

El consumo de alcohol en jóvenes mexicanos. Entre la naturalización y la adicción

ELBA NOEMÍ GÓMEZ GÓMEZ

BRENDA ALEJANDRA VÁZQUEZ VELÁZQUEZ

Este trabajo pretende ahondar en el creciente problema del alcoholismo, problemática que no es nueva, pero que ha tomado matices particulares en los últimos tiempos, pues a partir de la década de los ochenta —y estas cuatro décadas posteriores— se ha presentado el aumento del consumo de alcohol tanto en nuestro país como en el mundo entero. Para ello, realizamos una revisión crítica de algunas de las causas que han favorecido este aumento del consumo, en particular, en los jóvenes en México, ya que identificamos que es en esta etapa de vida en donde la mayoría inicia el consumo, además de tratarse de una etapa de por sí compleja y determinante en el desarrollo de los sujetos.

El problema social que significa el incremento del consumo de alcohol se ve reflejado en personas de menor edad, pues según las cifras del reporte de alcohol de la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016–2017 (Encodat) (Villatoro–Velázquez, Reséndiz, Mujica, Bretón, Cañas et al., 2017), nos indica que el “consumo excesivo de alcohol en el último mes”, entre la población de 12 a 17 años, aumentó de forma significativa, pasó de 4.3% en 2011 a 8.3% en 2016; esta cifra también aumentó en relación al consumo en mujeres, de 2.2% llegó 7.7%. En 2011, el *consumo consuetudinario* era de 1% en la población adolescente y se incrementó a 4.1% en 2016; en hombres pasó de 1.7% a 4.4%, y en mujeres, de 0.4% a 3.9%; así como el *consumo diario* entre adolescentes aumentó más de ocho veces: de 0.2% a 2.6% (Villatoro–Velázquez et al., 2017). El aumento del consumo también reportó un incremento significativo y alarmante en la población femenina. Estas cifras apelan a la necesidad de generar nuevos cuestionamientos, así como la reformulación de estrategias de prevención y tratamiento que contemplen en mayor medida las necesidades específicas de esta población en particular.

El alcohol ha sido una de las principales sustancias de consumo a lo largo de la historia de la humanidad; la provocación de estados alterados de la conciencia a partir de la embriaguez ha estado presente dentro de las dinámicas sociales desde tiempos muy antiguos. Sin embargo, el uso que se le ha dado al alcohol se ha ido transformando con el tiempo, y su presencia se ha tornado cada vez más conflictiva, a pesar de que diversas instancias públicas y privadas han implementado distintas acciones e intentos por frenar y / o disminuir el consumo de alcohol.

Es preocupante que el consumo de alcohol continúa en aumento, a pesar de las diversas medidas de disminución del consumo de alcohol y de la información existente sobre los efectos dañinos de su abuso. Este incremento alcanza a población cada vez más joven, y también se ve reflejado entre las mujeres jóvenes y adultas, quienes han comenzado a presentar un consumo más alto y problemático.

Es importante entender las especificidades de los procesos y etapas que se viven en la juventud, cuidando de no caer en generalizaciones que limiten el entendimiento de los sujetos que integran este grupo etario, quienes pueden ser muy diversos, dinámicos y complejos, a pesar de las similitudes por la etapa de vida y por la generación que puedan tener. Para la Organización de las Naciones Unidas, la juventud abarca de los 10 a los 24 años y para la Organización Mundial de la Salud (OMS) abarca de los 10 a los 29 años. Se sabe que a partir de procesos bio-psico-sociales complejos que se despliegan durante estas edades, se viven momentos decisivos para el desarrollo de las personas, por lo que se considera a la población joven como una población vulnerable; vulnerabilidad que se ve incrementada con la presencia del consumo de alcohol y otras sustancias, y de diversas prácticas de riesgo.

El aumento del consumo de alcohol entre los jóvenes se puede comprobar a partir de los datos del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones (Sisvea) (Secretaría de Salud, 2020), que indican que “en México, entre los 10 y los 19 años, se registra el porcentaje más alto en el inicio de consumo de alcohol (81.9%): de los 10 a los 14 años, 44%; de los 15 a los 19 años, 37.9%. El porcentaje de inicio de consumo entre los niños entre 5 a 9 años es de 4.7%” (Secretaría de Salud, 2020). El consumo o alcoholización ocasional en jóvenes puede llegar a convertirse en un problema serio para el resto de su vida, ya que es justo en esa etapa en la que se conforman y definen sus hábitos, su emocionalidad, su personalidad, sus formas de vincularidad, su estar-siendo y la forma en la que se enfrentan a los conflictos y a su realidad. Si alguno o varios de estos aspectos se ven vinculado o marcado por el consumo de alcohol, será más probable que el consumo llegue a convertirse en un problema de adicción.

Existen muchos programas de prevención de las adicciones que se están implementando —pensados para personas cada vez más jóvenes— campañas en escuelas, en los medios de comunicación, en las calles, etcétera. Esto se ve reflejado en que la mayoría de los adolescentes (52%) tengan suficiente información sobre el alcoholismo, y es esta frecuencia mayor en etapas posteriores (59.3%), en relación con la etapa temprana donde predomina la información insuficiente (Guibert, Gutiérrez & Martínez, 2005). Entonces, se muestra que la mayoría de las adolescentes y jóvenes tienen suficiente información para saber que el consumo de alcohol puede ser peligroso a corto y largo plazo.

A pesar de que la mayoría tienen conocimiento sobre los riesgos, los jóvenes ven las consecuencias del consumo de alcohol como algo lejano a ellos: “Aunque demuestren preocupación con las consecuencias del consumo del alcohol, no se reconocen como víctimas potenciales, asociando la problemática a otros jóvenes o al universo de los adultos” (Rodríguez, De Oliveira & de Assunção, 2010). Esto, en parte, puede ser consecuencia de las formas en que se llevan a cabo los procesos cognitivos en la adolescencia, que de forma consciente o inconsciente, entre otras cosas, derivan en la creencia de “tener todo bajo control” y de “saberlo todo”, también por la idea de lejanía que se tiene sobre el hecho de llegar a ser adulto, pues el tiempo se concibe de forma distinta en la adolescencia que en la adultez. Esta lejanía genera una disociación entre las acciones del presente con las consecuencias en el futuro, a su vez, la idea sobre la adicción está marcada por la patologización de las personas o por la creencia de que es un problema exclusivo de las comunidades marginadas, por lo que se considera una problemática que le puede pasar a otras personas con condiciones extremas de vulnerabilidad.

El consumo de alcohol es una problemática masiva y social, es más que un problema de un grupo de individuos marginados y en extremo vulnerables, es más bien una epidemia, un problema de salud pública con componentes y consecuencias en lo social, en lo comunita-

rio, en lo familiar y en lo individual. El alcoholismo no es la conducta de un individuo que se ha salido de la estructura social sino que es la estructura social la que ha generado condiciones de vulnerabilidad que propicia fenómenos como la masificación del consumo abusivo de alcohol.

¿Por qué el alcoholismo es una patología en un mundo alcoholizado? Si se parte de la idea de que el consumo y las conductas adictivas son propiciados por elementos político-económicos que se reflejan de manera explícita en el estatuto legal y de insuficiente regulación del consumo y venta de alcohol, así como las acciones a partir de los intereses de la industria que se encarga de la producción, distribución y venta de bebidas alcohólicas que tienen como resultado que el acceso y venta de alcohol sea bastante accesible y disponible para casi toda la población.

Asimismo, existen aspectos histórico-culturales que significan el consumo de alcohol como una acción tolerable, “tradicional”, “normal” y hasta “necesaria” en muchas de las actividades sociales de integración y convivencia. Las familias y la sociedad en general tienen un alto grado de tolerancia al consumo de alcohol, donde de forma paradójica se fomenta la alcoholización, pero se rechaza el alcoholismo, y por lo tanto, a las personas alcohólicas.

Las bebidas alcohólicas son muy diversas, existen muchos tipos de licor, con diferentes precios, propiedades y características, grados de alcohol, etcétera. Retomando los aspectos que reafirman el consumo de alcohol que se generan a partir de los intereses y procesos económicos y políticos, es interesante observar lo que ocurre, por ejemplo, con el caso de cerveza, ya que, según la Encodat (Villatoro-Velázquez et al., 2017), esta bebida es la que mayor porcentaje de consumo tiene en México (40.8%).

Al analizar la preferencia por la cerveza en México, esta pudiera ser resultado de la accesibilidad que tiene al contar con varios puntos de venta, sumado a su condición de bebida de baja graduación alcohólica y a su bajo precio, condiciones que hacen de la cerveza una bebida alcohólica ideal para el consumo masivo (Campillo & Vizcay, 2003). La cerveza misma puede ser muy variada, con más o menos grados de alcohol, de distintos tipos y sabores, de fabricación industrial o artesanal, pueden ser costosas y baratas, etcétera. La industria cervecera en México es una de las principales productoras de dicha bebida en el mundo. Este auge cervecero se puede observar en la disponibilidad de la bebida en distintos puntos de venta, no solo licorerías o bares sino que en tiendas de abarrotes, supermercados, restaurantes familiares, estadios, teatros, conciertos, festivales, entre otros sitios se puede conseguir cerveza.

Se ha considerado que la sustancia que se consuma no es en sí el problema para el adicto sino la persona, sus déficits afectivos, emocionales, genéticos, psicosociales, personalidades preadictivas, problemas para la autorregulación, autocontrol y autocuidado, y aunque en muchos de los casos, estos son factores determinantes de una adicción, esta postura puede llegar a ser individualizadora, ya que tiende a patologizar al sujeto. En este tipo de posicionamientos, predomina el estudio de la psique de los sujetos y sus historias de vida, lo que puede llegar a fragmentar el entendimiento de la problemática, ya que deja de lado la necesidad del estudio profundo de los aspectos socioculturales que tomen en cuenta el contexto, el cambio constante y la diversidad de lo social, la herencia histórico-cultural y

los nuevos fenómenos sociales como la realidad virtual,¹ aspectos que se ven relacionados de forma directa e indirecta con el consumo de alcohol y sus características actuales.

Esto no quiere decir que se descalifique ninguna de las posturas que buscan explicar o solucionar la problemática del consumo de alcohol y del alcoholismo sino que en este texto se buscará recuperar distintos abordajes que puedan complementar el entendimiento de esta problemática. Sin embargo, dentro de este trabajo se hará una mayor profundización en los aspectos socioculturales que fomentan la alcoholización y el alcoholismo, y cómo estos aspectos impactan en la vida de los jóvenes. Tampoco se busca hacer un análisis a partir del pensamiento y los estudios generados en torno al consumo problemático sino que se parte de la idea de cuestionar todo tipo de consumo de alcohol que se pueda dar, sobre todo en la etapa de la juventud de las personas.

Es necesario posicionar los cuestionamientos que giran en torno a las problemáticas y procesos que viven los jóvenes a partir de un análisis profundo, crítico y empático de las realidades y particularidades de los contextos a las que se enfrentan. El mundo se transforma cada vez más y más rápido, esta transformación influye de forma directa en la forma de pensar y de vivir de todas las personas. Sin embargo, la brecha generacional se vuelve cada vez más profunda, lo que puede generar sesgos en los abordajes de los procesos por los que atraviesan los jóvenes en la actualidad, limitándose así la posibilidad de generar estrategias trascendentes en torno a sus problemáticas particulares.

