento de estos riesgos, si los asumen, los ignoran, o los enfrentan, conocer la posición de los jóvenes frente a las drogas y como se construyen los paradigmas en torno al consumo alcohol, permitirá comprender las dinámicas sociales y los significados o valoraciones que tienen ellos sobre este fenómeno.

De este modo, se hace necesario hacer el reconocimiento de un contexto social y familiar en particular, para interpretarlo e intervenirlo de acuerdo a su cultura e historia. De igual modo es relevante reconocer que las personas evidencian sus problemas de acuerdo a sus creencias y construcciones mentales o mapas cognitivos entendiéndose estos como:

“las construcciones sociales que tiene la población, es decir, efectivamente hechos vividos y observados por el sujeto y que al ser referidos a su cuadro valorativo arrojan conclusiones negativas confusas, racionalmente sustentables ó simplemente fantasiosas. De igual modo se debe tener claro que los “problemas” tienen una naturaleza cognoscitiva más que vital ó valorativa, son construcciones lógicas que articulan, ordenan datos y elementos que la tensión conflictiva entre deseo y realidad liberó los cuales se deben reunir en una definición”. (Estrada. 2004. Pg. 14)

Por lo tanto, los diferentes problemas sociales, como el consumo de sustancias psicoactivas, están estrechamente relacionados y ligados al capitalismo neoliberal, la industrialización, los cuales han generado grandes conflictos sociales. Decía Engels en 1875 (citado en Esquivel, 2004) que la “Soziales” (Traducida al castellano como “cuestión social”), es producto de las transformaciones societales, en las que se desprenden contradicciones en relación a las asimetrías generadas por la dialéctica capital-trabajo, siendo la explotación capitalista es eje determinante en, la exclusión social y por consiguiente el consumo de drogas, entendiendo lo primero como la “incapacidad del individuo de participar en el funcionamiento básico político, social y económico de las sociedad en que vive” (Buvinic et al, 2005). Por lo tanto y tratándose de los adolescentes, ellos buscan refugio en sus pares y desde allí definen su actuación.

En este sentido, las dinámicas sociales se pueden entender como las interacciones que se desarrollan en los escenarios sociales, en los que surgen

cambios constantes, debido a los movimientos que propicia la evolución de la sociedad, siendo esta un instrumento para el desarrollo integral del ser humano, siempre y cuando existan las garantías, de lo contrario se proliferan las acciones depresivas de la exclusión social y en esta medida los jóvenes buscan un escape en factores sociales que les permitan la desconexión del mundo, el cual permite los significados, y le dan sentido a las percepciones, a partir de las construcciones sociales que se tienen sobre la realidad de los hechos vividos por los sujetos, es decir, a la lógica subjetiva que tienen los seres humanos sobre la realidad social.

2.6. LA ESCUELA Y SUS TAREAS

Se hace pertinente, como ya se mencionó en párrafos atrás, el interés de la problemática del consumo de alcohol en adolescentes escolarizados porque como apuntan Duschatzky y Corea (2001) la escuela no es ajena a esta problemática que resume un clima de época signado por la precariedad de toda condición social y subjetiva.

La escuela secundaria es solo uno de los espacios en el que los adolescentes participan socialmente, en ella, los adolescentes pasan parte importante de su tiempo interrelacionándose con otros adolescentes, generando juntos parte de esas formas y prácticas socioculturales divergentes. Según Funes (citado en Reyes 2008) la escuela es un espacio donde las numerosas y diversas adolescencias se manifiestan también de múltiples formas a la vez que es un espacio donde los sujetos se construyen y se reconstruyen como jóvenes, es decir crean una identidad. En la escuela secundaria se articulan formas distintas de vivir la adolescencia con maneras diferentes de ser estudiantes.

Siguiendo este orden de ideas, las escuelas no son solo espacios en los que se estudia para prepararse para un futuro, son también espacios que tienen lugar procesos de redefinición y resignificaciones tanto individuales como sociales, por lo que es de esperarse que las escuelas secundarias adquieran sentidos diversos para los adolescentes; pero estos si bien, mantienen una relación compleja con y a veces contradictoria no solo con la familia y la sociedad sino también con la escuela secundaria quien se ha mostrado incapaz de resolverlas nuevas

exigencias del medio porque se ha quedado anclada a un tradicionalismo que no permite avances significativos.

A esto, es lo que Dubet (2006) llama declive institucional, es decir, a la decadencia de las instituciones (se presenta la pérdida de peso los marcos institucionales tradicionales), la cual no se da por el sacrificio de las normas y valores clásicos instaurados por la religión y la familia entre otras, sino porque se inscriben con la modernidad la cual traía consigo un cambio estructural más profundo en la sociedad que se vio envuelta en una serie de problemas sociales entre ellos: **un liberalismo** que se plantea como la elección que hace el individuo para hacer uso de sus intereses, ejercer el derecho a su libre expresión y crear su propia identidad, sin embargo esta idea resulta siendo contradictoria porque el sujeto, en este caso el adolescente termina por seguir un modelo juvenalización² de la sociedad de consumo que en últimas homogeniza las formas de ser, de vivir en el mundo y no da espacio para realmente ser como quiere.

Giddens (1995) por su parte llega a hablar del proyecto reflexivo del yo el cual define como aquel por el que el individuo se ve librado a crear su propia narrativa biográfica. El proceso de individualización progresivo de la sociedad – por el cual las constricciones y marcos regulativos de las instituciones tradicionales (familia, sector social, trabajo) son desplazados por el autocontrol -instala en el individuo un doble juego entre instancias de mayor libertad al tiempo que más inestables, entre subjetividades que se piensan más auténticas y se padecen más vulnerables. La característica básica de este proceso social de individualización es la autonomía personal por la cual el individuo se ve obligado a elegir y en esta elección, las nociones de “producción” y de “estilo de vida” cumplen una tarea central, por lo tanto dicha elección condiciona el estilo de vida del sujeto.

²El proceso al que denominamos juvenalización señala a un complejo articulado de signos que atraviesan el contexto cultural de la actualidad, en el que confluyen dos series de acontecimientos: por una parte, el avance de la cultura de la imagen y, además, el encumbramiento de lo juvenil fetichizado por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo. (Margulis y Urresti: 15). Este término se emplea para acoger a todas las personas, es decir jóvenes y no jóvenes quienes hacen lo posible por conservar una apariencia lo más joven posible, un cuerpo esbelto haciendo uso de productos ofertados por el mercado tales como: cosméticos, tendencias de moda, cremas, entre otras.

Lo que se está mostrando con esta idea en el caso del adolescente contemporáneo es la configuración de una doble instancia en el ciclo vital, donde se busca la emancipación y la identidad en relación al propio yo y al grupo de pares, y por otro lado, su articulación con el contexto inmediato y su grupo de pares.

Las escuelas como instituciones centrales para la producción- reproducción de la vida social (Reguillo, 1993:98) deben hacer el esfuerzo por incidir más en los adolescentes, realizando una verdadera orientación y acompañamiento en la formación de sujetos activos capaces de tomar decisiones asertivas ante un mundo hostil, lleno de contradicciones y desafíos, además porque la influencia que ejerza contribuirá también para la configuración de la percepción, ya que a partir de lo que percibe, interpreta y juzga, el adolescente puede forjar la acción; por lo tanto para poder entrar a comprenderla es necesario ver la situación operante (consumo de alcohol) tal como él lo ve, para así determinar lo que significa y así crear las herramientas pertinentes para abordarlo.

2.7. DEFINICIÓN DE PERCEPCIÓN

La percepción es un concepto que ha sido abordado desde distintas disciplinas como la filosofía, la psicología, la antropología y las ciencias sociales, cada una de ellas aportarán elementos que permita la comprensión y reflexión de dicho fenómeno a estudiar. La percepción desde la filosofía, es comprendida como la ciencia que pretende la comprensión del conocimiento racional y los principios más comunes que permiten orientar y organizar el conocimiento de la realidad y las formas de actuar, pensar o ver las cosas de manera universal en el comportamiento humano.

Según Moreno (2003) autora que ha trabajado el tema de la percepción desde la perspectiva filosófica, la palabra percepción no se define en términos de diferencias entre percepción y sensación, es decir que se presume que estas están ligadas, hasta el punto de que si hablamos desde el argot popular, la percepción se entiende como una “percepción sensible”

Por lo tanto, esta autora plantea que la percepción es definida como “un proceso psicofísico por el que el sujeto transforma las diversas impresiones sensoriales (estímulos), previamente transportados a los centros nerviosos, en objeto sensible conocido”. De esta manera las personas para dar reconocimiento a un contexto ponen en juego sus conocimientos y elabora su propia interpretación del mundo. Para la percepción es considerable conocer la realidad no como una impresión sensorial o un haz de impresiones sensoriales sino como un conjunto global organizado, o una totalidad, es decir, no se valoran los contextos de manera independiente sino que se generaliza de manera organizada y en relación a las cosas o acontecimientos.

De este modo, los factores que influyen en la percepción, son todas aquellas cosas que perteneciendo al sujeto consiente, colaboran en la constitución del objeto como: los recuerdos de la memoria, la experiencia anterior, conceptos previos, la educación, la socialización y las condicionamientos socio-culturales que sirven para el reconocimiento del objeto o acto en particular; se plantea que los objetos percibidos poseen una existencia independiente de nuestra sensación y que conservan sus propiedades aun cuando no sean percibidos ya que captamos de un modo directo la existencia y naturaleza del mundo físico.

En este orden de ideas, la percepción capta o cree que capta algo, formándose así un objeto en su mente y si este es de su interés lo realza y asocia con los conocimientos históricos que tenga sobre él para darle comprensión al mismo y su relación con sus vivencias, es decir, que la percepción son elaboraciones y síntesis de contenido, el cual es construido, reconstruido e identificado de manera inconsciente y acríticamente, pero con características típicas del conocimiento que es selectivo y constitutivo de la experiencia la cual la y reconstrucción de los objetos externos.

Desde la antropología la percepción “es el proceso cognitivo por el que captamos de forma unitaria, integrada y estable los elementos físicos y sensibles que nos proporcionan los sentidos” (Burgos, 2005). La percepción permite identificar los objetos la captación de las formas y de los movimientos asociados a procesos

cognitivos. Por lo tanto la percepción se puede tomar como un conjunto de reacciones físicas o nerviosas conectadas entre sí, y que dan origen a los estímulos que terminan en el cerebro, el cual realiza un proceso integral cognitivo a través de los estímulos externos que se perciben.

Según Burgos (2005) la percepción integra, reúne, coordina, clasifica y estabiliza los datos elementales que proporcionan los sentidos para tener una visión del mundo, unitaria y estructurada, en la cual se enmarcan las dimensiones, la distancia, el tiempo, el espacio y profundidad; es decir, que a través de la percepción las personas hacen una comprensión del mundo desde la visión y vivencias que tienen del mismo, lo que conlleva a cada persona a percibir el mundo de distinta manera y en relación con su como visión latente. Por lo tanto percibir significa en primer lugar un pre objetivo que no es ni verdadero ni falso ya que descansa en la confusión de sensación y percepción, de esta manera le corresponde a cada persona darle un significado a lo que percibe.

Aquí se podría decir que la percepción es el punto de partida para todo conocimiento humano, pues sin ella es casi que imposible acercarse a los fenómenos de la realidad y sin ello, no se puede formar conceptos que puedan significar las esencias de las cosas que hay a nuestro alrededor; por lo tanto esta se apoya en la experiencia pasada y por consiguiente está encaminada a la interpretación

Desde la psicología se plantea que la percepción es un proceso fundamental porque permite la organización del campo psicológico del individuo, en otras palabras permite una estructuración organizada que hace la conciencia de los datos provenientes de los órganos de los sentidos.

Trigreros et al (2001) expone que la percepción inicia en la escuela de la Gestalt, y al retomar algunas ideas de Fritz, plantea que los seres humanos tienden a percibir las cosas u objetos del medio de forma organizada, como un todo estructurado, coherente y consistente, con características que asocia como propiedades permanentes. En cuanto a la percepción de las personas, plantea

que el ser humano percibe como invariables las características físicas, sus creencias, las capacidades, actitudes de la personalidad, etc.

Por lo tanto plantea una diferencia entre persona y objeto, y este radica en primera medida, que las personas se perciben de acuerdo a sus acciones y a los efectos que estas producen, es decir, causa y efecto. Determinando así la causalidad, la cual la define como la forma de organización cognitiva del medio social en donde se relacionan las personas y su entorno; también añade que las personas siempre están buscándole sentido al contexto y sus relaciones teniendo en cuenta que la persona genera las acciones y al mismo tiempo busca la causa de estas para relacionarlas con sus efectos.

Las personas al percibir el mundo social van más allá de los datos conductuales intenta encontrar relaciones que puedan ayudar a explicar los acontecimientos cambiantes, pero estos acontecimientos tiene que ver con la forma en que se percibe el mundo la cual orienta las relaciones con los demás permitiendo predecir las acciones de otras personas e influir en ellas. En este orden de ideas el ser humano se motiva para ordenar y dar sentido al mundo físico y social en el que se encuentra inmerso, en este sentido las cosas tiene que ver con un proceso de asociación debido a que las personas relacionan su conducta a factores internos o externos, es decir que siempre está buscando una relación con en las cosas y estas asociadas con otras

Para reforzar el concepto desde la psicología, se retoma a Ibáñez (2004) quien expone que la percepción “es un proceso por el cual obtenemos información de nuestro entorno y en particular a las personas y extendiéndose a los objetos que tengan un significado social por medio de los sentidos” permite captar la información del contexto con el fin de procesarla, plantea que es un proceso de construcción y reconstrucción de aquello percibido en particular las relaciones interpersonales e intergrupales.

Este autor plantea que la sociedad moldea los intereses de una persona y la entrena para esperar de ella lo que sea más consecuente y probable en una

sociedad determinada ya que esta sociedad se ha ganado un inmenso control del proceso mental y del mundo material (creaciones sociales) y este se debe a la comprensión y racionalización cada quien percibe, es decir que las personas interpretan el mundo de acuerdo a las construcciones sociales que determinan un contexto siempre y cuando estas personas tengan un recorrido socio histórico del medio.

Para dar nuestra propia interpretación sobre la comprensión de la percepción se retomaron conceptos teóricos basados en filosofía, antropología. Psicología, citados anteriormente en el marco teórico.

Por lo tanto, a manera de síntesis se plantea que la percepción está ligada a los procesos sensoriales, psicofísico y nerviosos conectados entre sí, y que dan origen a los estímulos que terminan en el cerebro motivando el reconocimiento de aspectos biológicos y sociales del ser humano. Esto se liga al conocimiento y acción, que parte justo en la gestación de la madre quien empieza a interactuar con el ser humano que viene en camino; científicamente se ha comprobado que el feto responde a estímulos sensoriales y de este modo va configurando aspectos de supervivencia y desarrollo.

Una vez el sujeto va tomando conciencia con las características representativas del conocimiento que es selectivo va constituyendo los objeto, interacciones y actos como recuerdos de la memoria y como experiencia previas, las cuales va transformando a través de la socialización, en primer lugar de la madre, seguido de los familiares, posteriormente del grupo de pares y de manera transversal en los anteriores, la sociedad, quienes brindan los condicionamientos socio-culturales que sirven para el reconocimiento de del objeto o acto en particular y las vivencias e interacciones sociales de las personas.

Por lo tanto, la madre es la primera figura que estimula la formación físico mental del ser humano. Una vez nace el niño, ella le va brindando paulatinamente las herramientas para que el niño vaya transformando las diferentes impresiones sensoriales las cuales se van organizando, proporcionando los sentidos para

poseer una perspectiva del mundo, unitario y estructurado, relievando mayorazgos permanentes.

En este orden de ideas la percepción implica procesos, (construcciones sociales) elaboraciones y síntesis de contenidos, construido, reconstruido e identificado de manera consciente y crítica, basados en las relaciones causa y efecto de los fenómenos, para ajustarlos al estilo de vida del sujeto. Por lo tanto son actos que despiertan interés que se realzan y asocia con los conocimientos históricos que tenga sobre él, para darle comprensión al mismo y su relación con sus vivencias, en particular las relaciones interpersonales e intergrupales, que pueden ser predecibles e incluso influir en ellas. Es decir que la percepción permite una visión del pasado presente y futuro.

En este orden de ideas, planteamos que la percepción es un proceso transversal en la vida del ser humano, pero que este proceso se da de manera transitoria por que la mente capta una experiencia nueva, la elabora a través de la crítica y el análisis del suceso, para interpretarlo según su conveniencia y de acuerdo a los esquema mentales o imaginarios de vida, para llevar a cabo su propio desarrollo de vida.

Finalmente se articula el interaccionismo simbólico con la percepción y la acción social para profundizar en la comprensión del tema. Según Moran (2007) el interaccionismo simbólico permite el abordaje de los elementos subjetivos de la acción social entre otras para comprender las manifestaciones de la realidad social, entendiendo que esta no solo obedece a la parte objetiva de las situaciones humanas, sino al sentido que estas tienen para los sujetos al momento de interactuar, donde los símbolos permiten trascender en el estímulo sensorial, lo cual amplía la percepción del acto, el contexto y la comprensión de las acciones.

Se debe comprender que los signos y significados son productos de la interacción social donde tiene relevancia la comunicación, la cual se constituye como la esencia de la producción social, por lo tanto el signo y la comunicación permiten a través de la percepción seleccionar, organizar, reproducir, transformar y

desencadenar los significados que intervienen en la construcción de la conducta humana y los procesos interpretativos en pro de las expectativas y propósitos.

Por lo tanto el Interaccionismo simbólico como paradigma alude a la comparación de signos (cargas simbólicas) que aumentan la comprensión de las relaciones sociales y personales de manera ilimitada, permitiendo la interpretación, el entendimiento crítico, objetivo y con sentido, permite además trascender en las relaciones e interacciones sociales, ampliar la percepción, comprender los fenómenos sociales y los sentimientos de las personas, de igual forma permite la comprensión del comportamiento humano y el contexto donde se desarrolla, lugar donde se presentan situaciones reales con sus consecuencias, oportunidades y plantea las posibles formas de superación de los problemas sentidos por una población en particular, la cual está cargada de subjetividad para comprender las expresiones sociales y significativas en la vida de los seres humanos.

De igual forma este paradigma permite un abordaje holístico, histórico y desarrollista al momento de investigar o intervenir una comunidad en particular. Además se apoya en la interacción de las personas y como estas significan un contexto determinado para desenvolverse en el. Atendiendo que las personas nacen y deben aprender todo a través de los sentidos y se deben a los signos y la comunicación para desenvolverse de acuerdo al contexto.

En este orden de ideas, los procesos metodológicos abordados desde este paradigma, permiten al trabajador social una comprensión de la realidad de una manera creativa y través de la percepción de los sujetos, entendiendo que el conocimiento son actos de conciencia o vivencias donde hay un sujeto, un objeto y que entre estos se da una interacción social y simbólica cargada de una intencionalidad subjetiva.

Con las consideraciones anteriores y para mayor comprensión, se puede abordar los postulados de la acción la cual y según Arendt (1993) comienza justo al momento de nacer, cuando se constituye como un ser humano “distinto y único entre iguales” es decir que a pesar de las diferencias humanas el hombre se

constituye como la única especie capaz de relacionarse a través del discurso y la acción, de una manera racional y transformadora, dejando ver su razón de ser, su identidad en la relación e interacción con los demás para alcanzar un fin.

Se destaca que la acción requiere un sujeto en relación con demás, que estos a su vez hacen la historia, de este modo, se le brinda la importancia a las relaciones e interacciones directas que marcan la acción y el discurso, se plantea que solo cuando se está actuando en comunidad y a través de la palabra los actos de los hombres se coinvierten en acciones encadenadas que producen nuevos procesos de acción con sus propias reacciones y que involucran a más personas.

Por lo tanto considerando que el hombre se relaciona de manera abierta y que sus actos involucran el entorno, se destaca que el acto más pequeño trasciende a pesar de las limitaciones que tenga, y que la palabra en la interacción puede cambiar cualquier aspecto en la vida de las personas. Es decir que si una persona está ejecutando un acto independiente este afecta algo o a alguien y que al mismo tiempo, si este es observado y le dirigen la palabra en torno a su acto, este será modificado debido a la interacción con los demás, se aclara que frente a esto queda inmerso el contexto inmediato y la percepción de los acontecimientos de acuerdo al proceso socio histórico de cada quien.

En este orden de ideas, se destaca la capacidad para actuar del ser humano y comenzar nuevas actividades, que van cambiando paulatinamente las relaciones sociales y el contexto sin percibir el fin del acto mismo.

Si bien la acción es relevante para la comprensión de la humanidad se debe tener claro que solo analizando los significados de dicha acción es que puede interpretar y dotar de sentido la realidad social, realidad que esta mediada según Mead (citado en Moran 2007) por procesos orgánicos basados en los impulsos pero no espontáneos sino secuenciales y vivenciales que permiten tomar las decisiones adecuadas para satisfacer las necesidades, teniendo en cuenta la percepción que permite analizar las diferentes respuestas que se dan a través de las imágenes mentales para que se seleccione la respuesta adecuada a cada acción.

Otro aspecto relevante es la manipulación de la información manifiesta en los anteriores presupuestos (impulso y percepción) que permiten la observación del contexto y los objetos, dentro de su utilidad y/o beneficio para la elección de una decisión. De este modo se consuma el emprendimiento de una acción determinada con el propósito de satisfacer un impulso original, teniendo en cuenta que para ello se llevó a cabo un proceso racional, analítico y considerado dentro de los beneficios en el desarrollo social y personal

CAPITULO III

MARCO CONTEXTUAL

Fuente: ASEPAILA 2010



Valle del Cauca



Zarzal



La Paila Corregimiento de Zarzal



Foto: corregimiento La Paila, (ASEPAILA, 2010)

3.1. MARCO CONTEXTUAL DE LA PAILA VALLE

La Paila es un corregimiento perteneciente a la zona rural del municipio de Zarzal Valle del Cauca, Colombia, el cual se encuentra ubicado entre la cordillera occidental y central, a 975 metros a nivel del mar y cuenta con una extensión de 120.6 Km². Este corregimiento cuenta con una población de 10.300 habitantes aproximadamente, los cuales forman parte de los habitantes del municipio de Zarzal.

Entre sus límites se encuentran: al occidente con el río Cauca que lo separa de Roldanillo y Bolívar; al oriente, con el río Totoro que lo separa del municipio de Sevilla; al norte el río las cañas que lo separa de la cabecera municipal (Zarzal); y al sur, la quebrada Murillo que lo separa del municipio de Bugalagrande.

