XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

# Tensiones entre consumos y usos de drogas en jóvenes de tres ciudades de Argentina.

Ana Clara Camarotti, Pablo Francisco Di Leo y Dan Adaszko.

Cita:

Ana Clara Camarotti, Pablo Francisco Di Leo y Dan Adaszko (2009). *Tensiones entre consumos y usos de drogas en jóvenes de tres ciudades de Argentina. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-062/1809

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de* acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

# Tensiones entre consumos y usos de drogas en jóvenes de tres ciudades de Argentina

***Ana Clara Camarotti***[1]
*anaclaracamarotti@gmail.com*

***Pablo Francisco Di Leo***[2]
*pfdileo@gmail.com*

***Dan Adaszko***[3]
*dan_adaszko@yahoo.com.ar*

[1] Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

[2] CONICET / Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

[3] Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, (UBA). Observatorio de la Deuda Social Argentina, Instituto para la Integración del Saber, Departamento de Investigación Institucional (UCA).

## Introducción

El objetivo de la ponencia es presentar resultados parciales de una investigación llevada a cabo durante el segundo semestre de 2008 en tres ciudades de Argentina –Villa María, Gualeguaychú y Junín– en el marco de un proyecto en proceso con base en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, en el que indagamos acerca de los vínculos entre juventudes, usos del tiempo, nocturnidad, espacios y consumos.[4] Se trabajó con una encuesta que contenía tanto bloques de preguntas cerradas (con distinto nivel de estandarización) como abiertas. La muestra final estuvo compuesta por 328 jóvenes (55% de varones y 45% de mujeres) de entre 17 y 24 años de distintos niveles socioeconómicos. El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de Septiembre y Noviembre de 2008. Para el análisis estadístico se utilizaron técnicas descriptivas de diferente complejidad y se aplicaron modalidades de análisis factorial.

A partir de los resultados de esta primera etapa de la investigación, formulamos algunos interrogantes y reflexiones en torno las tensiones entre consumos y usos del alcohol presentes en las experiencias sociales de los jóvenes. Finalmente, abriendo el escenario analítico para el segundo momento del proyecto –en el que aplicamos técnicas de investigación de tipo cualitativo–, planteamos las potencialidades analítico-políticas de abordajes que dejen de basarse en concepciones reduccionistas del consumo para comenzar a considerar sus vinculaciones con los diversos usos juveniles del alcohol.

## 1. Consumo de bebidas alcohólicas

Del total de jóvenes encuestados (N=328) el 91,8% consumió algún tipo de bebida alcohólica durante la última salida nocturna. Los varones muestran un mayor nivel de consumo (95%) que las mujeres (87,8%). No se observan diferencias estadísticamente significativas según la edad. Lo mismo sucede en lo que respecta al nivel socioeconómico: quienes pertenecen a estratos bajos y a estratos medios muestran similares proporciones en cuanto a los que ingirieron bebidas alcohólicas (p.=0,714). Asimismo, tanto en quienes sólo trabajan, sólo estudian o realizan ambas actividades el nivel de consumo no varía sustancialmente. Finalmente, tampoco hay diferencias significativas en cuanto al nivel de gasto monetario en las salidas: quienes gastaron más y quienes gastaron menos, la proporción de consumidores es semejante.

[4] PICT 2006 Nº 2464, dirigido por Dra. Ana María Mendes Diz. Investigadores: Dan Adaszko, Ana Clara Camarotti, Mariana Chaves, Pablo Di Leo, Patricia Schwarz. Colaboradores: Elena Bergé, María Celeste Hernández, Tomás Bover, María José Marín, Eliana Elizabeth Montero, Esteban Bertuccio, Juan Patricio Marchetto, María Josefina Itoiz, Natalia Soledad Ochoa, Noelia Soledad Trupa y María Cecilia Galera.

A continuación se presenta un cuadro con el resumen de consumo para cada una de los cuatro tipos de bebidas indagadas en la encuesta. En él se puede apreciar que los tragos y las mezclas de bebidas son las más consumidas, seguido por la cerveza y en menor medida por el vino y las bebidas blancas. Esto no indica la cantidad ingerida de cada bebida que, como se mostrará en el apartado siguiente, es liderada por la cerveza.

**Cuadro 1: Consumo de bebidas alcohólicas en la última salida nocturna**

| | **Cerveza** | **Vino** | **Tragos/mezclas de bebidas** | **Bebidas blancas** |
|---|---|---|---|---|
| **No** | 33,5% | 79,6% | 30,8% | 88,7% |
| **Sí** | 66,5% | 20,4% | 69,2% | 11,3% |
| **Total** | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fuente: elaboración propia

A continuación se desarrolla un análisis para los tipos de bebidas alcohólicas que tienen mayor consumo entre los jóvenes (cerveza y tragos/mezclas de bebidas), posteriormente se examina el pluriconsumo.