En general, existe un sesgo que limita la creación de puntos de encuentro y diálogo entre la población joven y la población adulta, esto puede ser parte de un desdibujamiento de los adultos como figuras de autoridad, respeto e identificación para los jóvenes, no solo desde el desafío a la autoridad, que hasta cierto punto es “normal” y necesario en la juventud. Por ello es imperativo replantear la profundidad de esta situación, en la cual los adultos ya no figuran como figuras de autoridad, conocimiento, experiencia y ejemplo para las personas jóvenes.

A pesar de vivir inmersos en estructuras que aparentan y sostienen un discurso de permanencia que llega a justificarse en supuestas leyes de orden “natural”, de orden “divino”, incuestionables y hegemónicas, como puede ser el pensamiento capitalista, neoliberal y patriarcal, estas estructuras han llegado a un punto de insostenibilidad, quiebre y cambios que genera crisis de pertenencia, identidad y constante enfrentamiento, donde se están rompiendo muchas cosas, pero no se han logrado construir nuevas formas de organización, convivencia, crianza, afectividad, comunidad, etcétera, que sean funcionales para el desarrollo de las personas y de la sociedad.

Esto no quiere decir que se tenga que volver atrás, o dejar de hacer una crítica al “adultocentrismo”, o a las dinámicas de violencia que se reproducen y reafirman, por lo general, en el modelo de familia tradicional, o a las dinámicas sociales que se generan en torno al pensamiento patriarcal y a la producción y consumo capitalista. Sino que es necesario cuestionarnos, desde nuestra realidad, cómo es que se pueden generar canales de comunicación entre todos los miembros de la población, así como generar estrategias desde la comunidad que apunten a nuevas formas de vivir y pensarnos desde lo colectivo. En este sentido, se requiere hacer un cuestionamiento de la ausencia de la figura de los adultos, la familia y

1. La realidad virtual, a pesar de ser digital, marca, de manera profunda, la realidad material y la construcción de la vida de las personas en la actualidad. Si se habla de jóvenes, se tiene que pensar también en el espacio digital.

la comunidad para los jóvenes, que en medida de lo posible haga un acercamiento y lectura empática desde las distintas realidades, necesidades y pensamientos de los jóvenes.

La alcoholización no es lo mismo que el alcoholismo, sin embargo, una línea muy fina los separa. ¿Qué determina que algunos consumidores de sustancias puedan caminar por ese filo sin caer en el alcoholismo? ¿Por qué otros sí caen? ¿Por qué las personas tienden a caminar al filo del abismo? Con la finalidad de aterrizar, profundizar y entender un poco más lo que se juega en el consumo de alcohol y en el alcoholismo en los jóvenes, el texto se divide por temas y subtemas, para comenzar a problematizar desde aspectos más específicos, que profundizan y parten de las ideas presentadas con anterioridad.

LA RULETA RUSA DEL ALCOHOLISMO: ENTRE LA PROBABILIDAD Y LOS HECHOS NEUROQUÍMICOS

A partir de una metáfora sobre la ruleta rusa, en la cual “la suerte” determina si te toca el disparo cargado o no, encontramos pertinente comparar —sin que esto caiga en simplificaciones del azar o el destino— cómo el consumo de alcohol puede ser un tiro sin carga que no afecte el desarrollo de las personas, o bien, un tiro con carga que puede generar la muerte de manera inmediata o paulatina. Muchas pueden ser las variables que lleven a las personas a consumir alcohol, pero más complejo es entender cuáles son las variables que puedan llevar al alcoholismo.

El alcohol en sí es una sustancia que desde la primera vez que se consume produce efectos neuroquímicos y de intoxicación en el cuerpo de las personas. Una vez que se produce la ingesta de alcohol, no requiere de un proceso digestivo por lo que alcanza el torrente sanguíneo sin ser modificado, y luego hasta 98% de alcohol será metabolizado por el cuerpo, en su mayoría por el hígado. A su vez, de manera directa o indirecta, el alcohol puede llegar a interactuar con un amplio rango de neurotransmisores, esto por la forma liposoluble del etanol que le permite cruzar la barrera hematoencefálica y llegar de forma directa al cerebro. Sin que esto caiga en conjeturas reduccionistas en las que la sustancia determina de forma biologicista la adicción de las personas, es importante considerar el efecto y las consecuencias que se tienen en el cuerpo y en el cerebro desde la primera ingesta, las cuales se pueden ir complicando conforme se vaya prolongando su uso. Los estudios neurocientíficos son un gran aliado para entender desde el elemento “bio” del sujeto, las posibles causas y consecuencias del consumo de alcohol.

Estos abordajes han permitido profundizar en el estudio del funcionamiento cerebral y genético de las personas, a partir del estudio directo con personas o animales con cerebros similares a los humanos, como las ratas; con el fin de poder entender un poco más los factores que pueden influir en la ruleta rusa de las adicciones.

Existen muchos artículos que explican a detalle las modificaciones, efectos y afectaciones que se generan en los cerebros y los cuerpos de las personas durante y después del consumo de alcohol, así como en personas con alcoholismo. Sin embargo, existen hasta ahorita pocos estudios que demuestran las modificaciones que existen en el cuerpo y cerebro de las personas antes del consumo de alcohol que pueda derivar en alcoholismo con mayor facilidad. Se sabe que la disposición congénita podría explicar hasta 60% de los casos de alcoholismo.

Uno de los factores congénitos que pueden generar alcoholismo en las personas es un déficit en los procesos y estructuras neurofisiológicas, por ejemplo, los sistemas encargados de la motivación y recompensa endógena. Estos procesos de recompensa cerebral en gran me-

dependen de la activación de los circuitos dopaminérgicos, serotoninérgicos, el sistema de opioides endógenos, entre otros.

Es complicado poder determinar hasta qué punto este tipo de déficit neurofisiológicos pueden ser congénitos o pueden ser una modificación en la cual estén implicadas las formas de crianza, factores del entorno, la nutrición o accidentes y condiciones infantiles específicas. Existen investigaciones como la publicada en el artículo titulado “Receptores GABAA (ácido γ -aminobutírico) y su relación con la dependencia al alcohol”, que nos explican algunas de las anormalidades del Sistema Nervioso Central (SNC), que pueden predisponer a la dependencia:

Las anormalidades que predisponen a la dependencia se pueden atribuir a una baja regulación de la actividad de dopamina por parte del sistema GABAA, sumada con la baja modulación del sistema opioide y a la alta actividad de los receptores de glutamato tipo NMDA. No obstante, estas alteraciones deben tomarse como el resultado de un factor genético que predispone al individuo a las mismas en el fenómeno del alcoholismo (Rengifo, Tapiero & Spinel, 2005, p.92).

Las alteraciones del sistema nervioso central, en específico lo que sucede con los receptores GABAA —los cuales son los principales inhibidores del SNC—, se asocia con el alcoholismo y a su vez, en cómo estas alteraciones tienen una disposición hereditaria y genética:

Por otra parte, los genes que codifican para las subunidades de los receptores GABAA ubicados en los cromosomas 4 y 15 han sido asociados con alcoholismo, al presentarse fuertes relaciones entre el desequilibrio de unión entre estos genes y el fenotipo de las ondas β en los electroencefalogramas de los individuos con el síndrome de dependencia al alcohol y sus descendientes (Rengifo et al., 2005, p.77).

A pesar de nuestras limitaciones disciplinares,² podemos entender y justificar que las adicciones pueden ser generadas por déficits fisiológicos, en el caso del alcoholismo, por ejemplo, se ha podido comprobar, a partir de electroencefalogramas, que el desequilibrio presentado entre los receptores GABAA en ciertos cromosomas se presentan, tanto en las personas con dependencia al alcohol, como en sus descendientes.

Este estudio arroja otro dato importante, el cual determina que los genes asociados con este síndrome se manifiestan de forma exclusiva desde el cromosoma paterno, es interesante y alarmante esta cuestión si consideramos que a pesar del incremento que está teniendo el consumo entre las mujeres, los hombres siguen representando a la población que más consume alcohol y desarrolla alcoholismo:

[...] se determinó la existencia de más fuertes de asociaciones con este síndrome, en los genes GABRA 5 ($p > 0,04$) y GABRB3 ($p > 0,07$) del cromosoma 15q [...] en donde además se determinó que los genes son expresados exclusivamente desde el cromosoma paterno.

2. Es importante reconocer que, dentro de la elaboración de este trabajo, sobre todo de esta sección, se han presentado complicaciones para el entendimiento, derivadas de los límites teóricos de las disciplinas de las cuales partimos. Sin embargo, reconocemos el reto, pero sobre todo la importancia de indagar desde todas las disciplinas y saberes que existan sobre el tema, con ello pretendemos —además de acercarnos a un entendimiento desde la complejidad— abrir canales de comunicación para cuestionamientos y aportes futuros.

Para ello se analizaron los genes que codifican subunidades del receptor GABAA ubicados en el cromosoma 4, 5 y 15 en individuos clasificados como dependientes (Rengifo et al., 2005, p.87).

¿Hasta qué punto el “efecto tequila”, derivado de fenómenos y condiciones socioculturales, ha repercutido o puede repercutir en la modificación genética de las personas? Asimismo, surge el cuestionamiento sobre qué tan probable puede ser que el consumo de alcohol —durante varias generaciones, con o sin problemas de alcoholismo— sea alguna de las causantes del aumento del número de personas con alcoholismo, tanto en México como en el mundo, problemática que se complica con el temprano inicio de su consumo que se observa en la actualidad.

“En alcohólicos los niveles de dopamina en el Núcleo Accumbens se encuentran disminuidos respecto a individuos sin historia familiar de alcoholismo, lo que incrementa el reforzamiento negativo” (Rengifo et al., 2005). Si bien, pueden existir personas alcohólicas que no tengan una historia familiar de alcoholismo, de igual forma las personas con alcoholismo que sí tiene una historia familiar de ascendentes alcohólicos muestran niveles más bajos de dopamina, lo que vuelve más complicado un proceso de rehabilitación exitoso. Además de las múltiples complicaciones a las que se tiene que enfrentar, es necesario tener en cuenta esta posibilidad, para generar estrategias que incrementen el reforzamiento positivo, así como los tratamientos más especializados y otro tipo de herramientas que busquen compensar y regular los niveles de dopamina en el cuerpo, como parte de un tratamiento integral, que considere los aspectos bio-psico-sociales del sujeto en recuperación y le ofrezca una alternativa más completa.

Las historias de vida, además de ser una herramienta útil para conocer las implicaciones individuales de crianza, personalidad, emocionalidad etcétera, pueden ser una herramienta útil para localizar a los pacientes que presenten una larga cadena familiar, por lo tanto, genética, de alcoholismo, ya que así se pueden entender y atender las distintas deficiencias que se pueden presentar por consecuencia de la herencia en el sistema nervioso central:

Los individuos alcohólicos con una amplia historia familiar de dependencia al alcohol exhiben deficiencia en el SNC de opioides, comparados con alcohólicos sin antecedentes de alcoholismo, dicha deficiencia puede estar asociada entre otros, con la disfunción hipotalámica y pituitaria en la síntesis y liberación de β -endorfinas, al igual que con la disminución en la densidad de los receptores opioides en distintas regiones del cerebro (Rengifo et al., 2005, p.89).