En cuanto a la dimensión organizacional se puede mencionar que la población Paileña se caracteriza por sus instituciones públicas y privadas. Dentro de las privadas se destacan: Colombina S.A, Ríopaila S.A, Bombolandia, ASEPAILA, IDLA, sindicatos Cobiestracol y Sintrariopaila, Centro Recreacional Confandi y centro de salud. De igual manera cuenta con organizaciones comunitarias como las Juntas de acción comunal, de las cuales se destacan: junta central La Paila, Villa Del Río y Belisario Caicedo, así mismo cuenta con otras organizaciones de base como la Cruz Roja, la Defensa Civil y la Inspección de Policía.

A nivel educativo se destacan: **la Institución Educativa Antonio Nariño** (de la cual se hablará ampliamente más adelante), el Colegio Hernando Caicedo que es una entidad privada que en asocio con la fundación Caicedo González, enseña primaria y secundaria, es una institución de carácter mixto y con énfasis empresarial. En la última década ha venido prestando su sede a los CERES y al SENA, instituciones de educación superior, la primera de carácter privado y la segunda estatal. de igual manera se encuentran el Hogar infantil Santa Cecilia, el Hogar infantil Fundación Colombina y la Casa de la Cultura.

La Paila tiene una amplia cobertura educativa, expresada en 98,3% de personas que han realizado algún tipo de estudio, en donde se puede ubicar el 35% a nivel secundario, seguido de un 20,3% con una secundaria incompleta, entre estos se

encuentran adultos que nunca terminaron sus estudios secundarios y jóvenes que aún están en su proceso educativo; continuando en este orden encontramos un 15.6% con una primaria incompleta, en estos conceptos aplica los mismos términos que la anterior (adultos sin terminar la primaria y niños en proceso educativo). El 12,8% corresponde a una primaria completa, estos son los datos más representativos, por lo tanto se puede concluir que el 83,7% de la población solo llega a una educación media (secundaria). Los datos reflejan solo un 3,6% de personas con estudios universitarios y el 6,7% con estudios técnicos (Otalvaro y Borboyes 2011).

Además de una amplia cobertura escolar en el corregimiento de La Paila se pueden observar sitios de recreación como: parque recreacional COMFANDI, el estadio o cancha de fútbol central, el parque central, un parque lineal a la orilla de la acequia, una cancha de micro-fútbol en el centro de la población y un centro deportivo perteneciente al Ingenio Ríopaila, el cual permite el acceso a la comunidad.

En cuanto a la dimensión económica se evidencia que las empresas Colombina y Ríopaila son la fuente de empleo más importante para esta población, así lo demuestra un informe realizado por la empresa privada Colombina (fábrica que produce dulces o transforma los derivados del azúcar) en el año 2010 donde afirman que trabajan directamente en la empresa 1.052 personas, por servicios temporales 1.212 personas, para un total de 2.264 personas. De este gran total 214 son mujeres y 838 hombres con contratos directos con Colombina y 336 mujeres, 876 hombres con contrato indirecto o por servicios. Los anteriores trabajadores o empleados pertenecen a las ciudades de Zarzal, Tuluá, Andalucía, Bugalagrande y la Paila siendo esta última la mayor aportante de la mano de obra para dichas empresas. El informe de gestión del IDLA (2010) (instituto para el desarrollo de la Paila) indica que este contrata personal calificado para ponerlo a disposición de la empresa Colombina y Ríopaila, para oficios varios, además tiene proceso de confección de ropa industrial.

Pasando ahora a la dimensión de salud según Borboyes y Otalvaro (2011) plantean que el servicio de salud tiene una cobertura amplia (96.1%). Se aprecia un alto porcentaje (59.2%) de personas afiliadas al régimen contributivo y el 36.9% se encuentran afiliados al régimen subsidiado, por lo tanto se puede concluir que el corregimiento de La Paila está cubierto casi en su totalidad (96.1%).

Se puede apreciar también, que en el corregimiento de la Paila, cuenta con unas zonas de comercio que permite la satisfacción de las necesidades básicas del sector, pero también se destacan sitios de ocio o integración social como **bares, discotecas, estanquillos y expendios menores de bebidas alcohólicas**³ **donde frecuentemente asisten personas de diferentes edades y estratos socioeconómicos.**

En la localidad existen 16 unidades de negocio entre bares y discotecas y los negocios como graneros, tiendas medianas y kioscos todos venden bebidas alcohólicas, esto desde luego, deja a la población inmersa en un contexto donde el licor se encuentra en cualquier lugar, a pesar de tener una normatividad legal. Normatividad que se evade de alguna manera para que el consumo se pueda llevar a cabo, es decir, cualquiera puede comprar licor, incluido los menores de edad, lo que claramente deja en evidencia un consumo de alcohol legitimado y tolerado socialmente indispensable para actividades relacionadas a la diversión, el ocio y el uso del tiempo libre.

Se resalta que la práctica del consumo de alcohol se complejiza para los jóvenes y adultos, por que quienes no ingresen a los bares y discotecas, lo hacen en el parque central de la población Paileña, lugar libre de restricciones al respecto.

Según las características del contexto (multirracial y multicultural) Burbano y Solano (2005) destacan que el 47.7% de la población se auto-reconocen como afrodescendientes, mientras que la población indígena alcanza solo el 0.2% y la

³ **Bares:** sitios de consumo de alcohol, para hombres que buscan compañía de mujeres para la diversión y el sexo. **Discotecas:** sitios de consumo donde se relacionan las personas en torno al baile y la diversión. **Estanquillos:** expendios de bebidas alcohólicas de todo tipo. **Expendios menores de bebidas alcohólicas:** refiere a la venta de alcohol que se da en los supermercados y tiendas de la localidad.

población sin reconocimiento étnico representa la mayor parte de la misma con el 52%.

Por otro lado, es notable la influencia del sector industrial en los estilos de vida, en los que se observa una comercialización y distribución de bebidas alcohólicas, para las cuales los adolescentes no son ajenos a estas, y las empiezan a internalizar no solo como practica que está adscrita a su legado cultural sino como símbolo de recreación y de socialización, además de reafirman su tránsito hacia el adulto.

Lo anteriormente mencionado ha llevado a que la Paila, sea reconocida como “*e/ Juanchito del norte*” haciendo alusión a la zona más rumbera de la ciudad de Cali, según una entrevista realizada al líder Robert Tulio Munera en el año (2013)⁴ se logra destacar que la Paila ha sido un corregimiento acogedor donde la gente de la zona del norte, de la zona del centro vienen a departir los fines de semana y ha llevado a que los jóvenes no encuentren más asidero en los fines de semana, sino en las discotecas, en las fuentes, además argumentó su pensamiento con un dato estadístico donde afirmó lo siguiente:

“(...) en los datos del departamento del Valle del Cauca en la licorera del Valle por la parte de la densidad poblacional, nuestro corregimiento en el consumo de licor, hablemos aguardiente, hablemos ron, hablemos cualquier tipo de licor nuestro departamento está por encima de poblaciones centradas como Tuluá, como Buga, como Palmira, hace parte como si fuéramos casi después de Cali, Buenaventura como la población de más consumo de licor; es triste que ese galardón nos lo estemos llevando en las estadísticas del departamento, por eso nosotros, se perdieron muchas cosas que era lo que estábamos buscando en la parte cultural, pero aquí ya llego otro ambiente, otra situación que pues no me atrevería a nombrarla empezó a enredar y a dañar toda esta cultura y toda esta situación que los Paileños vivíamos y ya somos estigmatizados desde el punto de vista de la parte criminal, de la parte social, de la parte de bandas, y de todo eso; hasta eso hemos llegado”.(Entrevista realizada al líder comunitario Robert Tulio Munera, 2013)

⁴ Entrevista realizada por el estudiante José Reinelio Borboyes en junio del 2013, con el propósito de identificar la acción colectiva en el corregimiento de la Paila. Dicha entrevista era parte del trabajo final requerido por la asignatura acciones colectivas y movimientos sociales, ofrecida en la Universidad del Valle Sede Zarzal durante el periodo académico febrero- junio 2013.

Según el comisario de familia del municipio de Zarzal Dr. Abelardo Cabrera en entrevista informal del estudiante José Borboyes (2010) y sobre los problemas del consumo de alcohol mencionó que los problemas sociales que se pueden evidenciar, son: problemas callejeros, riñas entre grupos, riñas entre parejas, daños locativos etc. Entre los problemas familiares se encuentran, abandono de hogares, en algunos casos asociados al consumo, irresponsabilidad alimentaria, maltrato físico y psicológico además de los suicidios y homicidios que se presentan en los fines de semana por causa del consumo de alcohol. En cuanto a los problemas laborales, estos están relacionados con la irresponsabilidad laboral que lleva a las empresas al despido de los trabajadores por llegar en estado de embriaguez y por último se encuentran los problemas psicológicos que se evidencian con depresiones, baja auto estima y trastorno o desorden de la personalidad.

Por otro lado, desde la perspectiva de los adolescentes Paileños, se argumenta que la posible carencia de otros escenarios donde los jóvenes puedan dedicarse a otras actividades, es lo ha hecho que la práctica de consumo se vuelva más frecuente y se convierta en un medio de diversión accesible.

“Me gustaría que fuera un pueblo que tuviera más entretenimiento para la juventud más parques cines etc. mas deporte, si en el pueblo existieran esas cosas no hubiera tanto consumo cuando se sale un sábado en la noche uno no sabe ni a donde ir no se puede decir vamos a cine o algo así porque lo único que se ve son bailaderos abiertos (...) (Mujer, entrevista)

“Al no haber otras cosas, obviamente se opta por consumir alcohol y por el alcohol entran otras drogas, por ejemplo a mi me gustaría los fines de semana ver una película, ir a un teatro, salir a comer”... (Mujer, entrevista)

“Este pueblo debe tener más centros de recreación donde des estresarse porque la verdad aquí no hay nada donde se pueda practicar deporte pienso que esto debería tener algo mejor para las noches o fines de semana. El alcohol es difícil dejarlo pero si existieran esos espacios uno rebajaría el consumo por que una persona sin hacer nada se va a lo que primero lo invitan y lo que más invitan es a tomar”... (Hombre, entrevista)

Los anteriores antecedentes despiertan un interés por buscar otras formas para comprender la percibido del consumo de alcohol por los adolescentes y poder

plantear estrategias que permitan trabajar este tema de una manera asertiva, ya que se considera que, la posición social en la que cada uno de estos adolescentes se ubica, promueve la determinación de ciertas pautas y prácticas que habilitan una mayor utilización del alcohol.

Se destaca que la economía del lugar proveniente de las empresas favorecen los recursos para el consumo de los adolescentes y que además este resulta altamente funcional para el cumplimiento de las demandas de la sociedad que incita el consumo como único medio de diversión e integración.

Otro aspecto que toma relevancia para esta investigación es la escuela; esta última seduce el conocer qué tipo de estrategias han creado para abordar esta temática y qué papel ha jugado al respecto. A continuación se presenta una caracterización de la Institución Educativa Nariño ya que es la que reúne la mayor parte de la población estudiantil y es el escenario donde se llevó a cabo la investigación sobre la percepción del consumo de alcohol.



Foto: Portada, Institución educativa Antonio Nariño (Manual o Pacto de Convivencia, 2012).

La **Institución Educativa Antonio Nariño**, está ubicada cra. 4, calle 9, esquina. Según el manual de convivencia (2012) es un establecimiento oficial aprobado por

resolución 1929 de septiembre de 2002, con el nit. 800255856-4. Su representante legal es la licenciada Nancy Ramos Molina. La institución es regulada por la ley 115, decreto 3011 y el PEI.⁵ Esta institución es de carácter público y tiene un énfasis tecnológico y empresarial; además ofrecen estudios nocturnos en los cuales enseña primaria y secundaria al igual que en la jornada diurna y es de carácter mixto. Su jornada educativa está comprendida por jornadas de: 6:45 – 12:05 pm, mañana, 12:15 – 6:15 pm, tarde, 6:30 – 10:30 pm, noche.

Comprende un personal directivo que está conformado por 1 rectora. 2 coordinadores, 44 docentes. Personal administrativo: 1 pagador. 1 auxiliar administrativo. 1 bibliotecaria. 1 secretarias. 2 vigilantes. 4 servicios generales. Para un total de 56 personas que laboran en la institución.

Cuenta con 1.101 estudiantes, de los cuales 56 están cursando el último grado de la secundaria (en 11-1 cursan un total de 29 estudiantes y en 11-2 un total de 27 estudiantes).

La institución Antonio Nariño cuenta con una sede llamada República de Colombia, la cual brinda educación preescolar, primaria y secundaria de carácter mixto. Con una jornada diurna y se ciñe a los lineamientos de la institución Antonio Nariño



Foto: Escuela República de Colombia, periferia parque central.

⁵ Proyecto Educativo Institucional.

Dentro de su objetivo institucional está primero el de implementar acciones que motiven la participación del 100% del personal en la modernización institucional, segundo definir el modelo pedagógico institucional de acuerdo a los resultados del diagnóstico interno y externo de la institución y tercero formar líderes que orienten la convivencia ciudadana, el respeto mutuo y la tolerancia en el medio que lo rodea.

En cuanto a los valores institucionales se destacan: el **respeto** para tratar a todos y cada uno de los miembros de la comunidad educativa, la **Tolerancia** para aceptar las diferencias entre los miembros, la **Responsabilidad** para generar conciencia acerca de las consecuencias de lo que hacemos o dejamos de hacer de acuerdo a las funciones de cada uno.

La **Honestidad** para actuar de manera transparente con todos, la **Justicia** para dar a cada uno lo que le corresponde o le pertenece, la **Perseverancia** para mantenerse constante en la consecución de logros y metas que mejoren su calidad de vida, el **Sentido de** demostrar mayor compromiso con la institución, querer la institución e identificarse con ella, el **Liderazgo** para generar ideas de negocio y llevarlas a cabo y por último el **Trabajo en equipo** para alcanzar metas propuestas y crecer personalmente.

En cuanto al P.E.I. este propende por la formación de un estudiante que incorpore a su vida personal la práctica cotidiana de los valores morales, éticos, sociales y ambientales con el solo propósito de que en su devenir con la sociedad en la que está inmerso, la transforme en un escenario posible para todos, valore el trabajo como una actividad que siendo personal, contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad a la que pertenece. Promueve en todos los entornos donde se desarrolle como persona, ambientes de convivencia pacífica y armónicas relaciones que conlleven a la consecución de la paz y el reconocimiento de la diversidad cultural.

En este orden de ideas los 56 adolescentes que pertenecen a dicha institución se caracterizan por ser estudiantes comprendidos entre los 16 y 19 años de edad, quienes comparten dos aulas del colegio de manera mixta es decir que se relacionan entre los géneros (hombres y mujeres).

CAPITULO IV

4.1. HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN



Foto: grupo focal de la investigación (2013)

Para insertarnos en el análisis de los hallazgos es necesario retomar del marco teórico a Burgos (2005) quien plantea que la percepción integra, reúne, coordina, clasifica y estabiliza los datos elementales que proporcionan los sentidos para tener una visión del mundo, unitaria y estructurada, en la cual se enmarcan las dimensiones, la distancia, el tiempo, el espacio y profundidad; es decir, que a través de la percepción las personas hacen una comprensión del mundo desde la visión y vivencias que tienen del mismo, lo que conlleva a cada persona a percibir el mundo de distinta manera y en relación con su cosmovisión latente.

Se comprende que la percepción es un proceso cognitivo que se da en la intersubjetividad de los individuos, pero se considera que esta no fuera posible si no se tiene en cuenta el modo o manera que el sujeto, aprende de la vida y la manera en que ellos se relacionan con el contexto y las interacciones familiares y sociales.

En este orden de ideas se retoma a Bandura (1987) para determinar los conceptos que guiarán el tema, de este modo este autor plantea que el aprendizaje social, es un proceso transversal en el transcurso de la vida de un sujeto, quien se ve influenciado no solo por el nivel primario (la familia) sino por el secundario (la sociedad) donde al igual interviene la cultura y el contexto social, es decir que el aprendizaje social es complejo y holístico ya que abarca todos los aspectos de la vida.

El autor plantea que el aprendizaje social se da a partir de la imitación, la cual tiene un alto compromiso con la observación, entrando en juego los sentidos y un proceso cognitivo de sujeto. Esta imitación se da a través de la observación de la conducta y respuesta de los modelos a seguir, de este modo el sujeto analiza lo anterior y con base a su criterio adopta lo que le sirve para la vida. La imitación también se da a través del refuerzo de los modelos que ejercen motivaciones o represiones en el sujeto o que recompensan una conducta, la cual va cambiando de acuerdo a las vivencias en el contexto y de acuerdo al desarrollo biológico del sujeto, que en últimas permite o no el aprendizaje.

De este modo, el sujeto está todo el tiempo observando y al mismo tiempo interactuando con el mundo social, donde el consumo de alcohol se convierte en un objeto simbólico sobre el cual actúan, seleccionan, organizan, reproducen y transforman los significados en los procesos interpretativos en función de sus expectativas y propósitos, de modo que los adolescentes Paileños, han apropiado la práctica del consumo de alcohol de acuerdo sus propósitos y más aún cuando han vivido en medio de un consumo el cual es validado social y adoptado como una práctica cultural la cual ha arrojado una identidad en torno a la misma.

Por lo tanto, al interactuar en relación al consumo no solo desde el contexto inmediato, sino también en el ámbito familiar (padres y/o cuidadores) consumiendo frente a ellos, están favoreciendo la interiorización del consumo en ellos y sin un ejercicio reflexivo previo. En este orden de ideas vemos como los adolescentes han tenido relación con el alcohol desde la infancia y un consumo a temprana edad, por lo tanto se reconoce un consumo de alcohol transversal y socialmente aceptado.

“yo lo relaciono desde los 8 años cuando mi padre tomaba mucho aunque todavía lo hace en la casa, los fines de semana el llegaba tipo 3 de la mañana y lo despertaba a uno; tenía que quedarme con él mientras tomaba. Yo consumo desde los 15 más que todo por las fechas especiales como diciembre, uno se lo toma en familia” (Hombre, grupo focal)

“Yo desde los 7 años lo relaciono y consumo desde los 13 años más o menos” (Hombre, grupo focal).

“Yo desde los 6 años cuando veía a mi papá y vine a consumir desde los 15 años” (Hombre, grupo focal)

Frente a la continuidad del consumo, se da un periodo en que la familia ya no tiene que reforzar la práctica, esta se interioriza en el adolescente, por lo tanto el pasa a realizarla como un estilo de vida.

“yo también, no desde los 5 pero como desde los 8 o 9 años y fue algo que ya empezó así muy constantemente pero porque a mí me ha tocado vivir con mis tíos, mis primos, mi mamá toda mi familia; en mi vida si tengo muchas historias de consumo pues casi a toda mi familia le ha gustado el trago en especial por ejemplo mi tío , mi tía mi mamá porque

desde muy pequeños ellos se escapaban dizque para beber y les quedo gustando; cuando uno se mete en eso es difícil salir (...) (Mujer, grupo focal)

(...) no vivo con mi padre hace 4 años, pues a mi padrastro le gusta tomar y mi mamá toma de vez en cuando, mi mamá siempre dice que si voy a tomar que sea suave o que no vaya a llegar muy tarde a la casa" (Hombre, grupo focal)

Lo anterior sucede debido a la interiorización de la práctica, la acción de consumo como interacción comunicativa, como proceso interpersonal y al mismo tiempo autoreflexivo, le permite al infante asociarla a lo recreativo (diversión e integración), por lo tanto cuando se reprime al adolescente frente al consumo se genera la ambivalencia en él, y esto refuerza la toma de decisiones de acuerdo a las vivencias.

En este orden de ideas la percepción tiene sus limitaciones porque no permite un abordaje holístico de lo observado, y no se quiere plantear que esto sea apropiado o no, sino que si la percepción permite centrar la atención en algo en particular, se debe dar claridad que este algo esta mediado por el contexto, la historia, la cultura y las formas de socialización de un sujeto.

4.2. UNA MIRADA HACIA LA POBLACION ADOLESCENTE EN EL CORREGIMIENTO PAILEÑO, ¿UN CONSUMO PROBLEMATIZADO?

Hablar sobre las percepciones del consumo de alcohol implica dedicar un espacio importante a cuestiones referidas a las experiencias que ha vivido el sujeto en su entorno familiar, individual y social, partiendo de estas se identifica que tanto han incidido para que finalmente el adolescente estructure un esquema interpretativo y valorativo con respecto a la práctica del consumo de alcohol.

4.2.1 EXPERIENCIAS FAMILIARES Y CONSUMO DE ALCOHOL

La familia es el primer contexto socializador (no siendo el único) por medio del cual, sobre todo en la primera infancia, se alimenta el ser humano de elementos propios de la cultura que incluye valores, creencias, representaciones, modelos, productos de la socialización e interacción con el ambiente natural, social y

cultural. Por tal razón este capítulo se centrará en describir las primeras experiencias familiares que tuvieron los adolescentes con relación al consumo de alcohol para destacar la importancia que cumple esta en la configuración de la percepción.

Al explorar las experiencias familiares de cada uno de los adolescentes con respecto al consumo de alcohol, se encontró que se empieza a establecer una relación con este alrededor de los 5 a 8 años cuando era empleado para celebrar fechas especiales tales como: día de la madre, cumpleaños y fin de año (diciembres) es decir termino de un ciclo, asociado a ritos de pasaje, viéndose a partir de allí cómo desde la familia se empieza a legitimar y a tolerar el uso de la sustancia, la cual se percibe gratificante por el infante quien se encuentra receptivo frente a lo que observa.

Esa imagen placentera queda grabada en el infante, tornándose luego contradictoria cuando pasa a la adolescencia, pues en la infancia la familia no hace esfuerzo en educar y acompañar porque se tiende a ver al niño/a como alguien que le resta importancia al consumo, por lo tanto los padres presumen que no existe el riesgo de consumo para sus hijos, ya al pasar a la adolescencia se observa que hay una pretensión de hacer ese acompañamiento pero este termina siendo complejo porque el sujeto ya ha incorporado e instaurado una práctica avalada por sus figuras identitarias y modificar ese imaginario dado un momento le tomaría tiempo.

“Tengo conocimiento del alcohol como a la edad de 5 años, yo veía que mis padres se sentaban a tomar delante de nosotros y mi familia también, pero empecé a consumir alcohol desde los 15 años”. (Mujer, grupo focal)

“Yo desde los 6 años cuando veía a mi papá” (Hombre, grupo focal)

“Yo también, no desde los 5 pero como desde los 8 o 9 años y fue algo que ya empezó así muy constantemente pero porque a mí me ha tocado vivir con mis tíos, mis primos, mi mamá, toda mi familia completa más o menos 20 personas (...)” (Mujer, grupo focal)

Así se llega a identificar cómo su primera experiencia se da a temprana edad y a través de la interacción con sus familiares, es decir que la experiencia con el alcohol se evidencia desde la infancia y es incitada desde casa, desde el momento en que las figuras de identificación (padres o cuidadores) realizan estas prácticas de consumo, de este modo se podría decir que se va configurando la percepción con una invisibilidad del riesgo. Estos procesos son forjados a través del modelado, el cual se da desde la infancia, según Burgos (2005) la percepción es un proceso cognitivo por lo tanto este se presenta de forma única, integral y estable, en este orden de ideas, se evidencia que la percepción permite poner en juego los elementos físicos y sensibles que nos proporcionan los sentidos (tacto, vista, etc.) desde los inicios de vida. Se resalta que la percepción es un proceso transitorio que se va reconfigurando a partir de las experiencias.