### 1.1 Cerveza

El 66,5% de los jóvenes consumieron al menos un vaso de cerveza en su última salida, porcentaje que asciende al 73,9% en el caso de los varones y disminuye al 57,4% en las mujeres. Asimismo, no se aprecian diferencias estadísticamente significativas según la edad ni el estrato socioeconómico ($p.>0,05$). Quienes sólo estudian, sólo trabajan o realizan ambas actividades tampoco presentan diferencias. Por el contrario, quienes tienen un mayor nivel de gasto en sus salidas tienen una más alta proporción de consumidores que de no consumidores de cerveza. Más adelante se verá que esto se debe a que gran parte del dinero gastado durante una salida es, justamente, en bebidas alcohólicas.

Entre quienes efectivamente bebieron al menos un vaso de cerveza en su última salida, el promedio de consumo fue de 5,6 vasos por persona con una gran variabilidad (desv. Tip. 7,6), habiendo jóvenes que tomaron sólo 1 vaso y otros que superaron los 15. Se verifica una notable diferencia según el sexo. Mientras que el promedio de consumo entre varones que efectivamente bebieron fue de 7,3 vasos por persona, en las mujeres dicho nivel desciende a 3,5 vasos ($p.<0,001$).

No se observan diferencias estadísticamente significativas en el consumo según grupo de edad y estrato socioeconómico (p.>0,05). Por el contrario, sí se evidencian diferencias entre quienes sólo estudian (4,8 vasos) frente a quienes trabajan (6 vasos) o hacen ambas actividades (6,4 vasos), por un lado, y con respecto a quienes no estudian ni trabajan. Asimismo, existe una gran vinculación entre consumo de cerveza y gasto monetario en la salida nocturna en el sentido de que quienes más gastan son quienes más consumen, con lo que podría hipotetizarse que gran parte del gasto monetario de la salida se invierte, justamente, en bebidas alcohólicas (p.< 0,001 para ambas pruebas).

Tampoco se observan diferencias significativas entre el nivel de consumo de cerveza de quienes tienen mayor poder adquisitivo (6,1 vasos) y quienes tienen menos recursos (5,4 vasos) (p.=0,421). Ambas medianas coinciden con lo que hasta la mitad de los jóvenes que consumen, beben hasta 4 vasos por noche.

Si se desagrega el análisis por sexo, se verifica que la similitud de consumo entre mayores y menores en edad se mantiene tanto para hombres como para mujeres pero no así similitud en la cantidad de cerveza bebida según estrato social: en los varones de menores recursos el consumo se incrementa sustancialmente (8,6 vasos) con respecto a sus congéneres del estrato medio (6,8 vasos). Concomitantemente, la mediana de consumo también se diferencia en los varones según estrato socioeconómico (8 para los varones de estrato bajo y 5 para el estrato medio. Entre las mujeres la cantidad de consumo de cerveza es similar en el estrato bajo (3,4 vasos) y en el medio (4,5 vasos). La mediana es de 3 vasos para ambos estratos.

Los datos muestran una gran heterogeneidad en el consumo de varones según condición de estudio y trabajo. Mientras que quienes sólo estudian son los que menos consumen (6,3 vasos), la cantidad de cerveza aumenta a 7,4 vasos en los que sólo trabajan y a 8,4 en quienes realizan ambas actividades (no se cuenta el promedio para quienes no realizan ninguna de las actividades por tratarse de muy pocos casos).

### 1.2 Tragos/mezclas de bebidas

El 69,2% de los jóvenes encuestados consumieron al menos un trago o un vaso con mezcla de bebidas. No se aprecian diferencias estadísticamente significativas según sexo, edad o estrato socioeconómico. Quienes estudian y trabajan al mismo tiempo muestran un nivel ligeramente más elevado de consumo de este tipo de bebidas que quienes realizan cada una de esas actividades por

separado. A su vez, al igual que en el resto de las bebidas, el consumo es más elevado en quienes gastan mayor cantidad de dinero en una salida nocturna típica.

Entre quienes efectivamente consumieron tragos y mezclas de bebidas, el promedio fue de 3,8 vasos por persona (Desv. Tip = 4,1). La mitad de los jóvenes consultados que habían consumido este tipo de bebidas, ingirieron entre 1 y 3 vasos y la otra mitad superó dicha cantidad. El consumo por parte de los varones (4,6 vasos) es significativamente más elevado que el de las mujeres (3,1 vasos). A su vez, a medida que los jóvenes tienen mayor edad, se incrementa el consumo de tragos y mezclas de bebidas (3,4 vasos los más jóvenes y 4,2 vasos los de mayor edad) (p.=0,009). No se observan diferencias por estrato socioeconómico. Quienes únicamente trabajan consumen significativamente más cantidad de bebidas de este tipo que quienes sólo estudian o que quienes realizan ambas actividades. La explicación a esto es que quienes sólo trabajan son mayores en edad que quienes se encuentran bajo las otras dos categorías. Finalmente, quienes gastan mayor cantidad de dinero en sus salidas duplican el promedio de consumo de tragos y mezclas que quienes gastan menor cantidad de dinero.