Una persona con alteraciones genéticas-hereditarias —como las que se mencionan que se pueden generar en la corteza prefrontal del cerebro— son personas mucho más vulnerables a recurrir al consumo de sustancias y a desarrollar alcoholismo, ya que las alteraciones a nivel neuroquímico de estas predisposiciones genéticas limitan su capacidad de tomar decisiones correctas o de saber manejar sus emociones, a su vez, el consumo de alcohol actúa de forma directa en esa zona cerebral, y representa la respuesta a muchas de las complicaciones que enfrentan estas personas en el desarrollo de su vida, y a pesar de ser una respuesta que es inmediata y falsa, puede responder, en primera instancia, a ciertas necesidades de estímulos neuroquímicos. Sin embargo, este “autoengaño”, puede llevar a la adicción, se puede convertir de la respuesta a la prisión, en la cual el peso de la condena está condicionada a

factores genéticos y neurofisiológicos. Los sujetos, como ya se mencionaba, se constituyen de elementos bio-psico-sociales.

De igual manera, el alcoholismo puede desarrollarse por múltiples factores, como lo mencionan Aura Rengifo, Carolina Tapiero y Clara Spinel (2005), es un fenómeno multifactorial en donde interactúan factores ambientales, sociales, culturales y genéticos, este último es determinante en cuanto a su evolución. Muchos y distintos pueden ser los factores que determinan el alcoholismo en las personas, sin embargo, es importante comenzar a entender las adicciones desde sus implicaciones genéticas y a partir de ello, entender un poco más sobre cómo se da su evolución desde un nivel fisiológico y genético. Esto nos podría dar una ventaja frente a un fenómeno que se expande cada vez más rápido.

En la ruleta rusa de las adicciones, todos los factores pueden determinar tu “suerte” o tu “mala suerte”, es importante no perder de vista ninguno para lograr el entendimiento que esta problemática tan compleja requiere, en donde se tome en cuenta la herencia genética y cultural del sujeto, las cuales influyen en el desarrollo de la persona, su carácter, hábitos, habilidades, déficits y comportamientos.

SOCIALIZACIÓN, NATURALIZACIÓN Y VIDA COTIDIANA: EFECTO TEQUILA EN JÓVENES MEXICANOS (FIESTAS, TRADICIONES, CULTURA, FAMILIA Y CONSUMO DE ALCOHOL)

Los procesos de socialización que las personas atraviesan desde el momento, la forma y el lugar en el que nacen marcan las formas en que significan y desarrollan sus vidas. El consumo de alcohol tiene una serie de justificaciones simbólicas que se sustentan a partir de las normas sociales, por ejemplo: “Los significados atribuidos al consumo de bebidas alcohólicas por parte de los adolescentes indican que el alcohol no está caracterizado como una droga, en el mismo nivel de las otras que ya les son conocidas, al contrario, tienen una impresión positiva relacionada a las conmemoraciones” (Rodríguez et al., 2010). El consumo de alcohol adquiere sentido al ser un elemento de integración social, pues de manera social no se expresa un rechazo hacia él como sucede con otras drogas ilegales, al contrario, el uso es legitimado y promovido desde la experiencia social.

El consumo de alcohol ha estado presente desde dinámicas sociales antiguas, estas dinámicas estaban marcadas por un carácter ceremonial, sin embargo, la significación y forma de consumo se modificó conforme a los contextos políticos y sociales dependiendo a su tiempo histórico:

Los cultos de posesión en los casos americanos (amerindios, afroamericanos), donde está presente el uso del alcohol, procesan funciones similares a las de las “fiesta”. De manera instantánea, el deseo en la obtención efímera, pero real de unos instantes de goce profundo, que se sitúan, antes que, con relación a la sociedad dominante, en un proyecto de alternativa, en un estado de alteración [...] (Laplantine, 1974, p.44).

La degradación de la “fiesta” y de los “rituales de posesión” convierte en mera borrachera microgrupal y / o individual lo que constituyó una respuesta organizada y normativa frente a procesos históricos de dominación (Laplantine, 1974, p.159).

Es importante recordar que el consumo de alcohol en las sociedades indígenas mexicanas así como en otras sociedades antiguas, comenzó a perder su valor y carácter religioso y se

transformó en una herramienta de sometimiento por parte de las nuevas formas de poder, y a su vez, una forma aceptada por las personas que le atribuían propiedades que les ayudaban a soportar las nuevas formas de sometimiento y pensamiento impuesto, a partir de la pérdida de creencias y valores sociales que transformaron el pensamiento y las formas del consumo de bebidas embriagantes.

No es de extrañar que el consumo de alcohol esté tan arraigado a las tradiciones e identificación cultural mexicana si se toma en cuenta que México es un país que cuenta con una gran variedad de destilados tradicionales por regiones, y celebraciones tradicionales —muchas de carácter religioso, pero con la carga postcolonial—. Sin embargo, la herencia simbólica de ese consumo se dio a partir de la degradación de los ritos ceremoniales y a la par, la degradación de la sociedad.

El consumo de alcohol está presente en la vida de la mayoría de los mexicanos, quienes desde muy pequeños son partícipes de formas de relacionarse y de creación de vínculos familiares y sociales en los que el consumo de alcohol es algo común, esto genera que parte del desarrollo de la vincularidad y la sociabilización estén marcadas por el consumo de alcohol.

El alcohol se consume como una sustancia recreativa y aliviadora de penas y malestares. Su uso sigue acompañando celebraciones, alegrías y tristezas. Se consume alcohol porque se pierde y se gana, se nace y se muere y por motivo de reunión entre amigos, para relajarse, para desinhibirse o simplemente porque gusta. Hay una asociación importante entre “fiesta”, “rumba” y alcohol. No se conciben sin la presencia de esta sustancia (Castaño, 2008, p.20).

La fiesta y la tragedia acompañan y significan el consumo de alcohol en México, así también la fiesta y la tragedia parecieran características culturales y tradicionales de la sociedad mexicana. Si bien las fiestas en su esencia de convivencia, euforia y escape pueden ser muy valiosas para las personas y para las comunidades, la realidad es que se han convertido en un espacio de euforia y escape en torno al consumo del alcohol más que en ocasión para la convivencia y la vincularidad con las otras personas.

El consumo de alcohol no solo ocurre en las grandes fiestas sino en las reuniones casuales, en las comidas familiares, para ver algún deporte, hasta en reuniones de trabajo. Como dice el dicho: “Cualquier pretexto es bueno para la fiesta”, y resulta ser aún más cierto para el consumo de alcohol, pues, aunque no haya una fiesta como tal, sí hay una ocasión para tomar, sea solo una o dos cervezas o mucho más. ¿A cuántos no les han recomendado un “tequilita” para la garganta irritada, o mejor aún, para el “corazón roto”? Hay dichos como: “Para todo mal, mezcal, y para todo bien, también”, el consumo de alcohol se utiliza como remedio, y esto se ve reflejado en el lenguaje y en otros simbolismos de la cultura mexicana.

“¡Quise hallar el olvido al estilo Jalisco, pero aquellos mariachis y aquel tequila me hicieron llorar!”, nos canta José Alfredo Jiménez, una de las voces más reconocidas de la música popular mexicana. Y así como esa canción, existen muchas otras canciones y expresiones culturales populares, añejas o recientes, que incluyen el consumo de alcohol, como remedio o como causa de estados emocionales particulares y que son parte de la construcción de una peculiar identidad nacionalista.

Este mensaje que ensalza —o hasta venera el consumo de alcohol— no se limita a las expresiones populares mexicanas sino que el consumo de alcohol se ve alimentado por las modas o estilos de música de todo tipo que los jóvenes mexicanos llegan a escuchar y

observar. Muchas de las películas, la música o en general los contenidos culturales que comparten y consumen los jóvenes en la actualidad están impregnados del mensaje —directo o indirecto— del fomento del consumo, y más en específico, del consumo de alcohol y otras drogas, volviéndolo parte del discurso e imaginario de las personas. El gusto por la música en sí pasa a segundo plano y comienzan a reconfigurar su vida a partir de la experiencia estética y los estilos de vida que se generan y legitiman a partir de los géneros musicales u otras tendencias en los medios de comunicación masiva y las redes sociales, en donde los exponentes más destacados —actores y actrices, músicos, *influencers*— legitiman, a partir de su comportamiento, el consumo de alcohol y también otras conductas autodestructivas.

Con el fin de conseguir una cifra aproximada del número de canciones populares que hablaran sobre consumo de alcohol, se hizo una búsqueda rápida en el buscador Google: “Canciones mexicanas que hablen de alcohol”. Los resultados arrojaron 1’260,000 entradas, que comprenden una amplia variedad de listas, incluyendo tops 5, 10, 36 y 100 de “canciones para escuchar en la borrachera”.

Dentro de estas listas, se incluyen canciones populares mexicanas como: “El último trago”, de Chavela Vargas, o “Llegó borracho el borracho”, de José Alfredo Jiménez, canciones donde el consumo de alcohol se manifiesta de forma directa en el título. No es el caso de muchas de las canciones que incluyen estas listas, pues no hablan sobre el consumo de alcohol de manera directa, pero sí tratan sobre el dolor, el desamor, la rabia, la euforia, etcétera, y por lo tanto, son consideradas dentro de las canciones para los “borrachos”.

Estas listas abarcaban una variedad de géneros musicales, no se limitan a la música ranchera, los narcocorridos o la música urbana, que son géneros musicales donde se suele hacer referencia de manera explícita al consumo de alcohol y otras sustancias. El simple hecho de que la figura artística sea, en lo público, un consumidor o consumidora de alcohol, aunque sus canciones no lo refieran de forma abierta, es motivo suficiente para generar una asociación con el consumo, puesto que estas figuras se proponen como referentes identitarios a partir de la reproducción de sus comportamientos y actitudes.

Es intrigante pensar que en sociedades donde el alcoholismo es un problema de salud pública y que significa la exclusión y juicio social, existan tantas dinámicas sociales de integración marcadas por el consumo de alcohol, que no solo están normalizadas sino que, en muchos casos, para los jóvenes es parte de un cierto “rito de aceptación” para poder pertenecer a un grupo o a un entorno social.

Además de los aspectos que se puedan considerar de carácter más social y masivo, como la cultura, la tradición y los tipos de relaciones sociales que incitan el consumo de alcohol, es importante cuestionarnos sobre las particularidades de los contextos en los que se desarrollan los sujetos, sus vínculos y relaciones afectivas más inmediatas como su familia, sus figuras de autoridad, y de cómo la presencia, carencia o ausencia de influyen en el despliegue, permanencia y aumento del consumo de alcohol en población cada vez más joven.

Andrea Sánchez Di Doménico (2014) hace referencia, a partir de otros autores, sobre el papel que juega la permisividad parental frente al consumo de alcohol y cómo se puede asociar a un mayor consumo:

Autores como Doris y Stephenson, citados por Trujillo y col., establecen que la percepción que tengan los hijos acerca del consumo de sustancias en los padres y la permisividad parental frente a dicha conducta, guía el comportamiento de los adolescentes con respecto al consumo de alcohol. Trujillo también toma en este sentido a Fairlie, Wood y Laird, quienes

adhieren a esta postura, ya que sus investigaciones han demostrado que la permisividad de los padres frente al consumo de sus hijos se asocia con un mayor consumo de sustancias en los jóvenes (Sánchez Di Doménico, 2004, p.21).