Como consecuencia la percepción del niño se refuerza al ver el agrado de su familia al consumir y él lo configura como satisfactorio; la percepción estaría acompañada básicamente por la integración y cohesión familiar, el alcohol es percibido como instrumento socializador en que se aprende a establecer una relación positiva que permite hacer la realidad más “amable” y sin dañar en el sujeto su conciencia sobre el mundo externo.

“Para mí el alcohol significa estar en familia” (Hombre, grupo focal)

“Para mí muy importante no es (el alcohol), pero en momentos en que uno está con la familia si lo es, porque se pasa más chévere se comparte más con los familiares y como mi familia es grande se toma bastante aunque a mí no me gusta mucho”. (Hombre, grupo focal)

“Es como un medio de integración por ejemplo en mi familia es un modo de integrarnos, porque muchos están lejos y yo lo veo así como un modo de compartir” (Hombre, grupo focal)

Se destaca que en la infancia los padres no se interesan en estipular unos límites frente al consumo. La infancia alude a una serie de imágenes compartidas socialmente, como niños y niñas de corta edad, la escuela, los juegos de patio, cuentos infantiles, el aprendizaje, el cuidado paterno y materno, la televisión, etc.; es decir, una serie de imágenes que forman parte del mapa cognitivo que se

comparte colectivamente (Álvarez, 2001) y además el consumo de alcohol no se da en este ciclo vital, pero si es percibido por el niño/a.

Presumiendo este aspecto, los padres pasan por alto que el niño/a está reconociendo el mundo que lo rodea y por eso no se detienen en realizar un ejercicio reflexivo de significados en torno a la sustancia.

En sus relatos, los adolescentes resaltan que fueron objeto instrumental directo para sus familias, quienes valiéndose de su poder de dominio sobre ellos los utilizaron como “mandaderos” para adquirir la sustancia en los sitios de comercialización menor (estanquillos o tiendas). En la relación padres/ hijos o adultos/ niños se da necesariamente un proceso de socialización, en el que hay ingrediente de “poder”, es decir de dominio del adulto sobre el niño; por lo tanto esa relación ubica al niño (en la organización familiar) a una condición de subordinación, posición que le ha sido otorgada no solamente por la legislación o por un acuerdo cultural legítimo que plantee que los padres tienen poder sobre su prole, sino también por la interacción que se establece en la diada padres/ hijos (Maldonado, 2002: 154).

Partiendo de esta idea, se ratifica en la alejada percepción de riesgo que manejaban los padres al respecto y de la naturalización en la cotidianidad familiar de la sustancia como algo legítimo, aspecto que deja ver una relación estrecha del hombre y la sustancia que influye o está presente en las interacciones que permean la subjetividad de un individuo desde la configuración de su identidad en la primera infancia.

“Yo relaciono el consumo con el contexto familiar porque yo tenía una amiga y nos ponían ir vaya y vuelva al estanquillo” (Hombre, grupo focal)

“Una vez en la casa me mandaron a comprar una botella de aguardiente pero a mí no me la vendían” (Mujer, grupo focal)

Este testimonio da cuenta de la manera que opera algunas veces el sistema social frente al papel que juega en ese momento el niño (a) (“mandadero”)⁶ pasando a

⁶ Término empleado popularmente para designar a una persona, niño (a) una labor que no puede ser por el momento realizada por quien la asigna (madre/ padre).

ser permisiva, es decir que se presenta una desatención frente a la ley que regula la comercialización de la sustancia a los menores de edad, a ser corregida (cumplir la norma establecida). Esa ambivalencia se irá instaurando en la estructura psíquica del sujeto y le permitirá adoptar una creencia en doble vía, es decir que cuando se utiliza la palabra “malo”, está implícito que la estamos contrastando con la palabra “bueno”, según Kelly (citado en Dallos, 1996) “creer en algo supone que existe lo opuesto”, pero para esta etapa (infancia) primará la creencia que el alcohol es algo benéfico y los niños/as se convertirán en consumidores simples, que aprenden y reconocen que la bebida o la sustancia puede ser utilizada con fines diversos, recreativos, socioculturales, sin deteriorar el bienestar colectivo o individual.

A medida que el niño/a se va desarrollando y alcanzando un mayor nivel de elaboración cognitiva, aprende a identificar que el consumo de alcohol resulta problemático en el momento en que ven a los adultos involucrados en conflictos familiares (discusiones, peleas) o cuando observan una alteración mayor de la conciencia, por ejemplo cuando pierden momentáneamente el control y la coordinación del cuerpo, obligándolos en algunas ocasiones a cumplir un rol de cuidadores; por lo tanto estos eventos pasan a percibirse como no deseables y se convierten en experiencias que incidirán en la forma de relacionarse con la sustancia, es decir, se podrá establecer una relación en la que no alcance los excesos o en casos más extremos restringir la relación con esta.

Así, la percepción sobre el consumo de alcohol se va estableciendo pero marcada por las contradicciones que se manejan en el mundo al que se está inmerso, por lo tanto, la valoración e interpretación del consumo en esta etapa del ciclo vital estaría enmarcada dentro de la dualidad: benéfica/ perjudicial.

“yo si he tenido muchas experiencias me ha tocado ir por mis tíos a los bailaderos y eso a veces es hasta vergonzoso porque lo ven a uno metido (...) el hecho de uno estar ahí me ha tocado entrarlos a veces limpiarles el vómito cosas que realmente me han hecho como cogerle rabia al alcohol” (Mujer, grupo focal)

“A mi prima desde los 10 años la vi borracha en el parque me dio como pesar y yo fui con ella y la traje porque ella es de esas personas que se emborracha y se deja tocar de todo

mundo entonces, me daba como pesar y yo veía eso y decía no es como ese miedo de entrar en el consumo del alcohol por que yo veía a mis primas así.” (Mujer, grupo focal)

Otro aspecto que da cuenta de esa dualidad, es cuando los adolescentes narran que algunos padres o cuidadores pretenden demostrar con sus conductas afectadas por el alcohol que no se debe consumir o “pasarse” no solo porque se lo digan sino porque se lo están demostrando; esta conducta visible lleva al adolescente a un estado de confusión, que puede hacer dos cosas: optar por considerar el mensaje explícito (las recomendaciones o advertencias) o terminar finalmente reproduciendo esta pauta:

“una persona que consume y le diga a otra que no consuma, de pronto lo hace porque no quiere que uno se meta a ese mismo vicio y si yo lo veo haciendo para que me voy a meter a algo que sé que está mal” (Mujer, grupo focal)

Inevitablemente la figuras parentales moldean la conducta la de los hijos e hijas con sus actitudes (Maldonado, 2006: 154), por lo tanto, el rol del adulto puede ir desde el prohibicionismo hasta la permisividad y el consentimiento total que se puede consumir libremente alcohol. A pesar de la dualidad que encierra el consumir alcohol, se evidencia que ese consumo puede resultar siendo reflexivo en el momento en que el adolescente activa un juego compensatorio en el cual evalúa qué gana y qué pierde al tomar y al hacerlo podrá o no configurar una percepción de riesgo⁷.

Así, el consumo de alcohol se empieza a percibir como “problemático” cuando el sujeto pasa a la etapa de la adolescencia; tradicionalmente, se ha relacionado este ciclo vital como un factor decisivo en el inicio del consumo de todo tipo de drogas y en especial del alcohol: este estadio está marcado por dos características claves que son: la sensación de invulnerabilidad y la búsqueda de sensaciones, factores que someten a los adolescentes al máximo riesgo y esto desde luego los pueden llevar a involucrarse en diversas problemáticas de

⁷La percepción del riesgo es cultural, esto significa que se construye socialmente de acuerdo a las condiciones socioculturales de cada sujeto y a su entramado con un contexto socio-histórico y modelos culturales vigentes (Beck, 1998).

relevancia social y susceptible al consumo inicial de alcohol” (Modulo 4.4 de la red de protección social para la reducción de la pobreza extrema 2010).

Ese riesgo que aparece en relación al alcohol resultado de los discursos globales, se convierte en señal de alerta para los padres quienes se ven en la necesidad de generar estrategias que permitan consumir el alcohol controladamente y de un modo normativizado y ritualizado; aspecto que no era relevante en la etapa de la infancia porque existía la relación con la sustancia pero no se llegaba al consumo de esta, por lo tanto, se presentaba una ausencia de límites que con el tránsito hacia a la adolescencia se ve la necesidad de imponer como forma regulación.

La transición a la adolescencia implica que el adolescente empieza a transformarse en adulto y comienza a ampliar su contacto con el mundo externo y el espacio geo-gráfico en el que se mueve, lugares donde los padres no son invitados a participar. Es una etapa de grandes turbulencias emocionales para el adolescente que atraviesa el desafío de transformarse en adulto (dejando la imagen idealizada de los padres de la infancia), definir su identidad sexual y conquistar cierto grado de autonomía en lo emocional y mental (Estremero y Bianchi, s.f).

Esa autonomía le permite ampliar su contacto con el mundo externo y el vínculo con el consumo de alcohol, volviéndose directo y utilizado con fines recreativos, de integración ya no con la familia, sino con el grupo de pares quienes ahora se convierten en los modelos primordiales de identificación y ayudan al mismo tiempo a separarse de sus padres. Sin embargo, pese a esa emancipación y relación con los pares, los padres continúan estableciendo unos límites frente al consumo de alcohol:

“ella (la madre) también me mantiene aconsejando que ojo con tomar mucho mire que le puede pasar cualquier cosa” (Hombre, grupo focal)

“cuando un padre le dice a uno no haga eso es porque ya vivió lo suficiente o la vida le ha dado muchos golpes y no quiere que uno llegue a el punto de perderse en alguna experiencia de pronto son experiencias que tiene que pasar o no por ejemplo yo viendo todos los casos de mi familia porque tengo que buscar experiencias en el trago habiendo mil formas de pasar la vida” (Mujer, grupo focal)

“A pesar de que mi papá se emborracha el donde esté me dice mijo tenga mucho cuidado que esto es malo” (Hombre, grupo focal)

Pero esos intentos de los padres con respecto al establecimiento de normas, pueden entrar a reñir con las demandas del grupo de pares, quienes los incitan al consumo para divertirse e integrarse entre los mismos. Este consumo como lo explican Pons y Berjano (1999) se integra dentro de unas pautas de conducta que un sector importante de jóvenes vive como absolutamente normales, propias de su edad y que adquiere todo su sentido en la utilización del tiempo libre y las actividades desarrolladas en torno al ocio y la diversión.

“Dicen (los amigos) ¡ay! Vé, que tómatelo que por nuestra amistad, es que yo te quiero mucho entonces hágale, también que por su novia, que por su mamá” (Hombre, entrevista)

Además, aparece otro aspecto importante relacionado con el tiempo de ocio, que son las salidas nocturnas de fin de semana con el grupo de pares y para ello, el consumo de alcohol en este marco aparece como funcional. La salida nocturna refiere a una instancia de tiempo libre, y se presenta específicamente los viernes hasta los sábados en la noche o en otros casos hasta los domingos, convirtiéndose en espacios que les otorga una mayor autonomía (salir solos) y que además es percibida como “la salida legítima dentro del universo simbólico del adolescente”. (Observatorio Argentino de drogas, 2005) quien está viviendo un proceso de emancipación.

De este modo los adolescentes le dan prevalencia al consumo social, así reconozcan que a nivel social hay represiones por los daños a terceros y las consecuencias que conlleva el consumo excesivo. Por el contrario a nivel familiar, pese a las recomendaciones, no hay mucha represión siempre y cuando no se abuse del consumo, pero si esto sucediera, podría haber castigos y represiones, lo que quiere decir que el consumo a nivel familiar es aceptado siempre y cuando sea moderado. Es decir que se tiene una racionalización del consumo y esto permite la generación de los límites antes mencionados.

De este modo la moderación se da partiendo de la generación de consecuencia vivenciadas por los adolescentes y que no son aprobadas, temidas o asociadas a

comportamientos de rechazo por el sistema normativo social, es decir que al parecer en la familias hay un visión reduccionista de la interpretación del uso del alcohol asociado a lo biológico, por lo tanto no logran dimensionar otros efectos que genera el uso de la sustancia en otras dimensiones del sujeto (a nivel psicológico, social y cultural) .

Sin embargo, se identifica que la valoración de la familia al consumo de alcohol es negativa, porque es definido como algo portador de problemas asociados a violencia familiar y social, a embarazos no deseados y a situaciones de peligro donde la vida puede quedar expuesta como los accidentes automovilísticos, entre otros. En este orden de ideas los padres y familiares reconocen las afectaciones del consumo para sus hijos e hijas, a través de prácticas nocivas del consumo de alcohol y los diferentes informes que promulgan los medios de comunicación sobre las afectaciones.

Paradójicamente, como se ha venido discutiendo, la familia es el primer grupo social o institución que incita a sus miembros a esta práctica de consumo, a través de las integraciones sociales o familiares siendo prescindible el consumo.

En este orden de ideas la familia reprime pero al mismo tiempo permiten el consumo a los adolescentes enmarcados en una regulación ambigua; sin embargo frente a esta, los adolescentes hacen caso omiso, argumentando que ya es tarde por que reconocen su autonomía y auto control frente a sus acciones, que además están respaldadas por un contexto y las relaciones entre los pares, quienes solo tienen como medio de diversión y recreación el consumo para ganar aceptación e integración social.

Estas contradicciones en torno al consumo, no solo se evidencian en el ámbito familiar, desde el luego el contexto social también es un agente propiciador de estas por ejemplo los medios de comunicación son ambiguos porque fomentan el consumo, pero también advierten sobre los efectos de este en el organismo, en las relaciones interpersonales y sociales.

Al mostrar imágenes y situaciones cotidianas sobre los excesos del consumo de alcohol, los padres quienes son los principales responsables del adolescente

empiezan a introyectar esta información llevándolos después a encender las alarmas y a percibir el alcohol como una cuestión de cuidado; de este modo transmiten a los adolescentes una imagen no favorable frente al consumo del alcohol, aspecto que si bien, empezará a hacer presión frente a la imagen recreativa o agradable que se ha construido colectivamente por el grupo de pares.

Como puede observarse, la percepción se torna ambigua, marcada por valoraciones simultáneas (benéfica-no benéfica), en donde alguna de las dos prima sobre la otra, según las circunstancias y las exigencias psíquicas o emocionales de cada sujeto.

En este orden de ideas los medios de comunicación hacen énfasis respecto a los excesos y las diferentes relaciones que tiene con contextos de violencia y riesgos de muerte por imprudencias, sin embargo muchas veces los adolescentes no asumen estos mensajes como advertencias, sino que por el contrario, reafirman su percepción de aceptación del consumo como una herramienta que los vincula socialmente a su grupo de pares, en los que logran sus conquistas, acercamiento ó facilidad para tener contactos sexuales, bajando los niveles de resistencia y venciendo la timidez.

“Los medios (de comunicación) por un lado muestran comerciales que promueven el consumo, pero por el otro lado muestran comerciales de lo que pasa cuando se toma en exceso, no están ni a favor ni en contra” (Hombre, grupo focal)

“el alcohol es malo, solo trae problemas” (Hombre, grupo focal)

“En mi opinión los medios de comunicación siempre pasan lo malo del alcohol y en si tienen un poco de razón, es malo si uno se sobrepasa y más cuando uno lo consume a diario, pues daña el hígado (...) pero también deberían de mostrar el lado bueno porque con el uno se divierte, si uno lo sabe controlar” (Mujer, grupo focal)

4.2.2 EXPERIENCIAS INDIVIDUALES

Dentro de las experiencias a nivel individual y con relación al consumo de alcohol, los adolescentes destacan que el medio social en el cual se encuentran insertos, es decir el corregimiento de la Paila, ayuda también a que se configure un pensamiento favorable en torno a la práctica de consumo de alcohol; si bien, esta

no solo es llevada a cabo por la familia sino también por el contexto inmediato que brinda las imágenes de consumo, las cuales perciben cuando salen al parque y observan a los adultos pasando momentos placenteros (reír, jugar), pero también momentos de displacer (pelear) acompañados de bebidas alcohólicas.

Esta fuente de información palpable queda grabada en el niño (a) quien al interpretar de dos maneras: adversa, reconociendo que esta va restando importancia en la medida que crecen y hacen parte del círculo social de consumo o de una forma de aceptación o reconocimiento, asociada a la adultez, por tanto, el pasar a la adolescencia el sujeto cree que puede hacer uso de la sustancia porque ya es un adulto y la sustancia reafirma ese tránsito del desarrollo humano. “A este respecto, las bebidas alcohólicas serían para el adolescente un vehículo que le permitiría la entrada en un mundo hasta entonces reservado y le haría al mismo tiempo partícipe de otra cultura” (Ponds y Berjano, 1999)

Lo anterior da cuenta que los modelos culturales, forjan hábitos cotidianos del consumo de alcohol, que se asocia especialmente en relación al ocio y al tiempo libre, espacios en los que los adolescentes construyen su identidad, teniendo como referentes al grupo de pares quienes asocian el consumo a la diversión, búsqueda de experiencias gratificantes de felicidad y placer.

Las discotecas y bares se convierten en espacios exclusivos y propicios para la búsqueda de experiencias gratificantes, Pons y Berjano (1999) afirman que muchos adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo de ocio en bares, o discotecas, lugares donde hay que consumir y de hecho se incita a consumir alcohol con el pretexto de que este consumo significa un incremento de la integración grupal. Al hacer parte del consumo, los adolescentes tratan de ejercer un control del mismo haciéndose notorio en el momento que logran hacer una distinción entre uso /abuso; esta distinción es lo que denominan como límites; solo manteniéndose sobre estos no asumen o perciben como riesgo el consumir.

El límite según Sánchez (2004) como una frontera la cual diferencia, distingue o delimita un sistema o subsistema en su entorno que para el del consumo de alcohol delimita el uso o abuso. En este orden de ideas el límite es un proceso

que genera los mecanismos de defensa, frente a una situación donde el sujeto percibe un riesgo latente, por lo tanto se debe tomar acciones preventivas para la evitación del acto bochornoso o nocivo, es decir que el sujeto hace uso de su mapa cognitivo⁸ para activar las defensas necesarias frente un acto perjudicial.

Una manera de marcar el límite entre uso y abuso del alcohol está asociada a los estados de conciencia que se toman al ver las afectaciones que sufren sus pares o familiares en torno al consumo, además de las experiencias propias, presenciar episodios en los que se presentan peleas o uso de la violencia, a la represión que ejercen tanto la familia como la sociedad misma y también al estilo de vida que haya construido el adolescente frente al consumo.

“por mi parte a mi no me gusta casi consumirlo, por el deporte que practico porque me han dicho que si tomo pierdo todo lo que he entrenado, de vez en cuando lo hago con los amigos, pero moderadamente”. (Hombre, grupo focal)

Lo anterior reafirma la ambigüedad y lo contradictorio frente al consumo lo cual deja al adolescente inmerso en un contexto que pone en juego el estilo de vida que ha adoptado, en el momento de interactuar en la sociedad, el modelo de vida choca y pone en cuestionamiento la autonomía que el sujeto ha creado, debido a que reconocen que el contexto social los absorbe, por lo tanto se genera una percepción de pérdida de la autonomía ante la presión social. Es decir, a pesar que los adolescentes pretendan adoptar estilos de vida fuera del consumo, el contexto social los absorbe y los incita a dicho consumo, de este modo el adolescente se debate entre seguir su estilo de vida o irlo cambiando por lo que le ofrece el medio social en que el grupo de pares estimula dicho consumo validándolo como integración y aceptación social.

⁸Entiéndase por “mapas cognoscitivos”: las construcciones sociales que tiene la población, es decir, efectivamente hechos vividos y observados por el sujeto y que al ser referidos a su cuadro valorativo arrojan conclusiones negativas confusas, racionalmente sustentables ó simplemente fantasiosas. Debe tenerse claro que los “problemas” tienen una naturaleza cognoscitiva más que vital ó valorativa, son construcciones lógicas que articulan, ordenan datos y elementos que la tensión conflictiva entre deseo y realidad liberó los cuales se deben reunir en una definición”. Estrada 2004 Pg. 14

4.2.3 EXPERIENCIAS SOCIALES

En cuanto a las experiencias sociales los adolescentes perciben que estas están atravesadas por las experiencias familiares y escolares que se entrecruzan en el desarrollo de la vida de los mismos, reforzando su percepción de aceptación del consumo, considerándolo como una herramienta que no solo les permite establecer un intercambio social, sino que también les permite anestesiar o medicar su estado de ánimo para enfrentar ingenuamente situaciones que les producen malestar o al contrario para adoptar un papel distinto, es decir, ser lo que realmente no son (desinhibición).

“Aquí en la paila se está acostumbrado a que cada 8 días se toma las personas que están en el parque así no estén en los bailaderos se llevan 4 o 5 cervezas si están con los amigos se compran una canasta y eso es tomando a cada rato” (Hombre, grupo focal)

“En la Paila rumbean mucho, toman mucho, entonces pues uno como viendo todo ese entorno, pues uno se entusiasma, y tiende a asociarse, porque uno no es que tome mucho pero si toma” (Mujer, grupo focal)

“Uno está en el salón de clase y muchos dicen vamos a salir, y los profesores no se meten en eso” (Mujer, grupo focal)

“Por medio de la familia es donde uno empieza a probarlo ejemplo: cuando dejan alguna copa de licor y uno lo toma”. (Mujer, grupo focal)

Se evidencia una percepción de consumo como medio para relacionarse y como un soporte para adquirir habilidades sociales, a modo de transición frente a sucesos emergentes, que permiten expresarse con las motivaciones más profundas, las cuales no aflorarían sin alteración de la conciencia, por lo tanto parecieran comportamientos ajenos al individuo, temporales y pasajeros que pueden o no legitiman relaciones sociales consolidadas. Es decir que las relaciones que se construyen estando bajo los efectos podrían ser efímeras, ocasionales y/o por placer.

De igual manera, algunos adolescentes perciben problemático el consumo de alcohol, cuando las instituciones policivas no establecen control sobre el fenómeno

y se tenga que vivenciar consecuencias de este, que terminan siendo denigrantes ó que afecten la calidad de vida de los adolescentes.

(...) “de pensar en el hecho de tanto desocupe tanta falta de autoridad no tanto de los padres sino también de la policía, cosas que realmente me han hecho como cogerle rabia al alcohol” (Mujer, grupo focal)

En términos generales, la práctica del consumo de alcohol obedece a procesos socio-culturales de consumo que promueven su aceptación y tolerancia. Por su parte, Ponds y Berjano (1999) indican que el devenir histórico ha convertido al alcohol en una sustancia ampliamente utilizada y con una enorme aceptación social, presente en casi todos los rituales sociales vinculados a la cultura occidental y que este a la vez fomentadas no sólo a través del comercio y la propaganda, sino también a través de las costumbres y los hábitos sociales de gran arraigo y extensión. De este modo, el uso de bebidas alcohólicas entre la adolescencia, está mediatizado por un aprendizaje fomentado en buena parte por las conductas y actitudes de la sociedad.

Por lo tanto, entre los adolescentes no se acepta o se tolera el no consumo en las integraciones o reuniones sociales porque sería percibido como un rechazo u ofensa frente a una práctica que hace parte de la vida diaria y que hace parte de las actividades que catalogan como funcionales en su etapa de vida como socializar con sus pares.

“Por ejemplo cuando uno sale, de por si uno debe de tomar, por ejemplo si usted dice no entonces los amigos lo obligan así usted diga no, no, no... mirá que esto y lo otro, pero eso lo obligan hasta que se lo hacen tomar a uno... se enojan, porque de pronto usted dice no y no, entonces ellos de pronto se ven como ofendidos en esa parte, entonces lo comienzan a insultar a uno” (Hombre, entrevista)

Es por este motivo que los adolescentes han construido un imaginario donde plantean lo inadmisble de realizar una rumba sin que haya consumo de alcohol, porque esta perdería sentido, perdería su esencia, por eso debe ir acompañada del consumo, este último les motiva y les proporciona un estado de diversión “real” y “total” que no se alcanzarían en sobriedad; manejan una percepción del alcohol que los data de experiencias gratificantes, por lo tanto, ese mismo tipo de

experiencias son las que buscan alcanzar actualmente y más aun cuando el contexto las promulga y las hace visible a partir de las imágenes y comerciales que retomando los aportes de Cárdenas y Moreno (citados en Pons y Berjano, 1999) se asocian a un amplio conjunto estructural de valores y elementos claramente gratificantes y apetecibles para la juventud, como son, entre otros: alegría, diversión, juventud, sociabilidad, éxito, sexo, placer, etc.

En ese mismo sentido Ponds y Berjano (1999) señalan que los medios de comunicación de masas son un agente más del proceso de socialización a través del cual el medio sociocultural transmite a los más jóvenes valores y normas de actuación establecidas, refuerza pautas de comportamiento y confiere los distintos significados a partir de los cuales se elaboran las representaciones sociales.

El adolescente en su construcción de vida y a través de la percepción, ha logrado configurar el consumo de alcohol como un medio de medicación (de su estado de ánimo) para hacer frente a las demandas que les exige el contexto social, en otras palabras, el alcohol se convierte en una bebida apetecida por los efectos que logra producir sobre el interior del sujeto, permitiéndole después solucionar conflictos relacionados con el dolor, cansancio, temor, tedio y angustia.

“Hay muchas personas que dicen yo sin trago no bailo tengo que estar prendido para pasarla bien por ejemplo en mis 15 todos ensayaron pero a la hora del vals más de uno me dijo Laura yo sin estar prendido no le bailo porque me da pena, que hicieron, empezaron a tomar antes de bailar. Entonces la gente se volvió así que ya sin tomar no están bien”
(Mujer, grupo focal)

Con respecto a esto, Miguez (1998) señala que el alcohol se vuelve decididamente farmacológico y refuerza ahora la búsqueda deliberada y grupal del descontrol y también su asociación con otras sustancias y además agrega que el origen de la manera de cómo se bebe alcohol está vinculado a las normas establecidas por un conjunto social, que pauta el aprovechamiento farmacológico del alcohol como una conducta esperable frente a determinadas condiciones del ambiente (fiestas de quince, situaciones de dolor, celebraciones, entre otras).

Como puede observarse, este entramado de experiencias sirve de referentes para formar a un consumidor potencial (Parreño y Ruiz, 2012), porque está inserto por una sociedad de consumo que permea las esferas de la vida social y familiar, por lo tanto al ser influenciados, los sujetos en sus procesos de socialización primaria (niños) y secundaria (adolescencia, vida adulta) van a interiorizar estilos de vida, prácticas y valores consumistas, es decir se recibirá información sobre el consumo, permitiendo crear este imaginario a través de los modelos familiares primeramente y luego a partir del grupo social (amigos, medios de comunicación) quienes después los inducen a un consumo pasivo, después a un consumo moderado y posiblemente al final, a un consumo problemático.

Ante la situación planteada se destaca que el consumo de alcohol hace parte y constituye a un conjunto de prácticas sociales legitimadas que empieza a ser incorporada desde niños mediante la observación de esta a nivel familiar y social, es decir que su experiencia con el consumo parte desde un rol de observadores en la cual se empiezan formar una percepción de la sustancia desde su edad infantil y luego con el desarrollo de su madurez emocional se van convirtiendo en rol de consumidores potenciales; aquí se puede concluir que las percepciones se van transformando son dinámicas y están fuertemente influenciadas por la evolución del sujeto a partir de sus experiencias sociales y que está mediado por la planos subjetivos de la elaboración del síntesis del yo, es decir desde la propia resignificación que han hecho de sus experiencias.

4.2.4. TRANSFORMACIONES HISTÓRICAS DEL CONSUMO DE ALCOHOL: DE LA ACEPTACIÓN A LA CENSURA SOCIAL Y VICEVERSA

Como se ha discutido, el alcohol es un elemento presente en la historia del desarrollo humano, este va adquiriendo nuevos significados de acuerdo al tipo de sociedad o época; para las sociedades antiguas el significado que se le otorgaba al alcohol se veía mediada por la creencia que a través de este se puede establecer relaciones con los dioses, los muertos, o revelar un destino, por lo tanto se realizaba en forma de ritual, es decir, mediante una ceremonia

que tenía un valor simbólico, y como tal valor estaba sometida a las normas y al control social. Hasta ese momento se percibía entonces como una práctica que no se cuestionaba, sino que servía de vía para establecer una estrecha cercanía con el padre.

Al pasar a sociedades modernas y consumistas permeadas por valores individualistas, de competencia y racionales, el ritual del consumo se mantiene, pero adopta una significación distinta, ahora pasa a constituirse en experiencias que producen y revelan simultáneamente los estilos de relaciones que el individuo mantiene consigo mismo y con los demás; por lo tanto el sentido simbólico de carácter místico o espiritual pasa a un grado más terrenal, es decir, social y el ritual pasa a convertirse en un exceso que se practica de manera más frecuente. Becoña y Oblitas (s.f) señalan que al presentarse la pérdida de ese sentido simbólico de muchas sustancias (incluyendo el alcohol) es lo que ha facilitado un incremento de las adicciones, llevando a que algunos individuos del sistema social tengan problemas.

Problemas tales como adicciones, presencia de accidentes, violencias, entre otros aparecen en el momento que se empieza hacer un uso habitual de la sustancia y esto la convierte en algo “perverso” o censurable, si antes era aceptada y percibida como benéfica, ahora puede ser percibida de distintas formas y así mismo regulada según la sociedad a la que se pertenece y al ciclo vital que atraviesa el sujeto.

Siguiendo este orden de ideas, se expone a continuación que creencias giran en torno al alcohol y cómo estas influyen finalmente en la percepción de los adolescentes Paileños.

4.2.5 CREENCIAS EN TORNO AL CONSUMO DE ALCOHOL: CONTEXTO PAILEÑO

Todas las acciones realizadas por el ser humano están mediadas y valoradas por un sistema de creencias, los cuales se definen como un conjunto de normas impuestas e inculcadas desde distintas instituciones sociales (familia, escuela, sociedad) durante el transcurso de la vida y frente a ello la práctica del consumo de alcohol no se escapa. Según Kelly (1955) el sistema de creencias son constructos que se caracterizan por una bipolaridad, es decir que cuando el sujeto concibe algo en su vida esto siempre estará mediado por sus polos ya que el ser humano tiende al reconocimiento de lo “bueno” y lo “malo” “positivo” o “negativo” y a cada una de estas valoraciones les hace un juicio racional para ser adoptado en su proceso de vida.

De este modo las percepciones sobre el consumo de alcohol están atravesadas por construcciones sociales históricas, es decir que muchas de las creencias se dan de manera ancestral y se van pasando a las nuevas generaciones. Esto toma relevancia para la investigación porque a partir del sistema de creencias que los adolescentes hayan construido o reconstruido, se puede comprender la manera en que dan sentido a la práctica del consumo.

Se evidencio que desde la familia, de manera implícitamente o explícitamente ha instaurado imaginarios que busca regular el consumo de alcohol en los adolescentes, se destacada en la idea que llegar a los excesos o consumirlo conlleva a diversas afectaciones, cargadas de ambigüedades por los aspectos mencionados anteriormente, por lo tanto, es notorio el rechazo por la sociedad y en el núcleo familiar, pero de alguna manera validan el consumo social y culturalmente.

Sin embargo para los adolescentes este sistema de regulación puede resultar fútil, porque reconocen que el alcohol les ofrece momentos placenteros asociados a la diversión, placer y a la felicidad, por lo tanto prima un

pensamiento favorecedor asignándole una percepción gratificante, evitando generar una postura crítica hacia el consumo social y deciden hacer parte del sistema de consumo por los aspectos favorables antes mencionados.

Frente a esa inserción se evidencia que los adolescentes creen ser adultos y que están preparados para las prácticas de los mismos y para el consumo, práctica que ha estado esperando en su imaginario desde que eran niños, para demostrar su crecimiento y desarrollo personal, de esta manera creen y sienten que no deben ser vistos como niños que hacen algo fuera de su realidad, si no que constantemente ratifican su necesidad de emanciparse y de adquirir una autonomía propia para tomar sus decisiones sobre la vida, entre esto está la creencia que ya pueden ingerir alcohol.

Esta creencia de hombres y mujeres adultos (a) de los adolescentes puede resultar favorecida por la escuela, no se evidencia un ejercicio explícito de orientación continua que permita a los adolescentes adoptar un pensamiento crítico respecto a su posición de consumidores en el mercado de alcohol, de este modo, los adolescentes perciben que la escuela es distante frente a la práctica del consumo de alcohol, es decir, no se evidencia una orientación continua sobre el consumo de alcohol y que solo se hace eventualmente, esto se sustenta cuando los adolescentes mencionan lo siguiente.

“En el colegio solo nos dicen que no, que todavía no podemos tomar, pero ellos saben que así le digan a uno que no, uno toma, solo buscan prevenir que si tomamos mucho que nos puede pasar” (Mujer, entrevista)

“Nos dan pautas como para no consumirlo, por ejemplo que es malo, que de pronto nos va perjudicar a nosotros más adelante” (Hombre, entrevista)

Lo anterior, lleva a inferir que tal vez las estrategias que se emplean por parte del colegio están siendo incipientes para abordar este tema, los adolescentes no llegan a reconocer que este escenario esté haciendo algún tipo de orientación en torno a la práctica de consumo de alcohol, solo se han quedado en informar:

“Por ejemplo nos dicen que el alcohol es una droga, entonces si uno empieza a digerir el alcohol, tal vez luego nos ofrecen una droga, ya marihuana o algo así, entonces eso es un

abrebocas para entrar a otra cosa... que se ve muy feo por ejemplo en nosotras las mujeres que uno este borracho por allá, que lo vean por allá tirado” (Mujer, entrevista)

Y aunque los adolescentes sean contradictorios en sus propias respuestas frente al interrogante si en el colegio identificaban la presencia del alcohol, al final llegaron a reconocer que se acepta y se tolera su presencia, pero enmarcadas dentro de las celebraciones relacionadas al día de la madre y de graduación; convirtiéndose así en un escenario importante que también posibilita y legitima el consumo pero asociados a eventos que están dotados de significación social.

El escenario escolar, se convierte en un espacio significativo para los adolescentes porque allí es donde planean las “salidas del fin de semana”, (las cuales adquieren importancia porque les permite “liberarse” de las cargas académicas y de las responsabilidades del hogar), pero también es un espacio que propicia la relación con el consumo de alcohol pero de manera secreta, es decir que a veces se hace uso de la sustancia pero por fuera de las normas estipuladas. Se continúa la ambigüedad entre lo permitido y lo no permitido, es decir que se construyen percepciones alrededor del consumo de alcohol a partir de ambigüedades:

“Una vez estábamos ahí cuando un compañero entro con una botella del agua y tomaba normal, entonces un muchacho le pidió cuando tomo lo escupió de una y dijo esto es aguardiente” (Mujer, entrevista)

“Hay algunos que llevan el agua ardiente pero camuflado en festejos como la graduación, despedida del colegio y mientras bailan toman, el alcohol lo empacan en envase de agua pero no me relaciono con eso lo consumo muy poco”. (Mujer, entrevista)

De hecho no se evidencia en el discurso de los adolescentes que por parte de la escuela haya una orientación respecto al consumo, esto se pudo observar cuando se indagó si conocían la postura de la escuela frente a las prácticas de consumo de alcohol, aspecto frente al cual no hubo respuestas que permitieran la vinculación de la escuela con la prevención del consumo, lo que ratifica que el tema de consumo de alcohol en la escuela no se tiene en cuenta o tal vez se tenga pero no cuentan con herramientas para abordarlo asertivamente.

Se necesita realizar un ejercicio consciente frente al consumo para orientar al adolescente hacia una postura crítica frente las creencias y prácticas del consumo. Los adolescentes no perciben claramente que el colegio ejerza una influencia respecto a la construcción o resignificación de sus creencias alrededor del uso del alcohol, el cual influye en la configuración constante de sus percepciones, es decir, que el colegio no presenta una orientación consciente y racional de lo que significa el consumo, por lo tanto se presenta, una especie de adormecimiento ó una ausencia de acciones respecto a esta situación que impacta directamente a su población atendida (estudiantes) e influye en su objetivo institucional (la educación).

Un aspecto importante que se debe rescatar en esta investigación es la perspectiva de género en el consumo de alcohol de los y las adolescentes, refiriéndose a las asociaciones y percepción del riesgo por categorías de género, pues se evidencian posturas totalmente distintas frente al consumo lo cual se puede ligar a un sistema patriarcal⁹ o machista¹⁰, es decir, que por parte de los padres y madres todavía se evidencian algunas libertades para los hombres y algunas restricciones para las mujeres, para las cuales se confiere más cuidado por su “fragilidad” y dependencia. Además por la característica machista de algunos hombres, quienes se consideran la parte fuerte y hegemónica del sistema, es lo que les brinda una percepción de dominio y posesión frente a las mujeres.

Incluir la perspectiva del género es relevante porque a partir de esta podemos comprender que la dinámica de las relaciones sociales están basadas en las diferencias sexuales; desde el momento en que nacemos nos insertamos en una sociedad constituida por un conjunto de creencias, prácticas, discursos y

⁹ El termino designa toda una organización social basada en el poder del padre; define una lógica de relación entre los sujetos, en la cual se asume el sentido de la diferencia como desigualdad y justificación de la dominación, y la complementariedad como la compensación de la incompletud, además establece unos dispositivos de control y regulación en la construcción de las identidades que se proponen garantizar la reproducción del orden sociocultural (Palacio y Valencia 2001: 42). Por lo tanto, para el presente estudio se emplea el término para demostrar que este aun conserva su lugar en el imaginario cultural, en el momento en que se continúa valorando los privilegios masculinos.

¹⁰ El término “machista” se emplea para resaltar una de las expresiones o características de la masculinidad, donde al hombre se le otorga los mayores privilegios sociales.

percepciones sociales dotados de prácticas de género que son transmitidas a través de las instituciones encargadas de los procesos de socialización y educación que dependen en gran medida del contexto en el que la persona se desenvuelve, pero además tienen influencia otros aspectos como la posición económica, las creencias políticas, los factores ambientales, étnicos, culturales y religiosos, entre otros.

Por lo tanto familia es considerada como una de las principales instituciones reproductoras y creadora de cultura, valores éticos y morales, se evidencia que los miembros de la familia contribuyen a forjar las ideas de lo que es ser hombre o mujer. La familia es la que forja, valida o inválida las conductas o las formas de ser del niño y la niña, se destaca que los seres humanos somos objeto moldeable que va tomando forma con el paso del tiempo y de acuerdo a la percepción que va construyendo en el transcurso de la vida, sobre el papel que le toca vivir de acuerdo a la sociedad (hombre o mujer).

A las construcciones de género se le ha denominado *identidad de género*, esta corresponde al sentimiento de pertenencia que experimentamos con relación al *sexo femenino o al masculino*. Según Norma Fuller (1997) la identidad *“es el conjunto de representaciones del yo por el cual el sujeto comprueba que es siempre igual a sí mismo y diferente de los otros. Esta unidad es corroborada por el reconocimiento de los otros”*. Es decir, la identidad depende en gran medida de la percepción que tenemos de nosotros mismos, de nuestro cuerpo y de las prácticas que realizamos con relación a este y al contexto donde nos desenvolvemos; pero no solamente la propia imagen es importante, también hay que considerar la percepción que tenemos de los otros y la percepción que estos tienen de nosotros mismos.

En el análisis resulta plausible porque permite para el tema específico que nos ocupa- poder conocer cómo se construyen las nociones de hombre y mujer en relación al consumo de alcohol: considerar cómo toman y cómo se ven y son vistos los adolescentes Paileños. De este modo se evidencia una construcción de género y particularmente las creencias frente a los mismos.

Para el caso de las mujeres adolescentes, sus relatos dejan explícitos cómo se les permite consumir alcohol, pero en un nivel moderado, es decir, un consumo que no alcance los excesos, por ejemplo las mismas adolescentes expresaron que observar a una mujer en estado de embriaguez es censurada, porque pueden verse involucradas en actos no aceptables socialmente, su imagen podría quedar expuesta, imagen que se ha percibido socialmente con decoro, reputación y fuente de adecuados principios y moral que hablen de su educación familiar.

(...) “se ve muy feo por ejemplo en nosotras las mujeres que uno este borracho por allá, que lo vean por allá tirado”. (Mujer, entrevista)

Por lo tanto frente al consumo de alcohol de las adolescentes, la sociedad lo puede calificar como un acto inadecuado, no solo públicamente, sino también personalmente. Es como una especie de condena social tachada de inmoral que para el caso de los hombres resulta aceptable y justificable.

“Porque es que las mujeres somos más reservadas que ellos, no sé porque los hombres casi nunca quedan mal ellos hacen algo y no pasa nada, normal, mientras que una mujer se ve muy fea borracha porque al otro día es como que ay! no que pena, porque hice eso, que dirá la gente y cosas así”(…) (Mujer, grupo focal)

Si bien, el excederse en el consumo traería una implicancia mayor para ellas porque puede conducir las al sexo, saben que el alcohol las desinhibe y al hacerlo estarían expuestas fácilmente a abusos o a acosos sexuales, la relación entre alcohol y sexo es una asociación que conforma una matriz de riesgo que van desde la construcción de imagen de “mujer fácil”¹¹, hasta el embarazo adolescente; estando bajo los efectos del alcohol las adolescentes podrían presentar pérdida de la conciencia y se verían expuestas a iniciar relaciones sexuales con o sin voluntad.

“Como les decía el consumo de alcohol me da miedo por lo mismo de tomar tanto y llegar a lo de la sexualidad, quedar en embarazo asocio el consumo del alcohol con todo eso” (Mujer, grupo focal)

¹¹ Esta expresión es empleada para explicar que las mujeres se convierten en sujetos que no pondrán resistencia y accederán fácilmente a las insinuaciones de carácter sexual que los hombres emprendan.

“Todos sabemos que cuando tomamos se sube la adrenalina y eso conduce a tener relaciones entonces yo asocio el alcohol con eso pero eso sucede cuando uno se sobrepasa” (Mujer, grupo focal)

“Cuando hay trago por un lado y por otro se pierde el conocimiento, ahí pueden pasar cosas que al otro día uno ni siquiera se da cuenta”. (Mujer, grupo focal)

Esto deja ver cómo las adolescentes han construido una percepción de riesgo que es producto también de un legado cultural, es decir, aun con muy pocas variaciones se mantiene el imaginario o creencia, que la mujer debe manejar el control y la reserva, por lo tanto el pasarse de “copas” o llegar a los excesos del alcohol significa infringir con esos modos de ser y de comportarse de una mujer dentro del paradigma patriarcal, lo que implica que debe ser sumisa, recatada, decente, entre otras. El ser decente, induce a evitar actos que no son tolerados o aprobados para la familia y la sociedad, por lo tanto es una característica que es altamente cuidada y protegida por las entrevistadas, aspecto que podría ser contrario en el caso de los varones adolescentes, en que los imaginarios o creencias que la sociedad ha instaurado del ser hombres, no tienen que ver con la reserva y el control al contrario les otorga libertad por eso se evidencia que la construcción del riesgo en los hombres es casi nula.

Por lo tanto en el adolescente varón se observa que a través del uso de alcohol refuerza una postura de género del masculino de dominación y de reafirmación de su identidad y orientación sexual, se recrea una percepción favorable; en torno al adolescente ebrio aparecen una imagen auténtica desde una perspectiva machista tradicional como “el encarador” o el “más macho” junto a imágenes similares de desagrado, sumándose la cuestión de la violencia, “ponerse violento, agresivo”; desde luego esta imagen de violencia también se ven reproducidas en mujeres cuando están en un estado de ebriedad. Además el estar bajo los efectos del alcohol les permite llegar hasta instancias de seducción tendientes a encarar mujeres/hombres percibiéndose positivamente para los varones y como protagonistas del riesgo en exceso para las mujeres.

“Hay gente que ve que no puede estar con una mujer así no más hablando entonces las invitan a tomar, las emborrachan y así caen.”(Hombre, grupo focal)

“La verdad es que las mujeres no están muy familiarizadas con el alcohol, es muy poco lo que toman entonces, como ella nunca va a llegar al nivel de uno es cuando se aprovecha. No digo que todas” (Hombre, grupo focal)

“Yo tengo compañeros que embriagan las niñas y se las llevan. El alcohol influye ahí porque usted se aprovecha, le da oportunidad de esto” (Hombre, grupo focal)

Al mantenerse esos discursos machistas y patriarcales en el que las mujeres por su condición de “débiles” y “sumisas”, se ve la obligación por parte de sus padres, familiares y novios a “protegerlas” y a mantenerlas alejadas de todo posible “peligro”, por eso si estas llegan a salir a “rumbear” lo deben hacer en compañía de familiares o en algunos casos en compañía de los novios quienes se encargan de proveerles lo que necesiten: el hombre es quien debe asignar el dinero y más cuando se trata de consumo de alcohol; pero frente a esta posición las entrevistadas parecen estar a gusto porque *“no tienen que preocuparse por plata”*

En general este contexto social hace énfasis a la mirada de las conductas con relación al género y el uso del alcohol se ve como se reproducen y se refuerzan una relación entre los géneros en los que se evidencia una línea de poder por parte del género masculino, quienes ven en el consumo del alcohol como un reforzador, una “muleta” ó un agente externo que facilita una postura de dominio ante el género femenino, quien frente a las cuestiones sociales, deben adoptar un papel marginal, siendo las mujeres un botín que se debe de conquistar. De esta manera se establece que la percepción del género y el rol que cada quien tiene está mediado por la cultura y la socialización de la familia que delimita los alcances de cada quien y que en particular se le asigna más libertad a la mujer que al hombre quien tiene más facilidad para interactuar en el contexto.