El consumo de alcohol en los jóvenes puede verse influenciado por haber crecido con padres que consumen, o con padres que son permisivos ante estas conductas. Es importante reconocer que la permisividad no siempre se da de una manera activa, es decir, con el permiso para tomar dado de forma directa al joven, sino que mucha de esa permisividad se significa y genera a partir de las conductas aprendidas desde el ejemplo: de la familia directa —padre, madre, hermanos— y también de otras figuras de autoridad. Cuando las personas son infantes o jóvenes suelen acudir a fiestas o reuniones familiares en donde tienen contacto con figuras de autoridad —los familiares adultos— quienes generalmente están consumiendo alcohol, así, vuelven al consumo una conducta legítima para la socialización y la afectividad. Más adelante, cuando el joven ya es mayor de edad, o incluso antes, se le permite el consumo dentro de las reuniones familiares, aunque muchas veces se le reprocha si lo hace fuera estas.

Si bien el consumo de alcohol entre los jóvenes se da, en su mayoría, con sus iguales o fuera del ambiente familiar y sin “permiso”, al ser una actividad realizada por la familia, que es una de las fuentes principales para la adopción de valores y conductas, se aprende desde una visión positiva el consumo de alcohol, y así se hace manifiesta la permisividad indirecta. Las familias son pilares para perpetuar las tradiciones y la cultura, su presencia en la cotidianidad de los sujetos es parte fundamental en la construcción de la psique, de la identidad, de las formas de relacionarse, y en general, de significar y enfrentar la vida.

El modelo tradicional de familia y sus valores se encuentran en decadencia, sus formas son inválidas en muchas de las realidades sociales de la actualidad; el consumo de alcohol y el alcoholismo no es una problemática moderna, por lo tanto, no puede ser considerado como algo inexistente en tiempos donde el modelo familiar tradicional era la norma jurídica y social. Sin embargo, se tiene que reconocer que la ausencia y / o carencias de la familia y las figuras de autoridad influyen en el comportamiento de los jóvenes.

La familia y la cultura mexicana en general tienen muchas formas peculiares de encarnar el nacionalismo y la identidad regional, a manera de cliché somos conocidos en el mundo, entre otras cosas, como “borrachos”. A los extranjeros les encanta venir a México a atiborrarse de tequila y ponerse un sombrero de mariachi; algunos más avezados le entran al mezcal, al pulque o alguna bebida más tradicional.

El alcohol está presente en la cultura y las dinámicas de socialización de la mayoría de las personas en México, de alguna u otra forma, los mexicanos desde muy jóvenes están expuestos a estas dinámicas en donde el alcohol está presente. Para muchas personas, esto no es un problema, pero para otras implica desarrollarse en un contexto muy peligroso que puede terminar en un problema de alcoholismo.

La naturalización de las acciones y pensamientos de los sujetos sociales es peligrosamente reduccionista y hasta inválida si se consideran los cientos de años que las personas tienen de culturización. Tenemos que partir de desnaturalizar lo naturalizado, con claridad, el consumo de alcohol —que puede derivar en alcoholismo— es una problemática con consecuencias sociales y es consecuencia de lo social, por lo que es necesario entender y cuestionar, de forma crítica, los aspectos socioculturales que justifican y fomentan el consumo de alcohol, por más arraigado que esté en la sociedad y cultura. Debemos apelar a acciones y estrategias que apunten a modificar el arraigo y la naturalización de este consumo.

Las cantinas y el machismo a la mexicana

Se supone que las cantinas llegaron a México entre 1846 y 1848 durante el conflicto armado entre México y Estados Unidos, por demanda de los soldados estadounidenses quienes querían un lugar donde poder comer y beber sentados, “un espacio exclusivo para los hombres donde comer y beber alrededor de una mesa, fue algo realmente novedoso” (Gómez-Rodulfo, 2011). En el artículo titulado: “La cantina, el alma del mexicano”, se relata el testimonio de Aurelio Pérez, un empleado por más de 50 años de la cantina el Tío Pepe, de la Ciudad de México, quien piensa que “Las cantinas son un patrimonio histórico para los mexicanos. Estos lugares están llenos de símbolos y eso es lo que le hace especial y diferencia las cantinas de otros bares, además nos habla de un momento social, político e histórico importante, que las nuevas generaciones deberían conocer” (Gómez-Rodulfo, 2011).

Así como el señor Aurelio, muchas personas consideran las cantinas no solo como establecimientos para alcoholizarse sino como un espacio que encierra parte de la historia y cultura mexicana, al grado de elevarlas, de manera extraoficial, a patrimonio histórico. No se puede negar su presencia y significación social a lo largo de la historia mexicana. No es de extrañar el valor simbólico e histórico que representan, sobre ello Marta Gómez-Rodulfo (2011) nos dice que:

Al mexicano le gusta platicar, conversar con sus amigos, sus parientes y cambiar el mundo si puede ser con un trago y qué mejor lugar para eso, que las cantinas. Quien conoce México, sabe de ese sabor del tequila reposado y unos mariachis que cantan junto a la clientela “El Jinete” o “El Rey”, siempre las de José Alfredo Jiménez. Tomarse una y nunca tomarse la última porque la última nunca llega.

Sin embargo, por más valor social, cultural, afectivo e histórico que se les otorgue a las cantinas, estas no dejan de ser espacios hechos con un objetivo principal: la alcoholización de sus clientes.

Las cantinas surgen en un contexto donde las mujeres sufrían de manera más explícita la violencia machista, así como la exclusión e invisibilización social. Esto se muestra con el hecho de que las cantinas, durante muchos años, se mantuvieron como espacios masculinos acorde con las normas morales de los roles de género de la época, además de que se prohibía la entrada de mujeres a estos espacios, de manera explícita.

Brian Stross (1991), en un análisis antropológico realizado en los años treinta, describe cómo es que, “la cantina se vuelve un templo masculino o un refugio para la catarsis liberadora de las tensiones” (p.289). En ese “templo masculino” también se construyeron, compartieron, reafirmaron y perpetuaron las actitudes y acciones que generalizan la representación simbólica del macho mexicano, y en general, de la idealización de la masculinidad y la virilidad. De hecho, “entre muchos de los sectores de la población urbana, las visitas a las cantinas es uno de los ritos de pasaje que indica que un hombre ha llegado a la virilidad” (Stross, 1991, p.287). Pero no solo como rito sino como espacio de práctica, ya que la cantina también es el “lugar donde los hombres jóvenes acuden para tener experiencia en la bebida y con las mujeres” (Stross, 1991, p.299).

En este mismo análisis realizado a partir de la observación de las dinámicas de distintas cantinas, el antropólogo Stross (1991) describe que: “La cantina puede ser un lugar para demostrar el machismo de uno o su virilidad en el sentido agresivo del término. Algunos

modos de manifestar la hombría son los duelos verbales, los torneos sobre quién bebe más, los concursos de quién es más atractivo para las mujeres o las peleas” (p.299).

El papel que jugaban las cantinas como espacios en los cuales la conducta y violencia machista se reproducían e incrementaban era muy importante, y además de representar la tradición mexicana, encarnan la tradición patriarcal, machista y misógina.

Además de ser lugares para la violencia machista, estos espacios también se prestaban como refugio para algunas manifestaciones de vulnerabilidad y emocionalidad de los hombres mexicanos, “En las cantinas los señores podían llorar y dar rienda suelta a sus sentimientos, sin la atenta mirada de sus esposas, comportándose como querían, no como se suponía que debían comportarse” (Gómez-Rodulfo, 2011). Es normal y loable que las personas tengan espacios seguros en los cuales puedan expresarse mejor y ser vulnerables, lo que hace diferente y motivo de cuestionamiento a la cantina como un espacio seguro, es que el alcohol está de por medio en esa apertura de lo sentimental, que no se da por la sola afinidad que se puede generar al compartir un espacio común con personas similares a ti, en este caso hombres, sino que en parte, la apertura sentimental se da por efecto del alcohol, que es una sustancia que desinhibe a los sujetos.

Pero ¿por qué es necesaria una sustancia para poder expresar nuestros sentimientos? Una mala educación emocional en la infancia en la que se reprimen los sentimientos, entre otras cosas, puede ser alguno de los factores que afecten en el desarrollo íntegro de la emocionalidad de los sujetos. Cuando reprimir las emociones es parte de la representación simbólica que construye el ser hombre, la expresión de las emociones en los hombres, la mayoría de las veces requiere de la embriaguez como pretexto para la evocación de sentimientos.

Durante mucho tiempo, las cantinas fueron más que espacios para la alcoholización, recreación, esparcimiento, diversión, como lo dijo Stross (1991), fueron un templo de la hombría, una escuela de machismo. Sin embargo, la alcoholización y la reproducción de conductas violentas y machistas no se limitaban a esos espacios. En los tiempos actuales, las cantinas ya no significan lo mismo que antes, y de a poco van desapareciendo.

Fuera de las cantinas, los hombres, el machismo, la alcoholización y el alcoholismo siguen presentes y vigentes en las dinámicas sociales, de hecho, la construcción de la hombría y el consumo de alcohol tienen mucha relación en la actualidad:

Es cierto que ha aumentado el abuso del alcohol entre las mujeres, pero sus prácticas tienen una valoración social y simbólica diferente a las del hombre. El alcoholismo es un fenómeno que históricamente ha tenido mayor presencia en el mundo masculino, incluso los símbolos y representaciones acerca de la virilidad han estado asociadas al consumo de bebidas alcohólicas. Existe una multiplicidad de imágenes y lenguajes que lo muestran (Góngora & Leyva, 2005, p.89).

El alcohol y la virilidad tienen una estrecha afinidad, aunque no se podría considerar como factores que se determinen entre sí, es decir, no es que el alcohol te haga machista o que el machismo te haga alcohólico. Pero no se puede ignorar la presencia constante de la variable del machismo y la violencia dentro del fenómeno del alcoholismo.

Las mujeres no cuentan con una particularidad fisiológica que las haga menos propensas al alcoholismo, sin embargo, sí existen diferencias sociales que pueden explicar, en cierta medida, el por qué existen más hombres que mujeres consumidoras:

Así, beber alcohol ha constituido un acto que prueba la masculinidad, que exagera el machismo, que refrenda el carácter “mujeriego” y “aventurero”. Las mujeres que transgreden la identidad de ser madre, esposa y fieles son desde este código de conducta consideradas prostitutas, malas mujeres y traicioneras (Góngora & Leyva, 2005, p.89).

La situación de violencia contra la mujer en México es crítica. A diario salen notas sobre feminicidios cada vez más crueles, en esas notas se puede entender la diferencia simbólica del consumo de alcohol entre géneros, mientras que los hombres que matan o violan mujeres son justificados por haber estado borrachos o drogados, mientras que a las mujeres a las que matan o violentan se les culpa de sus propias muertes o violaciones por haber estado borrachas o drogadas.

Los atributos, ideas y significaciones que encarnan los hombres para reproducir la hombría, la virilidad o la masculinidad se basan en la estructura patriarcal que es, per se, machismo y misoginia. La masculinidad no es una categoría fija, pero comparte valores a través del espacio y el tiempo. Lo que la masculinidad hegemónica considera como hombre no se explica con ser alguien que nació con pene sino que es necesario que ese hombre se adapte y condicione a los atributos, roles, dones, comportamientos y hasta pensamientos de lo que es ser un hombre:

Los hombres deben “hacerse” asumiendo ciertos atributos y roles, los cuales constituyen instrumentos sociales para negociar estatus y poder. Sin embargo, el proceso de “hacerse hombre” conlleva ciertos riesgos: violencia, dificultad para expresar sufrimiento, consumo de enervantes, velocidad excesiva en vehículos motorizados, mayores tasas de suicidio y homicidio (Vázquez & Castro, 2009).