Partiendo de las consideraciones anteriores, a las mujeres no se les considera preparadas para lo público (consumo de alcohol), debido a las creencias o percepciones que el consumo de alcohol es una práctica ejercida o ligada al rol masculino; sin embargo, si revisamos la historia encontramos que la sociedad va cambiando vertiginosamente y el consumo de alcohol se va generalizando al mismo tiempo que las mujeres reclaman sus espacios para el consumo; al otorgársele estos espacios que antes le habían sido negados, las mujeres

empiezan a realizar esta práctica ganando así aceptación social y autonomía; sin embargo se observó que los costos del consumo los continúan asumiendo los hombres, manteniéndose así el imaginario patriarcal.

“Cuando yo salgo lo hago más que todo con mi novio y mis tías, y no me piden nada porque ahí el que da la plata es mi novio, entonces yo no estoy perdiendo” (Mujer, grupo focal)

“Cuando salgo también lo hago con mis tías, particularmente a las mujeres no les piden dinero, el que lo pone es el hombre, si la mujer se quiere tomar un gatorade lleva unos 5000 pesos y listo, pero si fuera otro el caso les pediría a mis padres” (Mujer, grupo focal)

4.2.6. EL RIESGO MASCULINO Y EL RIESGO FEMENINO

Si el riesgo femenino del consumo excesivo se percibe mayoritariamente desde el sexo, el riesgo masculino se aleja visiblemente de esta característica tomando otras, por ejemplo los adolescentes perciben como riesgo lo asociado con la violencia, varios son los relatos en donde los adolescentes, y a veces también las adolescentes, narran cómo los varones que toman de más se ponen agresivos y así comienzan riñas con gran compromiso físico.

“También se dan peleas porque por ejemplo: si el novio de alguien le manda trago a otra ahí también se dan peleas” (Hombre, grupo focal)

En segunda instancia se evidencia una percepción de riesgo para los hombres en relación a otras drogas, tanto los y las adolescentes dieron cuenta de un consumo de marihuana u otras sustancias psicoactivas, a la cual denominaron “plom” (consumo mínimo, espontaneo de cualquier sustancia, solo se usa para el fortalecimiento del consumo de alcohol y se presenta en el intermedio de la ingesta) el cual pareciera que es consumido sin distinción de género, pero los varones son los que mayormente lo hacen, es decir que frente a las prácticas de consumo de alcohol se da el consumo de otras sustancias psicoactivas, práctica que particularmente son llevadas a cabo por los hombres, para fortalecer el consumo de alcohol o tener, según ellos (los adolescentes) mas “aguante para beber toda la noche.”

A manera general, el alcohol en la adolescencia es percibido como un producto que permite la emancipación o independencia que se da de manera diferencial de acuerdo al género, para los hombres el alcohol es un vehículo que les permite reconstruir una identidad que reafirma los roles de la masculinidad como el ser fuerte, independiente, entre otros y para las mujeres adolescentes la percepción del consumo se tiene para pasar un rato agradable procurando no sobrepasar los límites, para no llegar a la decadencia moral y promiscuidad.

Teniendo en cuenta y según Escobar (1998) antes consumir alcohol era una práctica religiosa asociada a las altas esferas sociales y como un comportamiento tradicionalmente masculino ahora se evidencia un cambio abismal frente al consumo, pues está al alcance de todos los estratos sociales y ya no se asocia a los rituales de orden sobrenatural como era asociado en sociedades tradicionales. Por otra parte, en la actualidad se evidencia con más fuerza la inserción del consumo del género femenino. Por lo tanto se han configurado los imaginarios sociales frente al consumo y estos a su vez se van transformando de acuerdo a las percepciones sociales, donde los adolescentes juegan un papel importante; al insertarse a la lógica de consumo van resignificando estas prácticas de acuerdo a sus creencias, al contexto social y a la utilización del consumo, es decir, al consumo se le ha asignado una función relacionada particularmente a la inserción al mundo social y al establecimiento de relaciones sociales inmediatas.

Esto hace visible que los adolescentes muchas veces adoptan ese sistema de creencias a su propia estructura de personalidad, lo redefinen y lo ponen en práctica en las relaciones sociales de consumo y mediante esta operan o actúan en este orden de ideas, el sistema de creencias influye en las percepciones porque es la manera como se insertan los imaginarios en los individuos y se hace perceptible a través de sus conductas y comportamientos sociales, donde se evidencia una transformación constante de los sistemas de creencias.

Finalmente, otra de las creencias que manejan los adolescentes, es el reconocer que el alcohol (la cerveza específicamente) sirve como “relajante” porque les permite anular las situaciones que se tornan estresantes y generan tensiones:

“Cuando uno está estresado y se toma una cerveza, como que se relaja, el estrés se da porque a veces uno está en la casa y le empiezan a alegar, eso da pereza” (Mujer, grupo focal)

Esta creencia no es más que la reproducción de los discursos colectivos compartidos que se van instaurando como modos de actuar y de ser en la conciencia de los sujetos.

4.2.7. SENTIDOS Y SIGNIFICADOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL

En este aparte se pretende realizar un acercamiento analítico sobre aspectos relacionados con la interpretación y significación atribuidas al consumo de alcohol desde la etapa de la adolescencia.

Dentro de los hallazgos encontrados en el grupo focal y las entrevistas, se destaca una percepción que reitera a las familias como el primer grupo social que inserta al sujeto en la lógica del consumo del alcohol, a partir del modelado, el ejemplo y las interacciones familiares y sociales, el empleo de códigos verbales, simbólicos o a través de conductas visibles, como por ejemplo: cuando llevan a cabo las reuniones sociales o familiares asociadas a la integración e interacción, la cual está acompañada por el consumo de alcohol. Se destaca que en esta sociedad no se percibe que haya ninguna reunión social o familiar sino se piensa en el alcohol como primer insumo que acompaña estos momentos de integración y reuniones sociales, es decir que la percepción del consumo está presente en todas las actividades sociales.

De hecho las festividades o eventos programados encierran un significado social, es decir, son una serie de dinámicas sociales que obtienen un sentido cuando surge un proceso de interacción permanente entre los sujetos, por lo tanto el alcohol es percibido como un elemento dotado de significados integradores y de refuerzo en las relaciones sociales, porque a partir de este se facilita la socialización, la relación cara a cara con los otros.

Aspecto que adquiere relevancia para los adolescentes quienes perciben todo el tiempo están construyendo significados de acuerdo al contexto en que se encuentran inmersos y reforzando la cultura de las familias que se provienen, por lo tanto el alcohol adquiere interés, por su validez social y cultural y porque

refuerza la búsqueda deliberada y grupal de la diversión, pues la mayor percepción de los adolescentes es “pasarla bien” divertirse entre sus pares y reforzar su relaciones sociales.

Esos significados que le han atribuido los adolescentes al consumir alcohol (diversión) también son reforzados por los medios de comunicación (comerciales, radio, televisión), los cuales están todo el tiempo permeando y minando el pensamiento de estos mediante la difusión de imágenes de consumo donde la percepción del consumo, el “tomar” encierra un círculo de amistad y alegría.

Lo anterior deja en evidencia que hay mayores emisiones de la validación de la práctica del consumo, que la desaprobación de la misma, en la que se busca presentar las implicaciones de consumir en exceso. Entre las publicaciones y emisiones para el consumo se encuentran aviso publicitarios como por ejemplo: “sin alcohol no hay amigos” “donde hay amigos hay poker y de donde hay poker hay amigos” aguardiente blanco del valle “el blanco de todas las miradas” “fiesta sin guaro no es fiesta”, “el placer que despierta los sentidos”. Asignaciones implícitas en bebidas comerciales, las cuales se convierten en palabras de uso en el argot popular.

Existe una diversidad de formas motivadoras para el consumo, por lo tanto y frente a este tema los adolescentes llegaron a señalar que por cada cinco comerciales en torno al consumo, cuatro son para la motivación del mismo y uno solo muestra algo trágico, esto significa que es imprescindible el consumir alcohol para nuestra sociedad, por eso cada vez se muestra la necesidad de innovar y de brindar variedad en el consumo. Lo anterior refuerza la percepción de consumo como algo que socializa, integra y permite algún tipo de satisfacción y más aún que se puede sustituir carencias del contexto con el consumo de alcohol.

El uso de las tecnologías (celulares, computadoras, internet) son instrumentos de interacción virtual que permiten adolescentes organizar, planear y comunicar actividades relacionadas con el consumo de alcohol (rumbas), el celular es el dispositivo más empleado para comunicar las actividades frente al consumo, ya sea por mensaje de texto o llamadas, se programa la fiesta o integración con el

grupo de pares específicamente. En ese orden de ideas, se puede comprender que los adolescentes usan la tecnología para reforzar la percepción de consumo como una actividad integradora, hacen uso de todo tipo de comunicación, con el propósito de programar sus actividades y en particular para el consumo.

Con lo expuesto anteriormente, se identifica que además del uso de la comunicación vía internet, telefonía y audio visuales, el reunirse con el grupo de pares en un espacio físico/ tangible que les permite reforzar las relaciones en torno al consumo y los lazos de solidaridad y de interacción, donde pueden compartir intereses comunes como: películas, amistad, noviazgos, rumbas, juegos entre otros aspectos que no se alcanzan a dar cuando están con sus familiares o adultos, por lo tanto el alcohol se convierte en la herramienta oportuna para acompañar esos momentos que son tan significativos para los adolescentes, quienes distinguen una completa satisfacción y bienestar en torno al mismo

De igual manera se destaca que en la adolescencia la percepción del consumo se consideran solo para la diversión e integración, por lo tanto esta práctica se da de manera breve, moderada y reconociendo los límites del mismo, plantean que siempre se da por el propósito de celebración como por ejemplo: un cumpleaños, para divertirse, entretenerse y compartir con los seres queridos y amigos.

Otro de los significados que se logra destacar pero no con tanta fuerza como el primero (alegría, diversión) es el temor o miedo, algunos de los adolescentes entrevistados (en este caso las mujeres) le confieren este significado porque lo relacionan con el embarazo precoz.

“he oído decir a personas que con drogarse aguantan más y empiezan droga y alcohol las dos a la vez, hasta que llegan a la sexualidad porque he visto casos de esos, donde se desaparecen llegan 2 o 3 días después perdidas” (Mujer, grupo focal)

“(…) “ahora yo puedo decir que mi prima por que por causa del alcohol quedo en embarazo tuvo el niño se ajuició, bueno a todas mis primas les paso y me da miedo ser yo la siguiente” (Mujer, grupo focal)

“La verdad es que las mujeres no están muy familiarizadas con el alcohol, es muy poco lo que toman entonces, como ella nunca va a llegar al nivel de uno es cuando se aprovecha. No digo que todas” (Hombre, grupo focal)

Por lo tanto, la percepción que se le asigna al consumo de alcohol variará de acuerdo al género y al tipo de experiencias que se hayan vivido como se demuestra en el siguiente verbatim:

“Mi padre cuando consumía el alcohol y ya estaba muy borracho y se veía sin plata, le decía a mi abuela que le diera, y si ella le decía que no tenía, se enojaba como ya casi a pegarle; entonces me marca mucho la forma en cómo trata a las personas cuando esta ebrio” (Hombre, grupo focal)

4.2.8. EL CONSUMO DE ALCOHOL PARA LOS ADOLESCENTES PAILEÑOS:

Para los adolescentes Paileños existe la percepción que el consumo de alcohol es una práctica que se usa para divertirse, celebrar fechas especiales, pasar un buen rato en compañía de familiares, amigos y quitar el estrés, dejando ver cómo esta bebida se reviste de significado, pues alrededor de esta se propician espacios de integración y socialización. Por lo tanto como ya se ha venido mencionado es un elemento indispensable que está presente en casi todas las actividades sociales.

Pero así como llegan a resaltar lo importante que es para su socialización con el grupo de pares, perciben que al hacer un uso excesivo o abusar del alcohol puede aflorar una serie de afectaciones que van desde lo biológico (pérdida de conocimiento) hasta lo social (violencia física). De este modo definen el consumo excesivo como abuso el propasarse con la sustancia, el tomar más de lo que debería, de lo que está estipulado, por lo tanto, una manera de marcar el límite entre el uso y el abuso del alcohol está asociado a los estados de la conciencia, es decir que los adolescentes perciben que frente al abuso existen afectaciones, por lo tanto el consumo debe ser moderado y no excederse, para pasarla “bien.”

Por lo tanto al establecer ciertos límites frente al uso del alcohol, los adolescentes logran demostrar que se ubican en la categoría de consumidores moderados, ellos perciben manejan un autocontrol que les permite establecer hasta qué punto consumir. Por lo tanto, el plano de lo moderado es subjetivo y está directamente

amparado por el sistema de creencias que cada sujeto en particular ha construido, a partir de este, puede estipular la cantidad de la sustancia y los efectos que se quiere en el cuerpo.

De este modo se dirá que la percepción construida por los adolescentes frente a esta práctica social de consumo estaría atravesada por un ejercicio reflexivo, donde entran en juego el sistema de creencias individual, las experiencias previas y los significados colectivos que se han compartido en torno al consumo.

En general los adolescentes tienen la percepción moderada del consumo, porque es algo que han construido socialmente, lo cual les garantiza una diversión plena y con un mínimo de afectaciones, es decir que en la subjetividad de los adolescentes se concibe una generalidades de consumo leve o moderados, pese a que hay tantas formas de consumir como sujetos que le dan otros sentidos al consumo de alcohol. En términos particulares se reconoce que los adolescentes Paileños tienen una percepción de consumo asociada a una práctica social colectiva pero de manera específica, porque esta no es igual entre los sujeto, reconocen que la experiencias son únicas, e inherentes a los propósitos sociales.

Específicamente los adolescentes exponen que reconocen los límites frente a la sustancia, cuando perciben una señal de “mareo”, signo que les advierte e indica que la sustancia ya está causando efecto, en otras palabras los límites que están sujetos a reacciones biológicas o físicas en el cuerpo y desconocen los efectos en otros aspecto relacionados con lo emocional, predomina en ellos el refuerzo de un paradigma de consumo desde lo biológico. Sin embargo manifiestan que en la mayoría de los casos cada sujeto posee su propio sistema de consumo y de igual forma una distinta forma para identificar el límite.

Otro factor que incide para el establecimiento de los límites frente a la sustancia tiene que ver con el tipo de normas estipuladas por el grupo familiar, y la actitud que han tomado los padres frente al consumo, esto influye como sistema de control que opera en la conciencia de los adolescentes y permite que no lleguen a abusar del alcohol, si pasa lo contrario aparecen los castigos:

“A los papás no les gustaría vernos borrachos, por lo tanto moderamos nuestro consumo hasta ir disminuyendo el ritmo del consumo hasta dejar de tomar” (Mujer, grupo focal)

La práctica del consumo de alcohol está ligada a una relación con sus pares, que generan enganche que da aceptación y está asociada al reconocimiento afectivo. Igualmente hay una ambigüedad respecto a la postura de los padres con el alcohol, porque es una práctica cotidiana pero no debe ser puesta de manifiesto, pareciera que se percibe como un deseo de emancipación de los hijos que los padres reconocen como necesario pero que con dificultad lo aceptan. El alcohol está asociado a los rituales de pasaje pero vivimos en una sociedad que no acepta y adolece el crecimiento de los hijos; se presenta una reticencia, una negación frente a una situación esperada. Según Rivera (1993) el adolescente se debate entre la autonomía y la independencia pero al mismo tiempo se enfrenta a la ambivalencia que le generan la pujanza frente la emancipación y al mismo tiempo el impedimento para lograrla, es decir que al tiempo que los padres brindan libertad, está a su vez es limitada y con algunas restricciones ligadas al vínculo, normas y estilos de vida familiar.

En conclusión, los adolescentes reconocen que existe en ellos una percepción de riesgo y que los excesos y abusos con el alcohol alterará y modificará sus comportamientos, la percepción sobre la realidad, pero a pesar de esto prima el poder divertirse o “entonarse” y poder alcanzar un nivel de satisfacción con el grupo de pares de los que buscan aceptación y relaciones sociales adecuadas, de hecho se resalta que si las mujeres llegan a los estados de pérdida de embriaguez o conciencia, son criticadas, esto se debe a la percepción de género antes mencionado, frente al consumo, reconociéndose así una distinción entre hombre y mujer, como aspecto último reconocen claramente que el consumo excesivo propicia la entrada a otras drogas y a la aparición de abusos por parte de otros.

De esta manera se destaca que la percepción que tienen los adolescentes Paileños está orientada por los límites y los cuidados que se deben tener frente al consumo, el excederse implica paralelamente generar algún tipo de malestar familiar y social, por lo tanto esto no está entre sus objetivos; si bien perciben que tienen un uso adecuado del consumo y que solo se divierten y de ese modo

suplen carencias contextuales, afianzan relaciones de amistad, sociales y afectivas o de pareja.

4.2.9. CARACTERISTICAS DEL CONSUMO DE ALCOHOL: UN ELEMENTO RECREATIVO Y RITUALIZADO

Un aspecto importante que se debe considerar es la característica de ritual que va alcanzando el consumir alcohol; si bien, estos rituales influyen directamente en las percepciones de los adolescentes porque tomar alcohol presume ciertas rutinas puestas en la escena como ceremonia o ritual del tomar que lo impregna de significaciones históricas y culturales, aspectos relevantes en la percepción. Pero antes es pertinente definir qué se entiende por ritual.

Desde la perspectiva antropológica y sociológica, se define ritual a las pautas repetidas que se desempeñan en formas preestablecidas involucrando el uso de símbolos y que tienen como función crear solidaridad social y abonar al mantenimiento de la cohesión social (Sautú, 2003:108).

Así, al referirnos acerca del ritual de tomar alcohol en los adolescentes se hace énfasis a la significación social y en la característica social que el consumo adquiere para los adolescentes y podemos detenernos en sus diferentes tipos: los ritos de iniciación y los ritos de situación: Los primeros suponen aquellas instancias de acercamiento al consumo que pueden darse en diversas situaciones (o ritos situacionales), mientras que los segundos refieren a todo un escenario de consumo de alcohol que se habilitan como una gama de opciones para el adolescente.

Los ritos situacionales también pueden ser categorizados como habituales u ocasionales según la frecuencia en que son practicados, entre estos ritos se ubican el deambular por el espacio público (parque especialmente) y entre los ritos ocasionales se destacan el conjunto de fiestas de quince o fiestas de graduación y se extiende a los preparativos que la misma habilita.

A continuación se presenta una descripción y análisis de los tipos de ritos situacionales encontrados en las entrevistas y en los grupos focales, teniendo en cuenta la posibilidad de ser cruzados con ritos de iniciación.

Dentro de los habituales se reconoce:

Juegos con el alcohol, este ritual se enmarca especialmente dentro de las discotecas, el cual actúa como medio de acercamiento e iniciación, o bien como paso a un consumo mayor, ya que cuando alguien se vincula a la rumba, inmediatamente se le ofrece bebidas alcohólicas para que se ponga a tono con los demás, de ahí que la percepción de quien sale a rumbar refiere consumo de alcohol, resultando también como un dispositivo que seduce, desafía y vuelve de algún modo placentero (“divertido”) el hecho de tomar.

No se puede negar cuando se hacen las rondas los integrantes se ven presionados hacia el consumo, porque si estos se resisten desentonaría con la diversión del grupo, en este orden de ideas se destaca la “ronda de ron”, la cual consta de la motivación de un integrante para brindar por alguna satisfacción personal o al contrario por alguna situación insatisfecha (experiencias de pérdida o rupturas interpersonales), este ínsita a todos a beber al instante, por lo tanto sirve el ron en todas las copas y hace un llamado de atención para que todos tomen en simultánea y compartiendo su motivo.

“Por ejemplo cuando uno sale de por sí uno debe de tomar, si usted dice no, entonces los amigos lo obligan así usted diga no (...)” (Hombre, entrevista)

“Cuando suena una canción que a todo mundo le gusta, pum de una, tomo mundo un trago, que uno llega (a la discoteca) de una le brindan un trago” (Mujer, entrevista)

Dentro de los ritos ocasionales se destaca:

Las fiestas de quince, cobran importancia por ser un acontecimiento que adquiere las características de ritual de paso o transición, supone un espacio intermedio entre el mundo infantil / adolescente y el mundo adulto que habilita la legitimación de ciertas prácticas, entre ellas el tomar alcohol con los amigos a la vista de los padres. Para los adolescentes los quince funcionan como un quiebre entre lo que se era y lo que será de ahora en adelante. Este ritual de paso

favorece la legitimación y la validación del alcohol por parte de la familia. Esta a su vez legitima que con este ritual la niña adquiere el papel de mujer y con ello el rol que se le asigna, el cual está cargado de emancipación y responsabilidad. Por otra parte con este ritual la sociedad también asume que una niña se ha convertido en mujer y esto se evidencia porque en la mayoría de las celebraciones de 15 años se invitan a los amigos y allegados como testigos y partícipes de este gran paso en la vida de la niña que se vuelve mujer, pese a que en los términos legales este proceso se vive a los 19 años, pero a la sociedad poco le importa eso, ya que prima la celebración y ritual de los 15 años.

“En mis quince estábamos recochando y tomando normal, todos estaban alegres (Mujer, entrevista)”

Otro punto que es relevante para el análisis de las percepciones de los adolescentes es el contexto, este encierra prácticas culturales y sociales que moldean a sus habitantes, generando en ellos los hábitos, costumbres, creencias y percepciones del consumo particularmente hablando. En este orden de ideas el contexto determina las posibilidades que los sujetos tienen para el desarrollo de vida, en el se presentan las oportunidades, políticas, religiosas, económicas y culturales que permiten la validez de las prácticas adoptadas por los sujetos, de este modo es que se destaca la importancia del contexto frente el consumo de alcohol de los adolescentes y sus percepciones.

Según Giménez (2003) la cultura como la identidad son significados que no se pueden separar, si se tiene en cuenta que los rasgos culturales no son más que el lado intersubjetivo de la misma interiorizada. Por estas razones se debe comprender primero que es cultura, la cual refiere a modelos de comportamientos o pautas de significados simbólicos; por otra parte en la revista REIS (1997) Casal Gabriel plantea que la cultura se ve como una telaraña de significados, los cuales se han realizado con nuestro diario vivir, tomando las cosas que nos rodean, las cuales quedan en el ser, formando los constructos de los individuos. La cultura es la representación de nuestra idiosincrasia teniendo en cuenta el espacio - tiempo en la cual se desarrolla.

Entre otros aspectos, la cultura interviene como nutriente de la identidad y la identidad define al sujeto o actor social que interioriza la cultura por lo tanto “no existe cultura sin sujeto ni sujeto sin cultura”. (Giménez, 2003:13)

Con las anteriores consideraciones se evidencia que en el corregimiento de la Paila existen los escenarios para el consumo como bares y discotecas, entre otras, además de la economía que generan las industrias del sector, del mismo modo existen escenarios deportivos de carácter privado, pero la percepción que tienen los adolescentes de los sitios de esparcimiento o recreación no cumplen con sus expectativas, esto lleva a una resignificación de la recreación, evitando el uso de los escenarios deportivos privados, para sus propósitos (deportivos o recreativos). Otra limitante es el carácter privado de las empresas las cuales limitan el ingreso a estos sitios, por lo tanto los jóvenes manifestaron utilizar su tiempo libre en actividades de ocio, en lugares y sitios que en la mayoría de las veces esta asociados al consumo de alcohol (discotecas, tabernas, estar con sus amigos, bailar). Las anteriores condiciones se relacionan con la percepción de los adolescentes de la práctica del consumo de alcohol como la actividad alterna para ocupar su tiempo libre.

La percepción de carencia de escenarios para que los adolescentes puedan dedicarse a otras actividades está arraigada en la cultura de consumo a través de acciones generadas en el pasado, que permitió la construcción de un presente y reflejan el futuro, es por eso que la historia juega un papel crucial en las culturas estructurando las experiencias compartidas que luego se cristaliza en las instituciones como prácticas cotidianas. De este modo los adolescentes reproducen lo que el contexto le brinda, siendo el consumo de alcohol el aspecto predominante de la población.

De este modo y según Giménez (2003) la cultura es la manera como la sociedad se organiza para darle sentido a sus prácticas sociales, las cuales se constituyen relativamente estables en el tiempo, estabilidad que los sujetos van reviviendo a través de la historia, los hábitos y costumbres que se constituyen como esquemas o representaciones participativas que se fortalecen a través de la comunicación y

los símbolos dentro de un contexto determinado, el cual esta históricamente estructurado para el desarrollo de las personas. En este orden de ideas se hace notorio que el consumo de alcohol por su connotación cultural, es reproducida como legado que se transmite de generación en generación.

Se destaca que en la población Paileña el parque ha sido referenciado como el único espacio de los jóvenes y la población en general en el que pueden salir a realizar sus actividades de esparcimiento y recreación, que en su mayoría están relacionadas con la rumba y el consumo de alcohol, prácticas que han sido naturalizadas, producto de un modelado cultural establecido.

Por lo tanto es cerca del parque, que se visibiliza en gran medida la presencia de establecimientos públicos destinados para actividades relacionadas con el consumo, como: las discotecas que si bien promueven e incitan a los jóvenes al consumo. El ingreso a estas tiene una condición que parece ser inquebrantable y es el de tener que consumir, si ese consumo no se presenta opta por excluir o expulsar a los adolescentes del espacio, aspecto que a simple vista resulta siendo como algo obligatorio al cual todos se deben ceñir para poder que los hagan partícipes de las actividades que allí se proponen “rumbear”.

Por otro lado, para algunos adolescentes, es motivo de alegría y tal vez de orgullo que se conozca su contexto como el “Juanchito del norte” precisamente porque los reconocen por su ambiente rumbero y alegre, el consumo juega el papel de integrador social, pero paradójicamente, para otros esa alegría no es compartida porque les gustaría que los reconocieran por otros aspectos y no solo como el centro donde se realizan las mejores festividades relacionadas al consumo de alcohol, aunque llegan a ratificar que muchas veces esas festividades sirven de estrategia para que muchos demuestren sus habilidades o talento en cuanto al canto y así puedan ganar un reconocimiento.

En este orden de ideas, el contexto social tiene una implicación profunda en la percepción de los adolescentes frente al consumo, debido a las experiencias de las personas adquiridas en el contexto inmediato, mediante procesos de validación y negación de los actos o acciones que regulan a la sociedad misma, la cual

legítima o censura sus propias actividades, a través de la comunicación, los símbolos y procesos de formación socio-cultural que promueve la creación y reconfiguración constante de las percepciones del consumo.

“En este pueblo la gente celebra por todo y les gusta tomar mucho, lo que más lo caracteriza es la rumba” (Hombre, entrevista)

(...) uno lo que hace aquí es salir al parque y si uno ve la gente rumbeando es en lo único que se puede distraer, en lo único que puede hacer para pasar un buen rato (Mujer, grupo focal)

“Aquí se volvió que si no hay alcohol no hay diversión, es como un medio de ya integrarse” (Mujer, grupo focal)

Dichos procesos son efectivos mediante las instituciones (familiar, social o el estado) que intervienen directa o indirectamente, que ejercen control y regulan a las personas, encausando y atribuyendo una subvaloración de lo individual, al generar que las personas adopten estilos de vida en los cuales se incorporan lógicas de consumo como el del consumo de alcohol, que se encuentran enmarcados en procesos de homogenización globales que han logrado incorporar modelos de vida lineales donde se evidencian en el contexto local, cuando se refleja el dinamismo que surge a partir de la compra y venta de sustancias en lugares públicos y privados.

Ahora bien hay que tener en cuenta que en la actualidad, dichos estilos de vida, hábitos o costumbres son producto de las dinámicas del mundo globalizado, si se reconoce que vivimos en un mundo con continuas transformaciones que afectan casi cualquier aspecto de lo que hacemos, en este sentido dichas dinámicas han sido incorporadas por seres humanos en la medida que “vivimos la vida” con la misma fluidez de orden económico. (Giddens, 1998)

Es decir, que las dinámicas globales han incidido en las conductas del ser humano, de tal manera que viven sus vidas de modo vertiginoso, que al llegar el fin de sus días, terminan dándose cuenta que las han desperdiciado, es decir, que en consecuencia nos hemos alejado de vivir nuestras propias vidas. Por lo que en definitiva el impacto es generado por la modernidad en primera instancia siendo la globalización su mecanismo de acción.

En este orden de ideas se presume que los imaginarios globales permean la sociedad, creando contextos homogéneos con el fin de fortalecer la industria globalizada. Esto cambia los estilos de vida y van creando percepciones globalizadas de consumo, dándoles a los adolescentes oportunidades para el mismo.

4.2.10. APORTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Como aportes de esta investigación encontramos que la percepción del consumo de alcohol en los adolescentes de la Paila se puede caracterizar en cuatro estadios los cuales se pueden comprender como. La percepción del consumidor potencial, la percepción del consumidor pasivo, la percepción del moderado y la percepción del consumidor problemático.

En primer lugar encontramos al consumidor potencial, Según Parreño y Ruiz (2012) el consumidor potencial se define en cinco fases que brindan la comprensión del tema, entre estas fases se encuentran: la atención, el interés, la prueba y la adicción afectiva.

En este orden de ideas, la atención: se da a partir de la relación con el consumo el cual despierta el interés y lleva al sujeto a una exploración más profunda para ver su beneficio a término personal.

El interés: una vez profundizado el tema se evalúa acrecienta el interés y se sigue explorando sobre el producto y en particular sobre las necesidades que el producto puede cubrir.

Luego se procede a evaluar: el sujeto considera sus conveniencias, condiciones económica y de manera particular las bondades del producto, haciendo caso omiso a las consecuencias, particularmente a las de consumo.

Seguidamente se da la prueba, es decir, el momento en que se ingiere el primer trago de alcohol, el cual, a través de esta investigación se presenta a los 8 años aproximadamente, por lo tanto se plantea que el consumo en esta etapa de la vida, se da bajo las condiciones permisivas de los padres, por lo tanto, si la prueba arroja la satisfacción esperada, es posible que se pase a un consumo gradual y

moderado. En este caso la prueba de alcohol se realiza a través de las sobras que dejan los consumidores, es decir que la prueba empieza desde niños en las festividades familiares.

Frente a la adopción afectiva, es cuando se familiariza el producto y se decide consumir periódicamente, para la complacencia de las necesidades, en el caso del consumo de alcohol, se debe reconocer que este proceso del consumidor potencial es de manera gradual desde el momento que existe una relación con el alcohol y dependiendo del contexto familiar y social, quienes son los que marcan las pautas de vida en todos los sentidos.

Con lo anterior, se considera como consumidor potencial a aquellas personas que insertas en una sociedad cuentan con las pautas, hábitos, costumbres y cultura además de los artículos y elementos particulares del consumo, para el caso del alcohol, es decir que los sujetos a través de la socialización primaria y secundaria son insertados a las prácticas de consumo, desde temprana edad, configurándose en personas potenciales para llevar a cabo esta práctica.

El consumidor potencial se va a destacar porque desde niño tiene la oportunidad de recibir información sobre el consumo y se permite crear el imaginario del mismo a través de los modelos familiares, sociales y de amigos que tienden a influenciar un consumo pasivo, luego a un consumo moderado y posiblemente al final a un consumo problemático; es decir que la influencia del consumo se presenta a temprana edad, esto de acuerdo al contexto en que se viva, es decir que no en todos los contextos se presenta del mismo modo el consumo de alcohol.

Se evidencia que el consumo de alcohol empieza desde niños con la observación, interacción e inserción de un contexto social con afinidades de consumo, este inicia a nivel familiar y social. De esta manera es que se consideran a los niños como consumidores potenciales. Por la inserción en una sociedad con dicha práctica.

En este orden de ideas, el consumidor potencial frente al consumo de alcohol, es un sujeto que va hacer parte del sistema económico, como consumidor cuando cuente con los recursos económicos, el tiempo y la edad para atender sus

necesidades. Se considera que un consumidor hace uso de su racionalidad, la cual la pone en función compensatoria frente a sus necesidades, es decir que lo que practica o compra siempre está orientado al cubrimiento de ellas y una vez cubiertas va a sentir satisfacción y placer al conseguir sus objetivos.

Por otra parte se resalta que frente al consumo de alcohol existen muchas investigaciones, en las que el foco de atención se centra en la edad de los consumidores, las cuales plantean que este tiene sus inicios alrededor de los 14 años y también destacan las afectaciones del consumo, pero no se resalta la edad del consumidor potencial ni pasivo. Por lo tanto se hace relevante dimensionar el consumo y pretender evidenciar el trasfondo del suceso.

Esta investigación evidencia la importancia que tiene la socialización primaria y secundaria y como el sujeto es inserto desde sus primeros días de vida a unas prácticas de consumo, cabe aclarar que estos procesos se dan de manera inconsciente por los actores implicados, es decir que los padres cuando festejan o participan de las prácticas de consumo frente a sus niños, no reconocen o perciben que ellos están interiorizando estas prácticas.

Por su parte, los niños (as) posiblemente no reconocen los procesos y las características de consumo, porque se infiere que su interés está orientando hacia otros aspectos como en el reconocimiento del contexto y la interacción que se empieza a gestar en él, por lo tanto, ellos están viviendo sus etapas de acuerdo a la socialización de sus cuidadores, modelos o figuras paternas. Frente a este tema se puede decir que los fenómenos de consumo se manejan intersubjetivamente a través de los símbolos y la comunicación socio cultural de los actores, de este modo el proceso cognitivo (percepción) hace las funciones de estructurar los estilos de vida de acuerdo a las relaciones sociales, el contexto, la cultura y socialización de los actores.

Por lo tanto se resalta al consumidor potencial como fuente de un consumo imaginario, consecuente con una sociedad inmediata, para dar el paso al consumidor pasivo que es aquel que consume por primera vez, sin más motivo que experimentar lo que sienten los adultos cuando consumen alcohol, es decir

por curiosidad y como consecuencia de una práctica que ha estado frente a ellos desde sus inicios de vida (infancia).

Se evidencia que el consumidor pasivo, toma su primera copa de una bebida alcohólica, alrededor de los 8 años, de manera oculta, por el temor a la represión familiar, la cual está influenciada por la sociedad, que criticaría el comportamiento permisivo de la familia. De este modo el niño solo prueba el alcohol, para experimentar lo que los adultos practican.

A partir del consumo pasivo y llegando aproximadamente a los 13 años, el sujeto atraviesa por la inserción a la sociedad, para lo cual hace uso de la integración con sus pares, quienes para socializar, establecer relaciones afectivas (de amistad o amor), para divertirse y entretenerse, hacen uso del consumo de alcohol, para sentirse aceptado y ocupar el tiempo libre frente a las carencias del contexto, es decir que en este momento de consumo solo se toma por conseguir aceptación, participación e inserción social.

Lo anterior se podría denominar como consumo activo, moderado y social, dando paso la tercera etapa del consumo la cual cumple con las características anteriores y se determina que este consumo se enmarca entre los 13 años y 18 años de edad, momento en que el adolescente solo le interesa la diversión y la aceptación de sus pares. Hasta aquí no se evidencia un consumo problemático por que los adolescentes no reconocen depresiones, ni tristezas intensas que representen un consumo recurrente ni problemático.

Frente a esta situación se plantea que un cuarto momento de consumo inicia desde los 18 años en adelante, etapa en la cual se adquiere una madurez y libertad para orientar su vida en cuanto a las decisiones laborales, amorosas para conformar una familia, desligarse de la familia y continuar con su vida de manera independiente. Pero como las anteriores funciones van a depender de sus equipamientos y capacidad de resolver conflictos, los cuales están inmersos en cada tarea antes mencionadas, por lo tanto si se resuelven con éxito y se enfrentan a ellas de manera crítica y valorativa posiblemente no haya demasiadas consecuencias, pero si no se cuenta con herramientas contextuales ni apoyo

social y familiar, emergerán experiencias no gratificantes tanto a nivel personal y social que serán un motivo que justifica un consumo masivo y problemático.

Por otra parte, al explorar las experiencias de orden subjetivo, relacionadas a pérdidas generadas en la infancia, con el objetivo de observar la incidencia de estas en el consumo de alcohol, se destacó que los adolescentes presentan añoranza del pasado, reviviendo lo que Viorst (1990) expone como las pérdidas necesarias, las cuales hacen alusión a los recuerdos, vivencias agradables o de satisfacción vividas en el hogar el cual brindaba lo necesario para vivir, por lo tanto al estar por fuera de este, el sujeto se sumerge en la nostalgia y emprende la búsqueda que le permita regresar al estado de bienestar en el que se encontraba, pero al no lograr alcanzarlo, el sujeto se sumerge en el consumo, primero para olvidar o evadir experiencias dramáticas y segundo para sentir la sensación de desconexión del mundo para entrar en el mundo que añora.

Siguiendo este orden de días, se puede hablar entonces de un consumo por mitigación de la pérdida, la falta de oportunidades sociales y la exclusión frente a las oportunidades amorosas, contextuales entre otras.

Sin embargo, a pesar que los adolescentes Paileños reconocieron que estas vivencias marcadas por pérdidas pueden ser un motivo para que se presente indicios de consumo en este ciclo vital, destacaron que estas no eran significativas, el sentido de su consumo reside en poder socializar con su grupo de pares.

A continuación en el presente cuadro se resume cómo se construye la percepción en torno al consumo al consumo de alcohol.

4.2.11. CATEGORÍAS EMERGENTES DE CONSUMO EN LOS CICLOS DE VIDA

"Mis padres no consumen, solo lo hacen en fechas especiales como diciembre, día de la madre, cumpleaños... nosotros lo hacemos pero moderado" (Mujer, grupo focal) "En mi familia cuando se sientan a tomar destapan el trago, lo primero que hacen es tirar un chorro al suelo y cuando le pregunto a mi papá para que lo hacen dice que para las ánimas que les gustaba tomar y siempre es así con cada botella que se destapa" (Mujer, entrevista)	El consumo de alcohol inicia en la familia y se da por la socialización de los padres inmersos en un contexto social, el cual le permite al niño crearse o construir un imaginario o ideología de consumo que debe ser llevado a cabo en la menor oportunidad, porque se ha generado en el niño una relación de consumo, desde el momento que él tiene uso de recordación o interacción razonada de la vida.
"Una vez en mi casa estaban celebrando el cumpleaños de mi mamá y había quedado un poco de alcohol, y yo lo empecé a tomar" (Mujer, grupo focal) "Me tome un vinito ahí, me maree, mi mamá estaba cumpliendo años" (Hombre, grupo focal) "yo tenía una tía que le gusta tomar, cuando estaba en la casa con mi mamá, yo le decía, deme una copita (...)," (Hombre, grupo focal)	Seguidamente el niño ve la oportunidad y prueba de lo que en su mente está constituido como agradable, por las vivencias en sus mayores. En esta etapa el consumo tiene como objetivo, curiosar e investigar qué es lo que siente los adultos y por qué consumen alcohol. En algunas ocasiones los adultos festejan al niño, esto refuerza en él la importancia y satisfacción de consumo.
"(...) El consumo de alcohol es la manera de socializarse con otras personas" (Mujer, grupo focal) "Consumo alcohol para pasar un buen rato con mis amigos" (Mujer, entrevista) "Para mí el alcohol es diversión, entretenimiento, compartir con los seres queridos" (Mujer, grupo focal)	Posteriormente, en la etapa de la adolescencia se consume para socializar, divertirse y ganar aceptación con sus pares, es un consumo recreativo, reprimido por los padres y por la sociedad. Se motiva el consumo para divertirse e integrarse a la sociedad y suplir las carencias y necesidades del contexto. Por lo tanto se considera el consumo como un suplente frente a las carencias motivacionales y

4.2.12 DIFERENCIA ENTRE EL SABER Y CONOCER DEL CONSUMO DE ALCOHOL

A partir del análisis y de la discusión que se ha venido realizando en torno a la percepción que tienen los adolescentes Paileños del consumo de alcohol, se plantea que:

Existen dos características que están presentes en los modos de actuar de los adolescentes, estas son: el conocer y el saber sobre el consumo, los adolescentes poseen un conocimiento sobre el consumo de alcohol, pero muy pocos reconocen un saber sobre el mismo, es decir no se evidencia un acto consiente que permita que los adolescentes reconozcan una percepción crítica dentro de un contexto social.

En este orden de ideas el conocimiento y el saber se puede relacionar con el interés o desinterés sobre lo que significa el consumo, es decir cuando al consumo se le brinda el interés necesario sobre las consecuencias no se hace caso omiso de estas. Es decir que el interés refuerza las percepciones del sujeto quien hace un proceso intersubjetivo para evaluar racional mente lo fenómenos que se presentan frente a él.

Mientras que con el desinterés se evidencia que el adolescente atiende solo a las gratificaciones que le ofrece el consumo y esto lo lleva a un consumo sin el interés de las consecuencias, por lo tanto el adolescente tiende a externalizar las consecuencias y no las reconocen como parte de sus realidades propias, sino que las ven como ajenas.

En torno al consumo con interés, se puede decir que los adolescentes atienden las consecuencias ya sean vivenciados por ellos o por otras personas de su afinidad, en particular de sus familiares, es decir que atienden las consecuencias directas e indirectas.

Lo anterior le permite al adolescente la construcción de la percepción de riesgo ya que en el transcurso de su vida se ha permitido brindarle atención al consumo en todas sus condiciones.

Mientras que frente al consumo sin interés el adolescente no logra generar la percepción crítica, debido a que en el transcurso de vida no ha vivenciado el consumo de manera integral, sino que se ha limitado solo a la búsqueda de sensaciones placenteras.

En este orden de ideas, se plantea que cuando se presenta un consumo con interés, le permitirá al adolescente construir una percepción en la que se activaran lo que ellos denominaron: “límites frente al consumo”:

“Si yo lo estoy consumiendo (alcohol), y me siento mareada sé que ese es mi límite y no debo sobrepasarme porque si lo sigo consumiendo voy a perder el conocimiento y eso es lo que no quiero (...).” (Mujer, entrevista)

“Por ejemplo cuando me siento mareado o algo así, yo digo no más” (Hombre, entrevista)

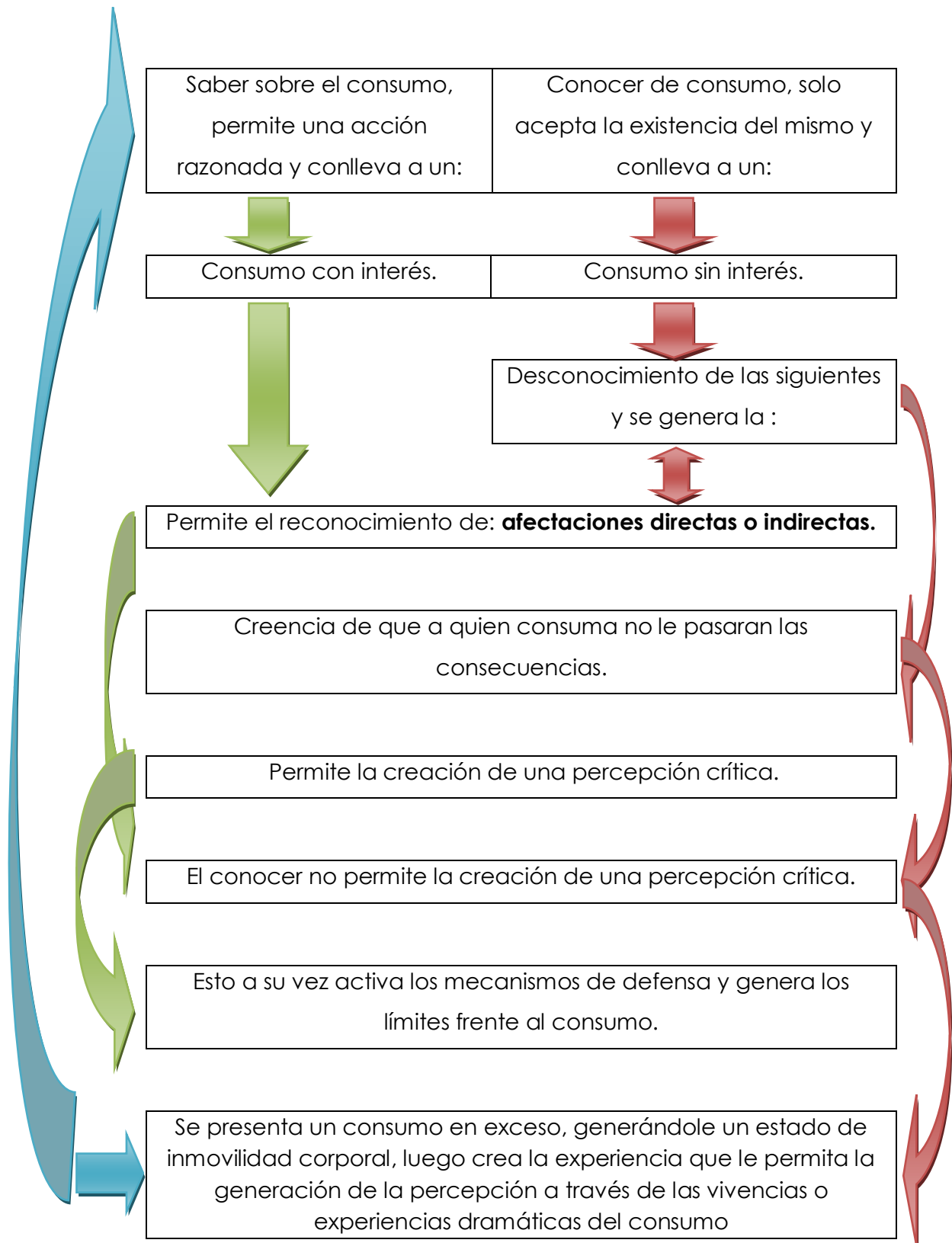
Cuando el adolescente pasa por alto los efectos del consumo no podrá construir una percepción de riesgo y esto permitirá que llegue a un consumo excesivo.