Y a pesar de que el aumento en el consumo de alcohol y otras sustancias de mujeres ha alcanzado un nivel preocupante hoy en día, sus niveles siguen siendo menores y sus prácticas menos riesgosas en comparación con las de los hombres. Pues en el caso del consumo de los hombres, se juega la dificultad para expresar el sufrimiento o para generar empatía o relaciones afectivas profundas que presentan la mayoría de ellos, gracias a la educación y estructuras patriarcales. Así lo demostraron en una investigación sobre la relación entre consumo de alcohol, empatía y conductas prosociales diferenciado por sexo: “las mujeres mostraron menor consumo y menos episodios de consumo episódico excesivo, reportaron menos problemas por consumo y mostraron mayor empatía y conductas prosociales en comparación con los varones” (Cáceres & López, 2019, p.30). En esta misma investigación se nos explica que la mayoría de los estudios que se han realizado sobre el alcohol y la empatía:

[...] se han realizado casi exclusivamente en población de alcohólicos crónicos, por lo que no ha sido posible dilucidar si el déficit en la empatía es un factor de riesgo para el consumo fuerte de alcohol y el desarrollo de un TUA o una consecuencia de la exposición prolongada al alcohol. Además, aunque las relaciones entre el consumo de alcohol y distintos tipos de violencia (Heinz et al., 2011) y entre el consumo de alcohol y la conducta antisocial (e.g. Inglés et al., 2007; López-García & Lobo de Costa, 2008; Young, Sweeting & West, 2008) ha sido fuertemente establecidas, se ha estudiado muy poco la relación entre el consumo de alcohol y la conducta prosocial (Cáceres & López, 2019, p.23).

La falta de información sobre la relación entre las conductas prosociales y el consumo de alcohol es una de las razones por las cuales esta investigación se llevó a cabo, los resultados encontrados demostraron que además de la diferencia que existe entre las prácticas de consumo y los niveles de empatía y conducta prosocial entre hombres y mujeres, también existe diferencias en la relación de la empatía y el consumo:

[...] las mujeres de nuestro estudio que mostraron niveles más bajos de empatía reportaron más problemas por consumo en comparación con las mujeres con alta empatía. Sin embargo, esa relación fue inversa en el caso de los varones: quienes mostraron niveles más bajos de empatía reportaron menos problemas por consumo, mientras quienes reportaron niveles más elevados de empatía reportaron más problemas de consumo (Cáceres & López, 2019, p.30).

Podrían existir muchas posibles respuestas para explicar esta diferencia, entre ellas, las formas empátogénicas del alcohol y la autopercepción de la mayoría de varones del estudio, que, a mayor desarrollo social y empático, mayor era su consumo de alcohol. En cambio, para las mujeres, entre menor es su grado de empatía mayor era su grado de consumo. Se muestra que la experiencia del consumo de alcohol personal y social es distinta entre géneros, y esto modifica los motivos y significación del consumo.

Los hombres no quedan exentos de vivir la violencias patriarcales y riesgos específicos a su rol de género dependiendo de su contexto, sin embargo la violencia machista en este caso, y como lo describe Heise y García: “La violencia alcoholizada constituye uno de los principales instrumentos de violencia antifemenina en Latinoamérica” (2003, citados en Menéndez & di Pardo, 2006), y Eduardo L. Menéndez y Renée B. di Pardo (2006): “el consumo de alcohol acompaña una parte de las violaciones entre padres e hijos (padre / hija, madre / hijo), pero también entre otros miembros de los grupos familiares (tíos / sobrinos, abuelos / nietos)” (p.35). Existen muchos materiales que podrían seguir ilustrando la relación que hay entre la violencia a la mujer y el consumo de alcohol.

Existen abstemios machistas y violentos, el alcohol por sí mismo no es creador del machismo. El estado de ebriedad no puede ni debe de ser utilizado como pretexto para ser violento, pero sí es un potencializador, una excusa y un patrón para reproducir las conductas más ruines, explícitas y violentas del machismo. Aunque sería incorrecto explicar el alcoholismo solo como una consecuencia del machismo, tampoco se debe fragmentar o minimizar este fenómeno como una consecuencia más del alcoholismo. Si bien, ni machismo ni alcoholismo sean consecuencia única uno del otro, es importante considerar la relación que tiene, no solo con la violencia machista sino en general con la relación que existe de manera simbólica entre el consumo de alcohol, el imaginario y la construcción de la hombría, para elaborar estrategias para la prevención del consumo.

“No quiero, no bebo”, motivo de exclusión y muerte social

La significación del consumo de alcohol en el imaginario social está constituida en torno a los supuestos dotes sociales que los individuos pueden obtener de su uso, como la empatía o la desinhibición, así como utilizarlo como una estrategia para superar conflictos de la vincularidad y el estrés. Para muchos jóvenes, disfrutar, divertirse, convivir, pertenecer, madurar y estar “a la moda”, están ligados de forma íntima con el consumo de alcohol.

En Latinoamérica el alcohol constituye una sustancia que, a diferencia de las ilegales, no estigmatiza a quien las consume (aunque sí al que se convierte en alcohólico), más bien al contrario, es un elemento que fortalece el vínculo relacional entre quienes lo comparten, creando en ocasiones distancia y desconfianza hacia alguien que se niegue a su consumo cuando este es ofrecido (Castaño, 2008, p.20).

Existen procesos de sociabilidad en los que, de manera implícita se juzgará a las personas que por alguna razón no quieren beber. Así, su pertenencia al grupo no será la misma. Es muy probable que se le catalogue como personas aburridas y poco sociables. A pesar de que el hostigamiento o la exclusión no sean muy marcadas, muchos de los jóvenes que no beben terminan por aislarse de convivencias con sus pares, para evitar situaciones desagradables que se presentan por la forma de beber de sus amigos.

“Hace mucho que no te veo”, “Vamos por unas chelas”, “Oye, ¿cuándo nos tomamos unos tragos?”. Si estas frases no te recuerdan el inicio de muchas de tus conversaciones, te invito a que le preguntes a otras personas: ¿cuántas veces las invitaciones de todo tipo implican alcohol? Es más común rodearte de personas que no toman café que de personas que no toman alcohol.

Muchas de las dinámicas sociales de los jóvenes están asociadas con el consumo de alcohol: “Y en cuanto a la motivación, prevalece la creencia en muchos adolescentes que divertirse y disfrutar es sinónimo de consumo de bebidas alcohólicas” (Campillo & Vizcay, 2003), para muchos el no consumir alcohol implica la poca adaptación o exclusión de las dinámicas sociales. Aguantar la ingesta elevada de alcohol, aguantar toda la fiesta, presumir en sus redes sociales las botellas o bebidas que consumieron, son símbolos de prestigio social, sobre todo entre los jóvenes. Para ellos, ser sociable implica ir a muchas fiestas, presumir de ellas y tener mayor aguante. Todo ello mientras no implique un problema de alcoholismo, pues en ese momento la exclusión social será casi total: “En los adolescentes el consumo del alcohol se asocia muchas veces con la autodeterminación, la diversión, el ocio y la modernidad, constituyendo un elemento que da estatus en su grupo de pertenencia, lo que hace más difícil su eliminación a pesar de las consecuencias negativas derivadas del consumo excesivo” (Reyes & Díaz, 2005).

Durante la juventud, las consecuencias negativas del consumo se ven lejanas y ajenas, la pertenencia y las experiencias son más importantes. Como sociedad y como adultos, ¿qué es lo que estamos aportando para que las experiencias y la pertenencia social que buscan los jóvenes estén atravesadas por el consumo de alcohol? ¿Qué refleja, como sociedad, el hecho de que la ingesta de alcohol sea motivo de la inclusión social y el negarse a beber un motivo de exclusión?

LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ENTRE LA REALIDAD Y LA REALIDAD VIRTUAL

Si bien el consumo de alcohol requiere de la acción “consciente” y “libre” de una persona que introduce la sustancia en su organismo, y que el desarrollo del alcoholismo puede ser consecuencia de condiciones particulares de la persona —como se ha venido describiendo a lo largo del texto—, el consumo de alcohol tiene implicaciones, causas y consecuencias familiares, sociales, culturales, históricas, políticas y económicas.

Se ha hecho un breve repaso de lo que implica en la cultura mexicana tradicional el consumo de alcohol entre los jóvenes, sin embargo, para hablar de este grupo etario sin caer en

generalizaciones, es necesario posicionarnos en el contexto actual y las implicaciones que tiene, en específico, en los jóvenes.

Un hecho innegable, global y actual es la presencia de la realidad virtual en el desarrollo de la vida de los jóvenes; las generaciones actuales se enfrentan a transitar entre dos realidades, la material y la virtual, ambas realidades se alimentan entre sí e influyen de manera directa y simultánea en la vida de las personas.

El abuso de las redes sociales en los jóvenes es un fenómeno que se podría analizar en sí como una adicción aparte, no obstante, en esta ocasión hablaremos un poco sobre las implicaciones que tiene el uso de las redes sociales y otras plataformas en el aumento de consumo de alcohol entre personas cada vez más jóvenes. Esto, agregado al contexto político-económico que atraviesa México y al contexto globalizado de consumo, incertidumbre y violencia.

Estrés y depresión generalizados: felicidad por consumo y vincularidad dopada

El modelo de producción capitalista tiene como base el despojo, el exterminio, la deshumanización, la destrucción, y control de la vida en general y de la autonomía de los sujetos. El capitalismo dicta modos de vida que generan, entre muchas cosas, expectativas y exigencias que no son flexibles ni factibles frente a la realidad de decadencia o desigualdad a las que muchas personas se enfrentan. La vida se vuelve cada vez más estéril y artificial, las industrias acaparan todos los recursos, y aquellos que no pueden acaparar para explotar los contaminan, volviendo peligroso el simple hecho de respirar.

En este contexto deshumanizado, no hay tiempo para pensar en la esperanza; el pasado está lleno de caos, el presente de terror y el futuro no existe, “al decir de Najmanovich (2005), si el siglo XX comenzó bajo el signo de la esperanza, el siglo XXI está marcado por la nostalgia, la incertidumbre y el desconcierto” (Sánchez Di Doménico, 2014, p.5). En todos lados se anuncia la crisis medioambiental, el agotamiento acelerado de los recursos y las catástrofes, pandemias y una plétora de carencias a las que se tendrá que enfrentar la humanidad, así como el permanente ambiente bélico marcado por las distintas guerras que se viven en el mundo y por la constante amenaza de una guerra mundial que puede tener consecuencias funestas para la supervivencia de la especie humana, puesto que cada vez las armas son más letales y destructivas.

De manera consciente e inconsciente, la mayoría de las personas proyectan esta desesperanza en su significación y posicionamiento frente a la vida. Algunas veces, esto se hace consciente y se generan movimientos como el levantamiento social en Chile en octubre de 2019, que fue una lucha que se mantuvo gracias a la rabia, hartazgo y valentía de miles de jóvenes a lo largo de todo Chile. Se trataba de jóvenes diversos, pertenecientes no solo a distintos grupos y posturas políticas sino a todo tipo de identidades y grupalidades —como los “otakus”, barras bravas de clubes de fútbol, barrios—, quienes utilizaban sus símbolos y hasta personajes animados para protestar.