Otro aporte de esta investigación es el consumo de alcohol como sustituto o suplente frente a las carencias contextuales o la falta de oportunidades para la inserción a las actividades inherentes al desarrollo de vida.

En este orden de ideas, se considera que el beber alcohol es considerado por los adolescentes como suplente frente a las carencias contextuales. Es decir no existen otros lugares para la diversión y el entretenimiento adecuado y educativo, ellos consideran que de haber más sitios de esparcimiento y recreación el consumo disminuiría notablemente porque ellos tendrían lugares apropiados para distraerse.

Los adolescentes reconocen la importancia de la sustitución de escenarios de consumo por escenarios recreativos y de formación lúdicas que permitan un crecimiento integral en pro del desarrollo social y personal debido a que el consumo de alcohol así sea moderado de una y otra manera genera consecuencias en el ser humano y más si solo se conoce del consumo y no se adquiere un saber del mismo.

Lo anterior se recrea en el siguiente esquema



CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONESSOBRE LA PERCEPCIÓN DE CONSUMO

En el siguiente aparte se expone las conclusiones y algunas recomendaciones que servirán de aporte para otros posibles estudios. Dichas conclusiones se presentarán teniendo en cuenta implícitamente los objetivos trazados para dar cumplimiento a la investigación.

Según Safford y Palacios (2002) al hacer un recorrido por la historia de la humanidad el uso o consumo de alcohol tenía: un uso festivo, mágico, sacramental, creativo y terapéutico; pero en algún momento se rompió el sortilegio y el consumo pasó de ser una experiencia de conexiones profundas con las divinidades a una forma generalizada de consumo con fines comerciales, los cuales populariza el consumo y lo destina a todo tipo de nivel social, pasando a un consumo nocivo, enviciante y trágico. Al popularizarse su consumo, es decir, al convertirse el alcohol una sustancia que puede ser consumida en todas las clases sociales, se convierte también en un atractivo para los adolescentes, quienes lo emplean como un dispositivo que les va marcando la entrada al mundo adulto y renunciar a la infancia.

Dentro de los hallazgos se pudo evidenciar que en los adolescentes del corregimiento de la Paila el consumir alcohol se convierte en una práctica común que les permite no solo fortalecer sus relaciones interpersonales con el grupo de pares y ganar aceptación dentro del mismo, sino que también les permite vivir y disfrutar de los espacios de integración familiar, destacando que el compartir y el divertirse emergen como expresiones que le dan sentido a las interacciones sociales.

Por otra parte las prácticas popularizadas en las culturas del mundo antiguo y de culturas originarias, el uso de las drogas (el alcohol) estaba ligado a las relaciones de poder y en función de una sociedad que se basaba en la capacidad de establecer contacto con la divinidad, el uso de las drogas se daba desde

motivaciones de tipo comunitario con su orientación y guía de quien ostentaba el poder. Actualmente en su uso prima lo individual sobre lo colectivo, basados en relaciones de poder que afecta la dinámica de los fenómenos de consumo, que llevan al sostenimiento de una sociedad que se ve afectada o influida por los procesos de la globalización e industrialización.

Al rescatar las experiencias familiares de los adolescentes, se evidencia que la práctica del consumo de alcohol empieza a instaurarse en el proceso de socialización familiar, específicamente donde el niño/a observa que sus figuras de identificación (padres o cuidadores) se reúnen con otros miembros de la familia para pasar un rato agradable acompañado del alcohol; a partir de ese momento el niño se relaciona con la sustancia y la percibe como agradable convirtiéndose así en un consumidor potencial, es decir, en un sujeto que va desarrollando un imaginario sobre un comportamiento, en este caso sobre una práctica de consumo que no se ha ejecutado, pero se espera el tiempo oportuno para realizarla o ejecutarla.

Con lo anterior se demuestra que desde la infancia se empieza a tener una percepción de consumo, pero sin límites o patrones claros de cómo se establece esta práctica dentro de una sociedad contradictoria, la cual lleva una percepción de aprobación frente al consumo pero al mismo tiempo formula una serie de mecanismos represivos frente al consumo, por tal motivo la percepción hay que hacerla consciente desde la infancia y la relación con la sustancia tiene que estar mediada por la crianza, los principios y valores instaurados por las distintas instituciones sociales.

Por lo tanto, las experiencias de consumo familiar pasan a ser significadas como atractivas, placenteras por el infante y empezará a ser parte del entramado de prácticas cotidianas que se lleven a cabo a medida que transitan las etapas del ciclo vital; por eso resulta importante desde la infancia hacer consciente esta práctica del consumo de alcohol y no esperar hasta que el sujeto llegue a la edad de la adolescencia para realizar este ejercicio, por lo tanto la percepción es un proceso complejo que se desarrolla con las primeras imágenes que el niño/a logra

captar a partir de la interacción cotidiana que se establece entre los miembros de su grupo primario (la familia) y que también se va transformando a medida que las experiencias vividas permitan mover y reacomodar el mundo de significados de los sujetos.

Pero no solo la familia como se ha venido discutiendo aportan al proceso perceptual, también la escuela y el medio social en el que se encuentra inserto el sujeto lo continúan haciendo, por eso es que se menciona que debe existir o empezar a gestarse un trabajo interinstitucional o un trabajo colectivo que aporte a una educación consciente para los nuevos miembros, porque la tarea o toda la carga de la socialización recae en algunos casos en la familia o en la escuela; respecto a esta última se observó con el presente estudio que no ha jugado un papel protagónico o incidente que permita menguar o al menos reflexionar frente una situación que ha sido colectivamente signada como problemática (el consumo de alcohol) y que en los últimos años ha tomado mayor fuerza.

Además, la tarea resulta compleja cuando nos encontramos en una sociedad que todo el tiempo es contradictoria, por un lado expande una producción en masa y la comercialización libre de productos, pero por el otro, crea estrategias que en muchos de los casos son punitivas o coercitivas para hacer frente a la comercialización de ciertos productos como lo es en este caso el alcohol, entonces nos encontramos ante un sistema que todo el tiempo llena de imágenes relacionadas con la alegría y el placer la mente del infante ayudando a reforzar y contribuir finalmente a una valoración y percepción favorable frente a la sustancia.

Así, al observar todo lo que el medio (familia, escuela, sociedad) posibilita frente al consumo del alcohol y al carecer de unas bases que le permitan tomar conciencia de su realidad, el adolescente lo interioriza sin hacer una reflexión o crítica al respecto y simplemente se convierte en un actor que es absorbido por la lógica consumista; frente a esta postura Reguillo (1993) señala:

“Pareciera que los adolescentes experimentaran la realidad, como una realidad sin historia, sin proyecto. En el día a día las imágenes del consumismo esparcidas por todo el pasaje social enfrentan a estos

adolescentes y jóvenes a experiencias fragmentadas, diluidas, en las que se ha roto con la unidad y continuidad” (Reguillo, 1993: 173)

La familia, la escuela y la sociedad son las instituciones centrales para la producción–reproducción de la vida social, y como tales, deben emprender acciones conjuntas que permitan hacer frente a las problemáticas que se presenten, de lo contrario estas se agudizaran y los esfuerzos para enfrentarlas se convertirán en grandes desafíos, en una carga cada vez mayor y con resultados de menor impacto; por lo tanto, trabajar temáticas como el consumo de alcohol implica que principalmente las familias realicen una labor reflexiva frente a esta práctica y continuar con este ejercicio desde la escuela.

La sociedad desde luego debe contribuir a este ejercicio y también deberá tomar una posición más activa que favorezca el cumplimiento de las medidas de regulación instauradas, frente al consumo de alcohol, porque la flexibilidad con que se ha manejado hasta ahora está práctica, ha generado un consumo excesivo y en ocasiones tornándose problemático.

Según Laing (1948) el ser humano estructurar sus percepciones, en particular dentro de la familia, como subsistema que interactúa con la cultura y la subcultura de su contexto, las instituciones conexas y la cultura global, éstas permiten que las percepciones sean dinámicas, activas y subjetivas; por lo tanto es notoria la construcción de percepciones que hacen los adolescentes, en la que establecen parámetros que marcan una diferencia entre lo moderado (controlado) y lo abusivo, además de evidenciar las causas y consecuencias del consumo, las cuales permiten evidenciar las fronteras del consumo.

Se evidencia que la percepción se arraiga desde la infancia y esta se va configurando de acuerdo a las vivencias del sujeto y a la socialización con el entorno, el cual para este contexto en particular se le atribuye una alta valoración por su trayectoria cultural de consumo, es decir, que los adolescentes perciben que en el contexto prima la práctica del consumo de alcohol para divertirse y como un modo de vida.

Frente a lo anterior y como recomendaciones se debe tener en cuenta que para evidenciar las percepciones del consumo fue necesario el abordaje paralelo entre la familia, la escuela y la sociedad, del mismo modo cualquier proceso de intervención debe hacerse de manera integradora a las diferentes instituciones que socializan al ser humano a lo largo de su vida, es decir que las intervenciones deben ser interdisciplinarias y estratégicas para el abordaje holístico de un fenómeno en particular.

Se recomienda socializar los hallazgos de la investigación con el propósito de dar paso a la sensibilización y reconocimiento de la importancia que tiene la socialización temprana de los y las infantes, debido a que todo lo que ellos vivan, ó experimenten en su contexto configura su percepción y crea la cosmovisión de la manera en que se desenvolverán en una determinada sociedad, reconociendo que la cultura tiene un papel determinante en la construcción de pautas y roles sociales entre otras.

Por lo tanto, los procesos de socialización y sensibilización deben estar orientados por la educación social y la educación popular, con metodologías que fortalezcan los principios y valores sociales que permitan los equipamientos para robustecer los límites frente al consumo de alcohol y con el objetivo de generar en el adolescente los mecanismos de auto-control, auto-cuidado y auto-reprimirse, donde debe primar la integridad propia y ajena para un desarrollo social, que en últimas es a lo que le apuesta el quehacer profesional del Trabajo Social.

Con las anteriores conclusiones llegamos a la parte más relevante de esta investigación y trata de los aportes que consideramos permitirán una mejor comprensión de los comportamientos de los adolescentes frente al consumo de alcohol. En primer lugar, se resalta que si bien la edad del consumo es importante, es más relevante la edad en la que los niños se relacionan con el consumo porque tiene injerencia en la construcción de una cosmovisión de consumo que genera satisfacción, por lo tanto el niño solo espera poder llegar a una edad privilegiada para consumir, esta cosmovisión que el niño adquiere la va reconfigurando de

acuerdo a la percepción del consumo y los estados satisfactorios observados en el contexto o las afectaciones del mismo.

En este orden de ideas, hemos denominado consumidor potencial al sujeto que nace inmerso en una práctica de consumo o que su medio de socialización tiene un alto nivel de consumo, de este modo damos paso a la segunda categoría que se denomina consumidor pasivo, haciendo alusión a la primera prueba del alcohol, lo cual a través de esta investigación se identificó esta categoría entre los 8 y 12 años de edad, etapa en la que se presentó la prueba del consumo, por la curiosidad y como prueba de lo que los adultos practican.

Posteriormente y como tercera categoría se enmarca el consumo por diversión y entretenimiento, el cual, según los adolescentes Paileños se caracteriza por ser integrador y empleado en diversos contextos: familiar, escolar, social, grupal además hay un establecimiento de límites que les permite adoptar una capacidad de autorecompensa, autoreprimirse y autocontrolarse. Los adolescentes manifiestan que son autónomos frente al consumo y esa autonomía está estrechamente relacionada por la percepción que han venido configurando a lo largo de su vida.

Por último y atendiendo a los hallazgos de esta investigación se caracteriza el consumo problemático. Este alude a un consumo en exceso con el propósito de aumentar sensaciones placenteras y alcanzar un estado de bienestar, pudiendo también producir algún deterioro en la salud. Se resalta que este punto es construido de manera hipotética por parte de los adolescentes, quienes plantearon que para no llegar a este tipo de consumo es necesario el reconocimiento de los límites.

Frente a lo anterior se recomienda crear espacios que de manera participativa se pueda reconfigurar este tipo de prácticas sociales, para que se haga consiente que cada acto que se realice frente a los niños lleva consigo un proceso de interiorización en ellos y que a través de esto ellos (los niños) configuran una actuación futura. La cual será consecuente con la cultura y las formas de ser y hacer de una sociedad. Por lo tanto antes de criticar a los adolescentes se debe

revisar la forma en que los insertamos desde niños a la sociedad, considerando que no es el alcohol en sí lo que genera el malestar, sino la forma en cómo se hace uso de esta y ese uso está mediado por las formas de actuar cotidianas.

Para finalizar, se puede entender que la educación crítica de los hijos está comprendida por los procesos educativos formales e informales, deberes y derechos consignados en la legislación del Estado, el cual debe garantizar la inclusión social, que se articulan a la socialización familiar y de contexto, espacios en los que el sujeto adquiere las destrezas, habilidades y equipamientos sociales, principios y valores pertinentes, para enfrentarse a su entorno en el que interactúa y en pro del desarrollo social, personal y cultural.

Por lo tanto para modificar un accionar se debe empezar por desnaturalizar las prácticas cotidianas a través de la socialización y sensibilización de los fenómenos, amparados por los medios de comunicación que en últimas son los que tiene la mayor carga al momento de interiorizar cualquier práctica social, a través de la intervención. Por medio de los medios de comunicación se puede también crear nuevos estímulos que contrarresten los estímulos desfavorables, por lo tanto se deben construir significados colectivos orientados a la evidencia de otras formas de ser y hacer en pro del desarrollo social y en particular la utilización del tiempo libre.

En general, se puede decir que la ambigüedad que encierra el consumo de alcohol es lo que resulta como problemático para una sociedad que se ha empeñado en censurar a quienes llegan a un uso excesivo de este, pero que al mismo tiempo estimula, acepta y legitima una libertad de consumo que conduce a excesos.

Se destaca que las relaciones interpersonales se han modificado debido al avance vertiginoso de la tecnología y en particular la de la comunicación, la cual ha estrechado las formas de comunicarse, esto ha facilitado las relaciones y la manera de concertación para llevar a cabo la práctica del consumo de alcohol, la cual se favorece de la industrialización y la economía de mercado para llegar a todos los estratos sociales y a cualquier población, incluyendo en esta a los niños. Estas condiciones propician que los adolescentes Paileños tengan una percepción

sobre el consumo de alcohol más amplia e influida por los múltiples aspectos socio-culturales globalizados, de este modo, no solo es relevante el contexto histórico, sino el contexto histórico globalizado del consumo, de esta manera, los procesos que dotan una práctica de sentido, son generalizados y compartidos por diferentes culturas las cuáles pueden compartir sus historias, esto conlleva a que los modelos a seguir se amplíe y no solo se retoman los modelos familiares sino a modelos como: artistas, deportistas entre otros que influyen en las simbologías intersubjetivas, de los adolescentes y esto impregna de significados la práctica del consumo Paileño, el cual se ha resignificado de manera particular.

Si bien, los adolescentes reconocen a la familia como la primera institución en la socialización temprana, también reconocen que los símbolos que se presentan en torno al consumo como los comerciales que incitan al mismo, predisponen y reconfiguran la percepción de consumo como algo gratificante y recreacional, por otra parte los nuevos significados de consumo los cuales irán en torno a la diversión, integración y refuerzo de las relaciones sociales y en particular de las afectivas, de algún modo manipulan y modifican el proceso interpretativo desarrollado de los adolescentes.

En este orden de ideas la realidad social en particular la de los adolescentes se va transformando de acuerdo a la globalización socio-cultural y esto merece una interpretación constante de las vivencias, las cuales se asocian y relaciones con las experiencias, no solo locales sino globalizadas y esto permite nuevos conocimientos y una interpretación personal sobre las prácticas del consumo inmediato.

Se destaca que los adolescentes actuales se enfrentan de manera desprevenida a la multiplicidad de sucesos y fenómenos que les exige una comprensión acelerada para asimilarla, por lo tanto la formación de los adolescentes debería tener las mismas características vertiginosas para enfrentarse con los fenómenos que va encontrando a su paso; fenómenos que el adolescente capta, percibe, configura y reconfigura para aplicarlos o no en su vida. Por lo tanto el adolescente debe estar

orientado para la comprensión de la multiplicidad de sucesos y los pueda comprender para el desarrollo de su vida.

Como recomendaciones para lo expuesto anteriormente y teniendo en cuenta que la sociedad va dando cambios acelerados y entre estos podemos ubicar la educación de los hijos la cual ha pasado de ser autoritaria, con relaciones rígidas y de poder a formas de relación emancipadora, de participación, de corresponsabilidad y autorregulación. De este modo las percepciones son más generalizadas y mediadas por la globalización de las culturas sociales.

Con lo anterior expuesto el reto para los padres es proveer una formación orientadora hacia la comprensión de los fenómenos globalizados, esta formación debe estar basada en aspectos preventivos frente a la multiplicidad de información que brindan los medios de comunicación, de igual modo se debe involucrar a la formación de los niños, a todos los actores sociales e instituciones encargadas de la educación de los mismos, las cuales deben cumplir las características anteriores.

Con base a lo anterior se plantea que la formación de la sociedad actual debe contemplar un amplio rango de reflexión, aprendizaje para la generación de sentido de pertenencia, seguridad física y emocional del ser humano que permita el reconocimiento de una postura crítica atravesada por unos valores constructivos e incluyentes.

6. BIBLIOGRAFÍA

ABERASTURI, A. y A. Knobel (1985) La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico. Buenos Aires, Paidós Educador

ALVAREZ CHUART, Jorge (2001) Primera infancia: un concepto de la modernidad. Pdf.

ALVAREZ Matilde, CORREA Marta y URIBE Mónica (2009) Percepciones sociales frente a la comunicación del tratamiento y apoyo recibido por la población habitante de calle con tuberculosis. Vol. 28, Núm. 1, pp. 22-32. Universidad Pontificia Bolivariana.

ÁLVARO, José Luis. (1995) Psicología social: perspectivas teóricas y metodológicas. Siglo XXI de España, Editores S.A

ARENDT Hannah (1993) La Condición Humana. Introducción de Manuel Cruz. Editorial Paidós Barcelona.

BANDURA, Albert (1987) Pensamiento y acción, fundamentos sociales. Barcelona

BARBERO, Jesús Martín (1987) De los Medios a las Mediaciones. En: Guillermo Sunkel (coord.): El Consumo Cultural en América Latina. Colombia. Convenio Andrés Bello.

BAUDRILLAR, Jean (1989). Crítica de la economía política del signo. En: Guillermo Sunkel (coord.): El Consumo Cultural en América Latina. Colombia. Convenio Andrés Bello

BAUMAN, Zygmunt (2007) Vida de consumo. Fondo de cultura económica. México

BECK, Ulrich. (1998) *La sociedad de riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Buenos Aires, Paidós.

BECOÑA Elisardo y OBLITAS Luis Armando (s.f) Adicciones y salud. Departamento de psicología, Universidad Iberoamericana, Distrito Federal, México.

BELL, Daniel (1976) Las contradicciones culturales del capitalismo.

BLUMER, Herbert (1969) "Interacción simbólica: Perspectiva y Método". Englewood Cliffs N.J: Prentice Hall.

BOCOCK, Robert (1993). El consumo. Talasa, Madrid.

BORBOYES, José Reinelio (2010) (Entrevista realizada a Abelardo Cabrera, Comisario de Familia del Municipio de Zarzal Valle.

_____ (2013) (Entrevista realizada a Robert Tulio Munera, Líder comunitario del corregimiento de la Paila.

BORBOYES, José y OTALVARO Luz (2011) Documento de trabajo: Caracterización local y sus problemáticas sociales con base en la economía y el empleo, en el corregimiento de La Paila. Facultad de Humanidades, Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano. Universidad del Valle sede Zarzal.

BURBANO, Mary Hellen y SOLANO Julian (2010). Documento de trabajo: Caracterización de la población en el Municipio de Zarzal y Roldanillo. Universidad del Valle, Facultad de socioeconomía, Santiago de Cali. Maestría en Sociología

BURGOS, Juan Manuel (2003) Antropología: Una guía para la existencia. Editorial Palabra SA Madrid, España.

BUVINIC, Mayra. Et al (2005) .Inclusión Social y Desarrollo en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Cabezas Elizondo. Dora Argentina.

CHARON, Joel (1985): Symholic interaction. An Introduction, an Interpretation, an Integrat/ on.2" ed. EnglewoodCliffs, N. J: Prentice-Hall.

CICUA Diana, MÉNDEZ Margaret y MUÑOZ Liliana (2008) Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

DALLOS, Rudi (1996) Sistema de creencias familiares. Editorial Paidós. Buenos Aires.

DUBET, Francois (2006) El declive de las Profesiones, sujeto e individuos en la modernidad. Cap. 1 y conclusiones.

DUSCHATZKY, S. y COREA, C. (2001) *Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones*. Buenos Aires, Paidós,Tramas Sociales.

ESCOHOTADO, Antonio (1998) Historia de las drogas 2. Editorial Alianza, Madrid.

ESQUIVEL, Freddy. (2004). "Cuestión Social": algunas mediaciones determinantes para su estudio en la formación profesional, en Molina, L. (Orgs) La cuestión social y la formación profesional en Trabajo Social en el contexto de las nuevas relaciones de poder y la diversidad latinoamericana. Buenos Aires, Argentina: Editorial Espacio.

ESTRADA OSPINA, Víctor Mario (2004). Implicaciones ético-políticas y ético-técnicas de la formación académica en una sociedad globalizada. Ponencia presentada en el XVIII Seminario Latinoamericano de Trabajo Social.

ESTREMEROS Judith y BIANCHI Ximena () Familia y ciclo vital familiar. Parte I. Disponible en <http://www.foroaps.org/files/4%20familia%20y%20ciclo%20vital.pdf>. Accedido el 2 de marzo de 2013

FERMOSO, Paciano (2003) ¿Pedagogía Social Ciencia de la Educación Social? Universidad Autónoma de Barcelona. Pedagogía Social. Revista interuniversitaria. No 10.pp. 61-84

FERNANDEZ MONTALVO, Javier y LANDA Natalia (2001) "Comorbilidad del alcoholismo con los trastornos de personalidad". Colegio oficial de Psicólogos, España

FULLER, Norma (1997) Identidades Masculinas. Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial, Perú.

GARCIA CANCLINI, Néstor (1993) *El Consumo Cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

_____ (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia. Convenio Andrés Bello.

GIDDENS, Anthony (1995) Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea. Barcelona, Península.

_____ (1998) Un mundo desbocado. Fundamentos sociológicos

GIMENEZ, Gilberto (2003) La cultura como identidad y la identidad como cultura, UNAM. Instituto de investigaciones sociales. México.

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA (2008) *Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia*. Ministerio de la Protección Social y la Dirección Nacional de Estupefacientes. Editora Guadalupe S.A.

GONZALES, Raúl (2002) Reflexiones sobre el consumo: más allá de lo privado más acá de la condena. Programa de economía del trabajo. Universidad Academia de Humanismo cristiano.

HERRAN, Oscar Fernando y ARDILA María Fernanda (2005) "Consumo de alcohol, riesgo de alcoholismo y alcoholismo en Bucaramanga". Universidad del Valle Cali, Colombia pp. 158-167

IBÁÑEZ GARCÍA, Tomas (2004) Introducción a la Psicología social. Editorial Eureka Media, SI. Barcelona

INFORME DE GESTIÓN del IDLA (2010). (Instituto para el desarrollo de la Paila).

INSTITUTO EDUCATIVO ANTONIO NARIÑO (2012). Manual o pacto de convivencia institucional. La Paila Zarzal Valle del Cauca.

KELLY, George (1996) La psicología de los constructos personales, Nueva York, Norton.

LAING, Ronald (1948) Interacción e interexperiencia en las diadas.

LARRIBA Jaume, DURAN Antoni M. y SUELVES Josep M. (2006) "Programa de Prevención Familiar del Consumo de Drogas" Edición: Barcelona,

LUCKMANN, Thomas (1996) Teoría de la acción social, cap. 9 "Acción y sociedad III: la institucionalización de la acción social" pp. 113-143

MALDONADO, María Cristina (2002) Familia y vida civilizada. Revista prospectiva N. 6/7. Editorial Facultad de Humanidades. Universidad del Valle, Cali.

MANRIQUE, Martha Yaneth (2004) Caracterización del colegio Antonio Nariño, La Paila-Zarzal Valle Del Cauca.

MARGULIS, Mario y URRESTI, Marcelo (1998) La construcción social de la condición de juventud. En M. e. Margulis, "Viviendo a toda" Jóvenes territorios culturales y nuevas sensibilidades. (págs. 3-21). Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

Mazzotti, Paola (2010). *Las Drogas, sus implicaciones culturales, políticas y económicas*. Jornades de Foment de la Investigació, Universitat Jaume: Valencia, España. Pdf.

MIGUEZ, Hugo (1998) *Uso de sustancias psicoactivas. Investigación social y prevención comunitaria*. Buenos Aires, Paidós.

MINISTERIO DE LA PROTECCION SOCIAL Y UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (2012) *Taller de capacitación en prevención indicada e intervención temprana del consumo problemático de alcohol con profesionales de bienestar universitario*. Bogotá D.C, mayo de 2012. Disponible en: http://javeriana.edu.co/redcups/Taller_alcohol.pdf. Accedido 13 de julio 2013.

MODULO RED JUNTOS (2010) *Serie Acompañamiento: "Juntos en familia y comunidad"*. Cuaderno 4.4: *Consumo de SPA*. Presidencia de la República de Colombia, Red de protección social para la superación de la pobreza extrema- JUNTOS, Bogotá.

MOLINA María Lorena. MOLINA Alayon Norberto. (2004) La cuestión social y la formación profesional en Trabajo Social en el contexto de las nuevas relaciones de poder y la diversidad latinoamericana. Editorial Espacio

MORAN CARIILLO, José María. (2007) Epistemología, ciencia y paradigma en Trabajo Social. Capítulo 5. El paradigma funcionalista en Trabajo Social. Editorial Aconcagua

MORENO VILLA, María (2003) *La Perceptiva y Representativa en la Persona Humana*. Filosofía Vol. II Antropología, Sociología Psicología. Cuerpo de Profesores de Educación Secundaria. Editorial MAD. España

MUÑOZ, Julia (2010) Las bebidas alcohólicas en la historia de la humanidad. Documento en Línea disponible en; <http://www.medigraphic.com/pdfs/aapaunam/pa-2010/pae101i.pdf>. Accedido 12 de agosto 2013

NORBERT, Elías (1998) *La Civilización De Los Padres Y Otros Ensayos*. Compilación y Presentación De Vera Weiler, Profesora de La Universidad de Colombia. Grupo Editorial Norma; Santa Fe De Bogotá.

OBIOLS, Guillermo A. y DI SEGNI DE OBIOLS, Silvia (1993) *Adolescencia, Posmodernidad y Escuela secundaria*. Kapelusz. Editorial S.A. Pdf.

OBSERVATORIO ARGENTINO DE DROGAS (2005) *Imaginarios sociales y prácticas de consumo de alcohol en adolescentes de escuelas de nivel medio*. Pdf.

OMS (1994) *Glosario de términos de alcohol y drogas*. Lexicon of Alcohol and Drug Terms. Director General: Ildelfonso Hernández Aguado

ORBELÉ, G (1989) *Les fastes de Bacchus et de Comus*. París: Belford.

OSORIO, Julián A y BERMUDEZ, Miguel A (2012) *SPA: Tabú, mitos y realidades en el contexto Zarzaleño*. Universidad del Valle, Facultad de Humanidades. Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano. Monografía

PALACIO, María Cristina y VALENCIA, Ana Judith (2001) *La identidad masculina: Un mundo de inclusiones y exclusiones*. Cap. 1: El encuentro de un respaldo teórico. Editorial Universidad de Caldas, Manizales.

PARREÑO SELVA, Josefa y RUIZ CONDE, Enar. (2012) *Dirección de Marketing*. Editorial Clud Universitario.

POMCH (2010). CVC, UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE ZARZAL, *Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca Hidrográfica del Río La Paila*.

PONDS, Javier y BERJANO, Enrique (1999) "El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: Un modelo explicativo desde la psicología social.

PRADO, Jennifer y VALENCIA, Justin (2011) *Juventud Zarzaleña: Dinámicas de Vida, Bienestar y Participación*. Universidad del Valle, Facultad de Humanidades. Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano. Monografía.

REIS (1997) *Revista Española de investigación sociológica*. Casal Gabriel. "La quiebra de la identidad. La doble fax del espacio público".

REGUILLO, Rossana (1993) "Las tribus juveniles en tiempos de la modernidad". Revista de Estudios sobre las culturas contemporáneas, N. 11. Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

REYES Juárez, Alejandro (2009) Adolescencias entre muros. Escuela secundaria y la construcción de identidades juveniles. Maestría en ciencias sociales, México. Pdf

RITZER, George (1997) Interaccionismo simbolico: Principios básicos. En: Teoria sociologica contemporanea. Editorial McGRAUHILL. México D.F

RIVERA Alvaro, CARVAJAL María, CRUZ victor, CABAL María y CLIMENT Carlos (1993) Comportamiento y salud 1. De la concepción a la adolescencia. Grupo editorial Norma, S.A

SAFFOR, Frank y PALACIOS, Marco. (2002) Colombia: país fragmentado, sociedad dividida: su historia. Editorial Norma. Bogotá.

SALAMO AVELLANEDA María, GRAS María Eugenia y FONT MAYOLAS Silvia (2010) "Patrones de consumo de alcohol en la adolescencia" pp. 189-195. Universidad de Oviedo, España.

SANCHEZ, Luz Mary (2004) Evaluación y trazado de la estructura de la familia. Evaluación del conflicto conyugal: una guía para principiantes. Editorial facultad de Humanidades. Universidad del Valle, Cali.

SANDOVAL, Casilima y CARLOA A (2002) Investigación cualitativa. Programa de especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social. Editores ARFO. Bogotá.

SAUTÚ, R. (2003) *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires, Lumiere

SEOANE (1984). Alcohol e historia. Centro médico asociado. Disponible en: <http://www.sca-centremedic.com/cast/alcohol.html>: Accedido 14 de Agosto 2013

SILVA, Sergio (2012) "Colombia tercero en el consumo de alcohol". En: Diario el espectador, sección de salud, 1 de diciembre del 2012. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/articulo-390021-colombia-tercero-consumo-de-alcohol>. Accedido el 20 de agosto del 2013.

TOURAINÉ, Alain. (1994). Crítica de la modernidad. Tercera parte. Nacimiento del sujeto.

TRIGREROS Isabel, MONDRAGON Jasone y SERRANO María (2001) Trabajador Social. Temario para la Preparación de Oposición. Volumen I, Editorial Mad.

VALDERRAMA, José (2010) Informe de gestión de la asociación de servicios públicos de la paila ASEPAILA, Corregimiento de la Paila. Municipio de Zarzal Valle del Cauca.

VIORST, Judith (1990) Perdidas necesarias.

WEBBER, Max (1964) Economía y Sociedad. Fondo de Cultura Económico.

ZULUAGA DUQUE, Pedro Adrián (2010) Consumo de alcohol en jóvenes universitarios, “Conocer más para prevenir mejor”. Revista pesquisa N. 11. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

7. ANEXOS

7.1. EVALUACIÓN

Finalizado el grupo focal se procedió a la realización de la evaluación por parte de los participantes al grupo focal. Se interrogó a los asistentes sobre la comprensión del consumo de alcohol y ellos respondieron,

“Primero que todo los quiero felicitar de corazón porque en las partes donde yo he estado nunca he visto que una persona acoja las opiniones de otras personas frente a un tema, ustedes nos citaron y lo que hicieron fue dejarnos hablar, dejarnos decir que era lo que pensábamos, sentíamos, sobre el alcohol; entonces me pareció muy chévere, como decíamos anterior mente muchas personas van a decirnos pero no a escucharnos. Me gustó mucho porque escuche otras opiniones, como la de mis compañeros, porque no solamente la opinión mía vale. Si no también la de los demás y sobre ellos también aprendí mucho” (Mujer, grupo focal)

A manera general, el consumo de alcohol tiene relación con el niño, debido a la relación del consumo con las festividades familiares y además porque la sociedad muestra el consumo de alcohol como una de las principales maneras de diversión y entretenimiento. Los adolescentes reconocen que el consumo empieza desde muy temprana edad, del mismo modo reconocen que el consumo debe ser moderado y con responsabilidad.

Los adolescentes aceptan que a pesar de las enseñanzas sobre los efectos nocivos sobre el consumo, ellos no lo perciben de ese modo. Así mismo piensan que puede haber otras formas de divertirse y que si se puede rumbear sin consumir alcohol. Particularmente por parte de las mujeres, mientras que los hombres no perciben la rumba sin el consumo de alcohol, esto tiene que ver con que las mujeres cuidan más su imagen considerando que socialmente son más cuestionadas frente al consumo.

Perciben de manera general, que el consumo predispone a la diversión, integración y socialización entre pares y familiares, ratificando el hecho de consumir con moderación. En cuanto a la percepción sobre la investigación los adolescentes plantearon que se sintieron motivados para aprender del tema, porque en la localidad no se había vivido algo así, y menos con la interacción que se les planteo. Además consideraron que se sintieron escuchados y que por

primera vez apreciaron preocupación por ellos, y por lo tanto quisieron compartir su conocimiento frente al tema.

Del mismo modo, plantearon frente a la investigación que no se sintieron cuestionados, ni juzgados; por el contrario se sintieron comprendidos y pudieron expresar lo que sentían y había vivido frente al tema.

“Me pareció bien porque escuchan al joven, siempre me ha llamado la atención de que escuchen la opinión de uno” (Hombre, entrevista)

Además, los investigados sintieron que sus opiniones fueron acogidas con agrado y motivaron el diálogo, la discusión, las cuales fueron basadas en el respeto por el otro y la escucha mutua, era válido cualquier opinión y esto permitió el aprendizaje mutuo. Frente a este punto se destaca el proceso de familiarización que se creó con los participantes, según Montero (2007), la familiarización permite un adecuado acercamiento basado en el conocimiento y reconocimiento mutuo del contexto socio-cultural, religioso, político etc. Por otra parte, el investigador debe ser sincero, sin perjuicios de ningún tipo ni estereotipo.

La familiarización permite el acceso o la interrelación con los actores de manera más oportuna, permitiendo el reconocimiento de los mismos, su organización, relaciones e interacciones y lo más importante, el reconocimiento mutuo y afectivo de los participantes e investigador/es, de lo anterior depende la interacción y la interrelación básica para obtener la participación y cooperación, en pro de evitar interpretaciones o percepciones que desvíen los objetivos de la investigación o que pueden llevar al fracaso la misma, en este orden de ideas, el proceso investigativo debe minimizar la desconfianza, la cautela, la falsedad, los estereotipos, las imágenes erróneas o la terminación de la investigación sin haberla empezado.

Continuando con la evaluación los adolescentes propusieron que se hagan más investigaciones de este tipo.

“yo me integre a esto porque me pareció chévere, conocer a cerca sobre el consumo del alcohol, lo veo positivo porque es algo que nunca había visto aquí en la Paila; y como ya

habíamos dicho la gente de la Paila es muy toma trago, entonces pienso que deberían hacer mas proyectos sobre esto y llevarlos al colegio”. (Hombre, entrevista)

Frente a la convocatoria a las reuniones los adolescentes plantearon que fue pertinente porque se dio con tiempo y con una socialización previa.

“La convocatoria no me la esperaba pero estuvo bien que ustedes hubieran llegado ahí y nos hubieran hablado sobre la investigación, me sentí bien porque sé que estaban hablando de algo bueno, que me va a beneficiar” (Hombre, grupo focal)

Sobre la metodología y el contenido de la investigación, plantearon que fueron pertinentes las visitas a las casas para firmar el consentimiento, el cual ratificaba los compromisos con la investigación y la manera como se desarrollaría el proceso.

“el proceso me pareció bien, los interrogantes bien formulados, nos hacen pensar y ver lo que nos ha pasado mediante al consumo (...) me sentí parte importante de una investigación que ojalá no pare aquí y pueda continuar con mucho más” (Hombre, grupo focal)

Los adolescentes manifestaron que el consentimiento los hizo sentir como “grandes” e importantes, parte de algo y reconocidos en un proceso importante. Se destaca que desde un principio se tuvo en cuenta que la importancia la tendrían los participantes de la investigación ya que según el CONETS (2010) el investigador en Trabajo Social pretende construir sujetos que trabajen en equipo para transformar el mundo y se pueden descubrir como actores estratégicos para el desarrollo.

De igual manera el Trabajador Social debe conocer la realidad social para pretender transformarla con justicia social, inclusión, participación e igualdad, por lo tanto con la investigación se pretendió generar conciencia frente un consumo reflexivo que genere un conocer conjunto, donde el dialogo, la discusión y la confrontación de los conocimientos sobre el tema, permitan la creación de los sujetos que transformen la sociedad.

Se destaca que esta investigación no se realizó de manera a priori sino que se trato de un abordaje holístico sobre el consumo de alcohol en donde se pretendió

“conocer” la individualidad de las personas y su conformación como sujetos, esto permite mostrar cómo está constituida la persona, su interacción con el entorno y la manera en que se ve el mundo y actuamos en él.

“La investigación permitió la interacción y eso fue lo que me motivó” (Mujer, grupo focal)

“Me sentí escuchado y eso fue lo importante” (Hombre, grupo focal)

” Fue importante la preocupación por los adolescentes” (Mujer, grupo focal)

“Es algo que nos queda en la memoria haber compartido nuestro conocimiento” (Mujer, grupo focal)

“Me sentí cómoda al colaborar con la investigación y además que no se juzgó a nadie” (Mujer, grupo focal)

“Estas charlas son buenas porque uno expresa lo que ha vivido (Mujer, grupo focal)

De esta manera se le dio prioridad a la opinión de los adolescentes y se resaltó la importancia de ellos para esta investigación, se considera que esto hizo que la investigación arrojara los hallazgos pertinentes sobre el tema.

7.2. MATRIZ DE RECOLECCION DE DATOS

Matriz de recolección de información sobre el consumo de alcohol

Objetivos específicos No1

Identificar las experiencias que han tenido los adolescentes, con relación al consumo de alcohol, en el entorno familias, el contexto social y la escuela.

Historia, (pasado y presente).	Experiencias de consumo su categorías Contexto.	Actores.
¿Cuáles son tus características personales y familiares? ¿Qué practicas de consumo identificas en tu historia de vida? ¿Cuál es tu experiencia de vida en torno al consumo de alcohol? ¿Qué vivencias en torno al consumo tienes del contexto?	¿Cuál ha sido tu experiencia mas representativa en torno al consumo? ¿Qué aspectos históricos y presentes se pueden resaltar de los medios de comunicación y en particular de la internet frente al consumo?	¿con quienes asocias tus experiencias de consumo en tu historia de vida? ¿que personas o escenarios te han servido de modelo para el refuerzo o evitación del consumo? ¿En relación al consumo, quiénes han intervenido en tu construcción de vida?
Social.	Lineamientos Contexto Familiar.	Educativo
Hostiles.	Relaciones Confusas.	Moderadas
Infancia.	Tiempo Transición de infancia a adolescencia.	Adolescencia

Objetivo específico No 2

Identificar el sistema de creencias (valoraciones) transmitidos a través de la socialización desde el colegio, la familia el grupo de pares y los medios de comunicación con relación al consumo de alcohol.

Practicas culturales.	Sub categorías Normas.	Actitudes.
¿Cuáles son las asociaciones o atribuciones culturales que tienes frente al consumo? ¿Qué aportes sociales y culturales resaltas en tu vida con relación al consumo?	¿Cuáles son los discursos que has tenido frente al consumo en tu historia de vida? ¿Qué personas, situaciones y/o contextos han aportado para consumir o no alcohol y de que manera?	¿De que manera te relacionas con el consumo y cual es tu postura frente al mismo? ¿Qué inculcan los medios de comunicación y en particular el internet y como estos intervienen en tu vida frente al consumo
Social.	Lineamientos Contexto Familiar.	Educativo
Hostiles.	Relaciones Confusas.	Moderadas
Infancia.	Tiempo Transición de infancia a adolescencia.	Adolescencia

Objetivo específico No 3
Reconocer los significados que han construido los adolescentes alrededor del consumo del alcohol.

Categoría Significados											
Símbolos.	Sub categorías Asociaciones.	Interpretaciones.									
¿En tu recorrido por la vida como se ha presentado la comunicación simbólica frente al consumo? ¿Qué significados se le atribuyen al consumo?	¿Con qué factores (otras drogas, sexualidad, relaciones etc.) asocias el consumo de alcohol? ¿De qué manera se presenta el consumo o las actividades relacionadas al mismo en los medios de comunicación y en particular en la internet? ¿De qué maneras se utiliza la internet y con que propósito en relación al consumo?	¿Qué opinión o comentarios, puedes aportar, de acuerdo a tu experiencia, frente al consumo? ¿Cuál es el aporte o como interpretan el consumo en la escuela, la familia y la sociedad?									
<table> <tr> <td colspan="3">Lineamientos</td></tr> <tr> <td colspan="3">Contexto</td></tr> <tr> <td>Social.</td><td>Familiar.</td><td>Educativo</td></tr> </table>			Lineamientos			Contexto			Social.	Familiar.	Educativo
Lineamientos											
Contexto											
Social.	Familiar.	Educativo									
<table> <tr> <td colspan="3">Relaciones</td></tr> <tr> <td colspan="3">Confusas.</td></tr> <tr> <td>Hostiles.</td><td></td><td>Moderadas</td></tr> </table>			Relaciones			Confusas.			Hostiles.		Moderadas
Relaciones											
Confusas.											
Hostiles.		Moderadas									
<table> <tr> <td colspan="3">Tiempo</td></tr> <tr> <td colspan="3">Transición de infancia a adolescencia.</td></tr> <tr> <td>Infancia.</td><td></td><td>Adolescencia</td></tr> </table>			Tiempo			Transición de infancia a adolescencia.			Infancia.		Adolescencia
Tiempo											
Transición de infancia a adolescencia.											
Infancia.		Adolescencia									

7.3. FORMATO DE PREGUNTAS ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

EXPERIENCIAS

¿Qué entienden por uso de alcohol y que entienden por abuso?

¿En una experiencia de consumo como reconocen el límite?

¿Qué papel tiene el alcohol en el contexto escolar?

¿Se han dado cuenta de esta sustancia dentro de la institución?

¿En qué etapas del año lectivo o en que actividades escolares reconocen que hace presencia el alcohol?

SISTEMAS DE CREENCIAS

¿Qué mecanismos de represión hay en torno al consumo del alcohol y como impacta en la relación en torno al uso?

¿Culturalmente como se reconocen (afros, indígenas, mulatos)

¿Que conocen del consumo culturalmente en su propia cultura o en otras?

SIGNIFICADOS

¿Qué efectos reconocen que genera el consumo de alcohol a nivel personal, social, escolar?

¿Relacionan el alcohol con algún tipo de enfermedad?

¿Hacen una clasificación del alcohol? ¿Cual más emplean? y ¿qué hace que ese tipo de bebida sea la más consumida?

¿Identifican una relación entre el tipo de alcohol utilizado con la edad y la condición social (estrato social)?

¿Qué es el alcohol para ustedes?

¿Cuál es el imaginario de pueblo que tienen?

¿Hasta dónde el consumo de alcohol es un suplente frente a las necesidades infundadas con la globalización?

¿Cuáles son las características principales que identifican a la Paila?

¿Por qué se necesitan centros comerciales, teatro o juegos cuando la Paila tiene unas condiciones particulares

Si el consumir alcohol va de acuerdo a la personalidad de cada sujeto... ¿qué hace que el alcohol sea frecuente?

Que prácticas culturales se tienen al consumo de alcohol como por ejemplo “el traguito para las ánimas”



Las reuniones serán los días:

Hora 9: 30 am

Recuerda que tu participación es sumamente importante para que juntos

Mil gracias por su participación

A group of people are seated around a long table covered with a blue cloth in a meeting room. They appear to be engaged in a discussion or presentation. A laptop is open on the table, and a projector screen is visible in the background. The room has white walls and a black ceiling.