Lo que unía a todas esas voces jóvenes era el hartazgo hacia el modelo de vida inhumano que imperaba en su país y en el mundo; en las paredes de la ciudad y en los carteles aparecían frases como: “No es depresión, es capitalismo”, “Menos fluoxetina, más levantamiento social”. Esta es quizás la frase más representativa: “Se metieron con la generación equivocada, no tenemos nada que perder”. En este y otros casos similares el hecho de no tener nada, ni siquiera miedo, y de solo contar con el malestar generalizado, fue lo que impulsó a buscar un cambio.

Este malestar generalizado está presente consciente o inconscientemente y se manifiesta de distintas formas en los jóvenes, la mayoría de las veces con consecuencias negativas para el desarrollo social e individual, “un quiebre hacia adentro del sistema-mundo de la vida, que erosiona el tejido social y, al poner en crisis los metarrelatos dominantes, genera incertidumbre” (Reguillo, 2000, p.28). El modelo ideológico hegemónico en el cual se significaban muchas de las vidas de las personas en la modernidad, está, en la actualidad, en buena parte obsoleto y carente de sentido.

Además del “sin sentido” de las formas de significar y de enfrentar la vida, el capitalismo dicta modos de vida que generan, entre muchas cosas, expectativas y exigencias que no son accesibles para la mayoría de las personas, “Lo cotidiano entonces, puede ser un mundo de obligaciones que no todos toleran, donde algunos pueden experimentar las exigencias como una meta social inalcanzable” (Sánchez Di Doménico, 2014, p.13). Estas exigencias que el capitalismo demanda a los sujetos son cada vez mayores, mientras que la probabilidad de adquirir “recompensas” o las promesas de prosperidad, desarrollo o satisfacción de necesidades se alejan de manera progresiva. Para la mayoría de los jóvenes mexicanos, la concepción de desarrollo y futuro es poco prometedor aun cuando en general tienen una mayor escolaridad y acceso a la información en comparación con generaciones anteriores, y requieren de mayores recursos y conocimientos para poderse desenvolver profesional y económicamente. Esto genera una sensación de miedo y desesperanza generalizados, así como poco interés por la vida y por buscar un desarrollo pleno y óptimo.

Los y las jóvenes cuentan con capacidades que los adultos no tienen para insertarse en los nuevos desafíos de la sociedad de la información, tales como años de escolaridad, fluidez en la “convergencia digital” y un uso más familiarizado con la comunicación interactiva a distancia. Al mismo tiempo, han interiorizado las expectativas de autonomía propias de la sociedad moderna y postmoderna; y esta expectativa es mayor que en generaciones precedentes que crecieron bajo patrones más tradicionales. Sin embargo, chocan con factores concretos que les postergan la realización de esa misma autonomía: mayor dilación en la independencia económica porque hoy hay mayores requerimientos formativos y más dificultades de obtener una primera fuente de ingresos; y mayores dificultades de acceder a una vivienda autónoma por problemas de mercado de suelos urbanos y acceso al crédito (Hopenhayn, 2008, p.102).

No se trata de un problema demográfico que resulte de la escasez de ofertas laborales por la alta demanda, sino que es también consecuencia de las precarias condiciones laborales, la desigualdad de ingresos y oportunidades, que hacen que sea imposible mantener una vida digna. Esta realidad no es compatible con la idea del progreso propuesta por la meritocracia, aun así, estas exigencias y expectativas siguen interiorizadas en muchas personas, lo que genera incertidumbre, miedo y frustración. El mayor acceso a las tecnologías y a la información no es sinónimo de oportunidades de crecimiento laboral, profesional o económico sino que produce: “una asincronía novedosa entre una precoz expectativa de autonomía moral y una larga postergación de la autonomía material” (Hopenhayn, 2008, p.102).

Ya se planteó que el aumento exponencial en acceso a símbolos, mensajes, imágenes, información y conocimiento, sobre todo para la población joven en las últimas décadas,

contrasta con las restricciones en el acceso a bienes y servicios, pues la fuente principal de ingreso es el empleo, y el desempleo juvenil aumentó durante la década de los noventa, manteniéndose los ingresos de jóvenes ocupados muy por debajo de los promedios de ingresos de los adultos. Esta brecha creciente entre consumo simbólico y material produce además una crisis de expectativas, pues un mayor consumo simbólico genera más expectativas de consumo material (Hopenhayn, 2008, p.102).

El consumo es una de las bases del pensamiento capitalista, que se ha logrado encarnar en el imaginario social, y que dicta todo un modo de vida. Al estar inmersos en el consumo, las personas van perdiendo autonomía mientras que las mercancías la ganan, esto tiene como consecuencia que los espacios en los que nos desenvolvemos, los pensamientos, necesidades y acciones cotidianas estén orientadas al consumo, un consumo que va más allá de la satisfacción de las necesidades básicas y se concentra en las distintas formas del consumo simbólico, que está ligado con la idea de generar relaciones sociales.

Para los adolescentes y jóvenes, “el consumo entre ellos es una forma de unión, de compartir, de ser fuertes frente a la adversidad. Se aventuran en un terreno atractivo de experiencias, de descubrimientos y de posibilidades” (Sánchez Di Doménico, 2014, p.19). Pero ¿qué es lo que están consumiendo?, ¿cuáles son las experiencias y posibilidades que buscan? Y, ¿qué es lo que más se encuentra omnipresente y a la mano en nuestra sociedad para consumir? El alcohol ha sido un elemento que se ha relacionado con la unión y el goce de las personas reunidas, que ofrece una respuesta a muchas carencias y adversidades tanto sociales como emocionales y afectivas.

El consumo de alcohol representa un impulso para alcanzar la vincularidad y afinidad con los otros, una vincularidad “dopada”, que para su expresión requiere del consumo de alcohol u otras sustancias, y que se justifica y hereda en la experiencia de vida familiar, social y hasta nacionalista, en donde el consumo de alcohol ha estado presente y legitimado.

El desencanto ante la vida, ante las instituciones, ante las ideologías impuestas que justifican el modelo imperante es cada vez más generalizado; se genera un pobre sentido de pertenencia e inclusión en la comunidad y en lo social. En respuesta a este desencanto, los jóvenes se apegan a objetos y símbolos en la construcción de sus identidades. Identidades que, a pesar de ser muy diversas, encarnan el desencanto social y la inconformidad frente las normas de ser y pensar. En una sociedad como la mexicana, la narco cultura y otras manifestaciones de la cultura de la ilegalidad, pueden dar ejemplo de cómo estas creaciones identitarias son más que un conjunto de elementos simbólicos relacionados con la vestimenta, la música, o lenguaje o comportamientos violentos sino que muestran la transformación moral y ética de grandes segmentos de la población que basan el valor de la vida, de la suya y de la de los demás, a partir de tener dinero y poder.

Si bien, la sociedad mexicana es diversa y heterogénea, la cultura de la ilegalidad y la falta de una cultura del “buen vivir” que deriva en una cultura de muerte, han tomado lugar preponderante en la forma de ser y relacionarse. Ante este panorama, gran parte de los jóvenes mexicanos, presentan y reafirman inclinaciones por comportamientos autodestructivos y violentos. La cultura de la ilegalidad se sustenta en el malestar y el descontento social y se manifiesta de maneras muy diversas, sea en distintos géneros musicales, ambientes sociales, experiencias estéticas y culturales que tienen de manera explícita un mensaje de violencia y la construcción de personajes (ídolos) que reproducen estas conductas de autodestrucción, agresión, irreverencia y descontento hacia el mundo social en general, y al mundo de los

adultos en particular, "menor cohesión en torno a valores o proyectos que se imponen desde el mundo adulto o la "voz moral", preferencia por espacios que tienen que ver con la droga (música, baile, fiesta, euforia pasajera), identificaciones muy intensas pero transitorias, donde el presentismo replica la máxima de Baudelaire: la eternidad en el instante" (Hopenhayn, 2008, p.103).

Cuando el pasado está roto y manchado por el caos, no se genera pertenencia, y cuando el futuro es terrorífico, no hay lugar para la esperanza. Lo único que encuentran los jóvenes es un presentismo distorsionado que busca de maneras desesperadas un instante de goce y placer que dure el mayor tiempo posible. Por eso las fiestas son cada vez más prolongadas, empiezan en una "precopa", que significa juntarse para beber antes de la fiesta, que no termina sino hasta después del *after*, que es una prolongación de la fiesta, y luego el *after* del *after*. Las fiestas son ese espacio en el que los jóvenes se refugian para buscar la libertad, la felicidad, la euforia, para sentir, para olvidarse del afuera, que al otro día sus problemas les esperan.

No solo las tendencias culturales y los contextos de violencia han cambiado sino que en general las exigencias para los jóvenes son más elevadas en el mundo actual. La realidad se vuelve pesada y perturbadora, y esto puede llevar a muchas personas hacia las salidas "fáciles", como es el consumo de alcohol:

También aquí la droga opera como metáfora: lo simbólico en lugar de lo material o como compensación por la deprivación, la irrupción de patrones desestructurados de comportamiento por la crisis de expectativas (vieja tesis de la sociología funcionalista), la droga como repulsa porque los mayores activos simbólicos no se traducen proporcionalmente en mayor disposición material (Hopenhayn, 2008, p.163).

Las drogas, en este caso específico el alcohol, se vuelve un sustituto que responde a la propuesta imperante que relaciona al consumo con la satisfacción. En una realidad en donde hasta el agua es mercancía, se utiliza al alcohol para llenar las carencias reales de oportunidades para poder vivir con dignidad en una realidad de consumo donde hasta el agua es mercancía. Para muchos jóvenes, es más fácil consumir alcohol que trabajar sus carencias afectivas o sociales, así como para muchos es más fácil consumir alcohol que poder dormir y comer bien, o que conseguir un trabajo o un entorno académico empático y digno.

La realidad digital y consumo de alcohol

El contexto actual, de por sí complejo, tiene una variable en la vida de los jóvenes y adolescentes que antes no existía, se trata de la digitalidad. El espacio digital es un campo nuevo, en el que los jóvenes y adolescentes transitan, desarrollan y significan su vida. A pesar de que casi todas las personas en la actualidad han tenido que entrar de alguna u otra manera en este proceso de digitalización de la vida, los jóvenes lo viven mucho más de cerca, y esto se refleja en las formas que tienen de relacionarse, de adquirir información, y en la manera en que se relacionan con la vida material y cotidiana. Para los jóvenes, lo digital y lo no digital están muy cerca.

El uso de las redes sociales y del Internet puede ser un tema que por sí solo nos puede remitir a las llamadas "nuevas adicciones", pero en este caso se hará referencia a cómo el uso de las redes sociales y el Internet, como medio de información, repercuten de forma directa e indirecta en el aumento del consumo de alcohol en los jóvenes y adolescentes. De

manera indirecta, se ha documentado cómo el uso de redes sociales incrementa el estrés y la ansiedad entre sus usuarios:

Se menciona que los jóvenes al estar inmersos en estas nuevas formas de interacción y organización pueden experimentar situaciones que se tornan estresantes, ejemplos de estas situaciones son el recibir invitaciones a eventos, el que una publicación o fotografía no sea aceptada por sus amigos mediante los “me gusta” o el contar con un gran número de amigos en esta red social y sientan la responsabilidad de estar pendiente de la actividad mostrada en Facebook (Navarro, Da Silva, Álvarez & Guzmán, 2018, p.1).

Entre los jóvenes y adolescentes, los problemas de pertenencia suelen estar presentes por las características de la etapa de desarrollo que atraviesan. En la actualidad, esta necesidad de pertenencia y desarrollo de la identidad y personalidad de las personas, y hasta el valor o estatus social, muchas veces es medido a partir de la actividad en las redes sociales, en el número de amigos que se tenga ahí —aunque en la realidad no se conozca a más de la mitad de ellos—, en la cantidad de fotos o contenido que se comparte y en las reacciones que reciban las publicaciones o actividades reportadas.

La presión por tener una imagen activa y atractiva es, para muchos jóvenes, desgastante, y aquellos que no logran alcanzarlas pueden llegar a verse afectados emocionalmente: “Algunos de los sujetos reportaron sentimientos de aislamiento y ansiedad cuando no recibían una respuesta inmediata a los mensajes que enviaban a sus pares” (Montero-Domínguez, Cruz-Juárez, Tiburcio-Sainz & García-González, 2018, p.50). Estas consecuencias emocionales pueden impactar de muchas maneras en la vida de los jóvenes y adolescentes, y propiciar de manera indirecta al consumo de alcohol. Como lo muestra un estudio realizado a jóvenes universitarios de Nuevo León, el estrés que presentaban los jóvenes muchas veces estaba relacionado con el número de horas que pasaban en Facebook, y a su vez, el estrés elevado incrementaba la tendencia del consumo de alcohol:

En relación con el estrés percibido, se encontró que las horas que se utiliza Facebook ($r_s = 0,189, p < 0,05$), se relaciona positivamente con el estrés percibido por los jóvenes universitarios; lo que indica que a mayor número de horas de uso de Facebook mayor es el estrés percibido. Asimismo, respecto al efecto del uso de Facebook y el estrés percibido sobre el consumo de alcohol perjudicial de los estudiantes universitarios (Navarro et al., 2018, p.7).

El aumento en el consumo de alcohol entre los jóvenes también es promovido de manera directa por las redes sociales y el Internet por la publicidad que las diferentes marcas hacen ahí con múltiples estrategias mediáticas. Aunado a eso, en las redes sociales y el Internet, el consumo de alcohol circula en contenido que ciertas figuras de influencia —conocidos como *influencers*— elaboran en torno al alcohol. Es común que los *influencers* publiciten productos e inviten al consumo de alcohol y otras sustancias al referir su propio consumo, y lo hacen de manera cómica, positiva, o bien, muy estilizada.

En un análisis realizado a los 70 vídeos más importantes en YouTube que tenían relación al consumo de alcohol, “los videos con mayor número de visitas son aquellos que vinculan el consumo excesivo de alcohol con situaciones humorísticas y de atracción física, que ignoran o minimizan las consecuencias negativas” (Montero-Domínguez et al., 2018, p.60). Es preocupante el tipo de contenidos que son tendencia alrededor del consumo de alcohol

y otras sustancias en las redes sociales u otras plataformas digitales, ya que en ellos no solo se minimiza el problema sino que se contribuye a la normalización del consumo de alcohol. “Se deduce que, con la información en las redes sociales, los jóvenes han ampliado su conocimiento acerca de las drogas y han modificado su opinión para eliminar el estigma social hacia el consumo de drogas y los consumidores” (Montero-Domínguez et al., 2018, p.60), pero de nada sirve que los jóvenes estén más informados si esa eliminación del estigma sobre el consumo de drogas no es para integrar a las personas con esta problemática sino para integrar a todas las personas a un consumo normalizado. A la par que crece la información sobre el alcohol y las drogas, en los jóvenes, aumenta el consumo problemático.

La inclinación y confianza de los jóvenes por adquirir información a través de Internet antes que en las escuelas o con los adultos y otras figuras de autoridad, convierte a Internet, y en especial a las redes sociales, en la principal fuente de información que tienen: “Los participantes señalaron que la información que recibían en el aula estaba censurada, mientras que la información sobre el consumo de drogas en las redes se encontraba íntegra” (Montero-Domínguez et al., 2018, p.56), la distancia de los jóvenes con los adultos, implica que los primeros privilegien otros referentes.

El Internet y las redes sociales son espacios difíciles de regular, y esa carencia de límites, esa accesibilidad y el refugio que implica el anonimato, anima a los jóvenes a formular preguntas y recibir respuestas que, en otro lado, con los adultos, no se les permitirían. Asimismo, el tiempo que pasan en las redes sociales, las interacciones que ahí se dan, y la pertenencia que logran construir, hacen que las redes sociales se sientan como un espacio propio, esto da pie a que la información obtenida por ese medio sea prioridad en la conjugación de sus ideas y reflexiones.

Paulo Freire proponía una enseñanza que generara preguntas y que no solo diera respuestas con el fin de lograr el desarrollo de un pensamiento crítico y de reflexión en los estudiantes. ¿Qué pasa cuando el exceso de información recibida no da tiempo a generar preguntas, mucho menos a reflexiones propias o profundas sobre los temas que nos rodean? La magnitud y diversidad de información almacenada en el Internet podría ser una herramienta sin precedentes para la obtención y creación de saberes. No obstante, las plataformas digitales y sobre todo las redes sociales están sujetas a métodos que controlan y centralizan la información y el alcance que ella pueda tener: por una parte, los algoritmos se alimentan de la actividad del usuario, que tiene que ver con los contactos que tengan, la información que comparte o busca. Sin embargo, la publicidad de las empresas, entre otras cosas, se utiliza para modificar los algoritmos para que al usuario le aparezca cierta información y no otra.

Con esto, no se afirma que el pensamiento de los jóvenes sea víctima y esclavo de nuevos métodos de manipulación, pero sí se reconoce que la manipulación de la información es una realidad, y que el espacio virtual puede llegar a ser un lugar lleno de información vacía y sesgada que genera y / o potencializa pensamientos y conductas autodestructivas, hasta llegar a ser un espacio violento, inseguro y manipulado.

Muchas personas, cuando buscan un consejo, lo harán con alguien que no las haga confrontarse con otra perspectiva de la realidad sino que de cierta manera les dé la razón. Algo parecido pasa en muchas de las situaciones e inquietudes de la vida de los jóvenes, al no sentir empatía por parte de alguna figura de autoridad o crianza, van a buscar las respuestas a sus dudas o el juicio de sus acciones con alguien de confianza al que se le considere como un igual. La mayoría de las veces van a considerar como respuesta válida aquella que ya

buscaban escuchar, que no les haga reflexionar las consecuencias u otras perspectivas de la situación. Buscan la justificación más que una posible solución.

Lo mismo pasa con la información con más alto grado de tendencia en las redes sociales sobre el consumo de alcohol, donde prima el contenido que humoriza, simplifica, justifica y normaliza el consumo de alcohol y donde no hay contenido relacionado con las consecuencias negativas del consumo, de la adicción o que invite a la prevención. Este tipo de información sí existe en Internet, pero no está tan a la mano. La realidad es que son pocos los jóvenes que tienen esa iniciativa de cuestionar e investigar; por lo que es necesario implementar estrategias en el espacio virtual que hagan uso de las redes sociales, del lenguaje y formas de contenido que puedan permitir un mejor acercamiento con los jóvenes.

CONCLUSIONES

El consumo de alcohol es una realidad muy presente y arraigada en la cotidianidad de muchas sociedades en el mundo, en la actualidad y a lo largo de la historia. En una sociedad como la mexicana, que cuenta con una gran cantidad de elementos y valores simbólicos que justifican y normalizan el consumo de alcohol, se potencializa esta problemática. La alcoholización de las personas en este tipo de sociedades se justifica también a partir de ideas que se siguen reproduciendo desde investigaciones antropológicas y sociológicas de corte estructuralistas, que reducen la alcoholización a ser parte de las dinámicas de integración social, dejando de lado el aumento del consumo de alcohol y de sus consecuencias negativas en la población. La alcoholización normalizada y justificada es una limitante para desarrollar estrategias que lleguen a ser trascendentales para prevenir el consumo excesivo y problemático de alcohol, así como el alcoholismo.

Factores político-económicos también están implicados de diversas maneras en la presencia, aumento y abuso del consumo de alcohol y otras sustancias, como refieren Menéndez y di Pardo (2006): “los procesos económico-políticos y socioculturales que operan en una situación históricamente determinada para establecer las características dominantes del uso y del consumo de alcohol (incluyendo el no uso y el no consumo) por sujetos y conjuntos sociales”. Estos factores económico-políticos se ven reflejados en:

La racionalidad política y las contradicciones del sector salud ante el fenómeno de las dependencias dan lugar a omisiones, exclusiones y olvidos que en el caso del consumo de alcohol se manifiestan en rendiciones ante las presiones de la industria alcohólica para ocultar las consecuencias negativas para la salud, en ausencia de políticas preventivas por parte de las instituciones sanitarias, o en la falta de incentivos para la investigación sobre este asunto (Menéndez & di Pardo, 2006, p.40).

A pesar de ser una droga de mayor adictividad y conflictividad que la marihuana, el alcohol conserva un estatus legal que lo vuelve algo permitido, y por lo tanto, de gran accesibilidad y presencia. El prohibicionismo no frenaría el consumo de alcohol sino que genera criminalización del consumidor y en general de la producción y distribución. Por ello, es urgente una revisión a las regularizaciones jurídicas entorno al consumo y producción del alcohol que ponga límites más concretos sobre las formas y lugares de venta de alcohol.

Según las cifras del Sisvea, de 7,703 pacientes atendidos por consumo de drogas en el estado de Jalisco, 1,950 son atendidos por el consumo de alcohol como la droga de impacto,

se registra que 44.4% de las personas comenzaron su consumo de los 10 a los 14 años; 37.9%, de los 15 a los 19 años; 7.3%, de los 20 a los 24 años, y 3.2%, de los 25 a los 29 años (Secretaría de Salud, 2020). Los resultados arrojan que de los 10 a los 19 años existe un mayor porcentaje de inicio de consumo; con estas cifras, se puede sustentar la idea de que entre menor sea la edad en que se inicia el consumo de alcohol, es más probable que se derive en alcoholismo. Existe la probabilidad estadística de que el aumento de consumo en personas jóvenes, así como la disminución de la edad de inicio, genere un aumento en los casos de alcoholismo en el futuro.

Además, el consumo de alcohol funciona como una cortina de humo para el consumo de otras drogas, el Sisvea (Secretaría de Salud, 2020) nos dice que 40.1%, de los pacientes atendidos por consumo de drogas en el estado de Jalisco iniciaron su consumo con alcohol, lo que la hace la sustancia con mayor porcentaje como sustancia de inicio. Si retomamos el porcentaje de pacientes que iniciaron su consumo de drogas con alcohol (40.1%) y lo comparamos con el número de personas que son tratadas por alcoholismo puro (1,950), podemos ver que aunque 40.1% inició consumiendo alcohol, solo 25.3% de las personas están allí para tratar su alcoholismo (Secretaría de Salud, 2020), esto nos indica que el alcohol es una droga de inicio que puede llevar a las personas a consumir y a hacerse adictos a otros tipos de drogas. Aunque este no es el tema de este capítulo, es importante mencionar que el aumento del consumo de cristal entre los jóvenes, y en general de la población, es cada vez más alarmante. Los estados alterados de conciencia y autocontrol que genera el alcohol dan más permisividad a que las personas prueben y consuman otro tipo de sustancias, para muchas personas el alcohol no es suficiente, o no es de su agrado, y sus necesidades y / o carencias las compensan con otro tipo de sustancias más fuertes o ilegales.

El problema de la alcoholización, muchas veces se puede ignorar priorizando el estudio de las consecuencias y motivos en poblaciones con daños agudos: "La percepción social con respecto al hábito de beber de los adolescentes se ha centrado especialmente en los llamados daños agudos y no precisamente en los daños a largo plazo, ni en los procesos que conducen a estos, que en definitiva son los más importantes para protegerse de las adicciones" (Guibert et al., 2005).

La percepción social y el trabajo profesional se han centrado en describir los daños agudos que se generan por el consumo de alcohol, pero poco se ha investigado sobre las consecuencias a largo plazo o los procesos o situaciones que fomentan el consumo. La mayoría de los estudios se hacen a partir de personas que ya muestran consecuencias por el consumo y no dentro de la población no consumidora, o en los distintos niveles de los procesos de alcoholización de las personas, contemplando los momentos previos al inicio, el inicio del consumo y el consumo moderado como parte del conflicto y la masificación del alcoholismo.

Asimismo, es necesario analizar las nuevas dinámicas sociales en las que se da el consumo de alcohol, así como los medios y los fines, los medios como las fiestas y el tipo de bebidas que se consumen conservan características de antaño, pero también presentan particularidades que deberían ser investigadas más a fondo. Por ejemplo, el tiempo para la fiesta, de forma tradicional, era destinado para el fin de semana, mientras que ahora existen prácticas como el "juebebes", que hace referencia a la fiesta entre semana, en específico, a que el consumo de alcohol comience desde el jueves. Otro ejemplo es que el consumo de alcohol se haga previo a la fiesta, como son las llamadas "precopas", así como la prolongación del consumo después de las fiestas, con los *afters*.

La industrialización y producción de las bebidas embriagantes ofrece una gran variedad de tipos y presentaciones, entre ellas están las bebidas ya preparadas, que tienen otras sustancias añadidas como energizantes, y que han sido señaladas por mentir sobre cuántos grados de alcohol tienen las bebidas, o sobre los efectos de su composición química en la salud de los consumidores. Este tipo de bebidas preparadas son muy populares entre los jóvenes, son de gran accesibilidad y se reporta que son bebidas muy fuertes en comparación con otras. Muchos jóvenes las prefieren por baratas y porque con poca cantidad, sus efectos embriagantes son fuertes. Hace falta investigar sobre los efectos en la salud y en el desarrollo de las adicciones que tienen este tipo de productos.

El consumo de alcohol en los jóvenes se puede generar y complicar por distintas variantes, no basta con una regularización por parte del estado para prevenir el consumo. Es necesario buscar estrategias que generen herramientas y capacidades en los sujetos que les ayuden a afrontar la vida y a desarrollar prácticas de prevención y cuidado que les permitan adquirir y potencializar su autonomía:

La identificación de los deseos y necesidades de los adolescentes es una pista ineludible a la hora de pensar en estrategias para impulsar y difundir conductas de cuidado y prevención apropiadas para esta etapa de la vida y para su desarrollo como personas. A la par, y tal como reconoce la Convención sobre los Derechos del Niño, los adolescentes tienen la capacidad de procesar información por sí mismos y deben gozar de cierta autonomía para tomar sus propias decisiones en un entorno de formación y protección en sintonía con el ejercicio del resto de sus derechos. Cuidar la salud de cada uno depende también de cuánto uno sabe cómo hacerlo (Sánchez Di Doménico, 2014, p.14).

La prevención del consumo de alcohol y otras conductas autodestructivas debe darse de manera temprana y con perspectiva social, estas requieren de un trabajo en conjunto desde la comunidad en general y desde los especialistas del tema en sus diferentes ámbitos. Estas estrategias de prevención tienen que dejar de limitarse a dar información sobre las consecuencias del consumo de alcohol y empezar a generar estrategias que contemplen las diferentes variables que llevan al consumo del alcohol y al alcoholismo, generar conciencia sobre la importancia de la salud mental, así como programas para volverla accesible para la mayoría de la población. Incentivar la creación y consumo de arte o realización de otras actividades, deportivas o de desarrollo personal, académico y profesional. La prevención del consumo requiere de reforzar de manera empática los canales de comunicación y entendimiento con las personas jóvenes, y tener en cuenta las implicaciones de sus contextos específicos y de su contexto generacional.

Una prevención efectiva también requiere y debe buscar la integración de la sociedad, para modificar las estructuras, pensamientos y valores simbólicos que justifican y generan el consumo de alcohol. Tampoco se tiene que dejar de lado que el consumo de alcohol es utilizado como pretexto y potencializador de otros comportamientos y fenómenos destructivos y autodestructivos presentes en la sociedad, como lo es la violencia alcoholizada, que a pesar de sus diferencias simbólicas y de formas, significa un peligro grave para hombres y mujeres.

A pesar de que el tabaco sigue siendo una sustancia de las más consumidas, se percibe en las generaciones más jóvenes un cambio de significación en torno al consumo del tabaco. Las advertencias gráficas en los empaques sobre las consecuencias de su consumo, una regularización jurídica estricta sobre los espacios permitidos para consumo y una desaprobación

social a la práctica, han ayudado a que las personas más jóvenes cuestionen y problematizen el consumo de tabaco. Es evidente que a pesar de seguir siendo una de las sustancias más consumidas, el imaginario social y la significación simbólica en torno al tabaco se ha modificado entre consumidores y no consumidores. Se deben de generar estrategias desde lo social que logren deslegitimar la alcoholización en las dinámicas de integración social, borrar del imaginario social la normalización del consumo de alcohol y que se priorice las consecuencias negativas sobre las supuestas consecuencias positivas del consumo, como lo son el estatus social y la diversión vinculada al alcohol.

Debemos generar estrategias similares que busquen limitar y cambiar la significación del consumo de alcohol, así como estrategias específicas para disminuir su consumo entre los jóvenes, a partir de un entendimiento empático de sus dinámicas sociales y personales. Con esto se podría conseguir un acercamiento más efectivo que no solo logre entender el lenguaje o símbolos compartidos de los jóvenes sino que sepa utilizarlos como una herramienta de encuentro. Estas mismas estrategias deben ser utilizadas desde lo virtual, y así abrir nuevos espacios y formas de diálogo y comunicación entre generaciones.

REFERENCIAS

- Amezcuca, M. & Palacios, J. (2014, julio–septiembre). Jóvenes, alcohol y riesgo: una mirada crítica desde las teorías socio–culturales. *Index de Enfermería*, 23(3), 149–152.
- Brunner, J. J. (1998, septiembre). Malestar en la sociedad chilena: ¿de qué, exactamente, estamos hablando? *Estudios Públicos*, No.72, 173–198.
- Cáceres, G. S. & López, M. B. (2019, 17 de abril). Relaciones entre consumo de alcohol, empatía y prosocialidad: diferencias por sexo en adultos jóvenes argentinos. *Revista de Psicología*, 14(28), 22–33.
- Campillo, R. & Vizcay, V. (2003, mayo–junio). Caracterización del consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de un consultorio médico. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 19(3).
- Castaño, G. A. (2008). Aspectos socioculturales del consumo de alcohol en Latinoamérica y estrategias de prevención. *Revista Análisis*, vol.7, 15–27.
- Gómez–Rodulfo, M. (2011, 30 de enero). La cantina, el alma del mexicano. *Elmundo.es*, 30 de enero de 2011. <https://www.elmundo.es/america/2011/01/28/mexico/1296241186.html>
- Góngora, J. & Leyva, M. A. (2005, julio–agosto). El alcoholismo desde la perspectiva de género. *El cotidiano*, No.132, 84–91.
- Guibert, W., Gutiérrez, I. & Martínez, C. (2005, enero–abril). Comportamiento ante el alcohol de los estudiantes en las etapas de la adolescencia. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 21(1–2).
- Hopenhayn, M. (2008). La droga como gesto en juventudes desencajadas. En G. Touzé (Comp.), *Visiones y actores del debate: III y IV Conferencia Nacional sobre Políticas de Droga*. Universidad de Buenos Aires.
- Laplantine, F. (1974). *Las voces de la imaginación colectiva*. Granica.
- León, B. (2010). *La alcoholización como proceso biosociocultural en comunidades mazahuas del Estado de México* [Tesis doctoral]. Escuela Nacional de Antropología e Historia, Antropología Física.

- Menéndez, E. L. & di Pardo, R. B. (2006, enero-abril). Alcoholismo: políticas e incongruencias del sector salud en México. *Desacatos*, No.20, 29-52. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2006000100002
- Montero-Domínguez, F. Á., Cruz-Juárez, A. Á., Tiburcio-Sainz, M. A. & García-González, J. (2018, julio-diciembre). Percepción de estudiantes de bachillerato sobre contenidos relacionados con el consumo de alcohol y marihuana en las redes sociales. *CienciaUAT*, 13(1), 50-64.
- Navarro, E. I. P., Da Silva, E. C., Álvarez, J. & Guzmán, F. R. (2018, noviembre). Uso de Facebook, estrés percibido y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(11). <https://www.scielo.br/j/csc/a/Xmjw7FnyxnhmVyPywtpRq3R/#>
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Grupo Editorial Norma.
- Rengifo, A., Tapiero, C. & Spinel, C. (2005, marzo). Receptores GABAA (ácido γ -aminobutírico) y su relación con la dependencia al alcohol. *Ingeniería y Ciencia*, 1(1), 77-96.
- Rodríguez, L., De Oliveira, M. L. & de Assunção, M. (2010, marzo). Bebida alcohólica en la adolescencia: el cuidado-educación como estrategia de acción de la enfermería. *Escola Anna Nery Revista de Enfermagem*, 14(1), 158-164.
- Sánchez Di Doménico, A. (2014). *Aspectos psicosociales del consumo de alcohol en la población adolescente* [Tesis de licenciatura]. Universidad de la República (Uruguay), Facultad de Psicología.
- Secretaría de Salud. (2020). *Informe epidemiológico del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones, 2017-2018*. https://epidemiologia.salud.gob.mx/gobmx/salud/documentos/info_sisvea/informes_sisvea_2017-2018.pdf
- Stross, B. (1991). La cantina mexicana como un lugar para la interacción. En E. L. Menéndez (Ed.). *Antropología del alcoholismo en México. Los límites de la economía política, 1930-1979*, (pp. 283-307). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Vázquez, V. & Castro, R. (2009). Masculinidad hegemónica, violencia y consumo de alcohol en el medio universitario. *Revista mexicana de investigación educativa*, 14(42), 701-719.
- Villatoro-Velázquez, J. A., Reséndiz, E., Mujica, A., Bretón, M., Cañas, V., Soto, I., Fregoso, D., Fleiz, C., Medina, M. E., Gutiérrez, J., Franco, A., Romero, M. & Mendoza, L., Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz; Instituto Nacional de Salud Pública, Comisión Nacional Contra las Adicciones, Secretaría de Salud. (2017). *Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017: Reporte de Drogas*. INPRFM.