Al segmentar el análisis por sexo, se observa que en el caso de los varones sólo hay diferencias estadísticamente significativas entre quienes gastan mayor y menor cantidad de dinero en sus salidas y entre quienes sólo trabajan, con respecto a quienes sólo estudian y quienes realizan ambas actividades simultáneamente. En el caso de las mujeres, la única diferencia que se prueba estadísticamente es la que existe entre quienes gastan más y quienes gastan menos en las salidas. De todos modos, es de remarcar que el grupo de quienes realizan un gasto alto en sus salidas es muy reducido, por cuanto muchas chicas son invitadas por sus parejas u otros varones.

### 1.3 Consumo conjunto de bebidas alcohólicas

Tal como se indicó al comienzo del presente trabajo, el 91,8% de los jóvenes había consumido bebidas alcohólicas durante la última salida nocturna. A continuación se presenta un cuadro con el nivel de consumo individual y combinado de a dos tipos de bebidas. Como puede apreciarse, después de los tragos (69,2%) y de la cerveza (66,5%), la primera ingesta combinada de bebidas es, justamente, de estos mismos dos tipos (44,5%).

**Cuadro 2: Consumo individual y combinado de bebidas alcohólicas**

| | **Cerveza** | **Vino** | **Tragos y mezclas** | **Bebidas blancas** |
|---|---|---|---|---|
| Cerveza | 66,5% | 14,6% | 44,5% | 8,8% |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Vino | | 20,4% | 15,5% | 3,7% |
| Tragos y mezclas | | | 69,2% | 9,8% |
| Bebidas blancas | | | | 11,3% |

Fuente: elaboración propia

**2. Tensiones entre el consumo y los usos del alcohol**

El alcohol está presente desde hace varios siglos vinculado a rituales y procesos de socialización en diversas culturas, entonces ¿por qué nos llama la atención que para los jóvenes el consumo de bebidas alcohólicas ocupe un lugar central en la organización de sus salidas nocturnas?; ¿existen aspectos generacionalmente novedosos en estas prácticas?; ¿en qué medida son elegidas por los jóvenes?; ¿cómo se articula lo local y lo global en torno a las mismas?

Los enfoques clásicos de las ciencias sociales de la salud tienden a reducir el análisis de este fenómeno hacia una mera descripción de las frecuencias de consumo de alcohol y a su distribución en relación a dimensiones socio-económicas, educativas y etáreas, entre otras. Dichos abordajes cumplen con el objetivo de convertir esta situación en un problema social y la necesidad de que forme parte de la agenda de los distintos niveles de la gestión estatal. Sin embargo, estos resultados no nos permiten responder a las preguntas formuladas en el párrafo anterior.

En este sentido, consideramos que debemos abordar esta problemática a partir de la dialéctica entre los niveles cuantitativos del consumo y la diversidad de los usos del alcohol que hacen los jóvenes en sus salidas nocturnas. Para ello es necesario analizar la temática simultáneamente desde distintos ángulos: a) como un proceso de creación/ocupación de un espacio/tiempo propio por parte de los jóvenes; b) desde una perspectiva antropológica, podemos abordarlo desde el estudio de los estilos culturales; c) puede abordarse en términos de los conflictos generados por la competencia por espacios y tiempos urbanos, que también puede verse como expresión de un conflicto generacional; d) y también podemos analizarlo desde teorías reproductivistas, muy utilizadas en los estudios de juventud, poniendo el foco en los procesos de socialización donde los adultos ocupan un lugar central.

Como una posible puerta de entrada hacia la complejidad de este fenómeno, aquí retomamos los interrogantes clásicos de la sociología en torno a las condiciones en las que los jóvenes construyen sus experiencias. En este sentido nos parece productiva la propuesta de la *sociología de la experiencia* planteada por de François Dubet y Danilo Martuccelli (2000). Los autores identifican tres grandes *lógicas*

*de la acción* que los agentes permanentemente deben combinar para construir sus experiencias sociales:

- *Lógica de la integración*: cada agente actúa en función de un principio de integración definido por la interiorización de lo social.

- *Lógica estratégica*: la identidad de los actores no es solo un efecto de los proceso de integración, es también un conjunto de recursos movilizados en situaciones e intercambios sociales particulares.

- *Subjetivación*: los agentes no se identifican únicamente por sus pertenencias y sus intereses, se definen también como individuos, no a partir de un principio abstracto de su libertad, sino porque las sociedades modernas recrean y proponen permanentemente una representación del sujeto, en tanto seres genéricos, que también se definen por su creatividad, su autonomía, su libertad, es decir, todo lo que se presenta como *no-social*, *más allá* o *más acá* de toda determinación.

En la modernidad ocupa un lugar central, en los procesos de construcción identitaria individual y colectiva, la permanente tarea de los sujetos de integrar las diversas lógicas de acción para construir sus experiencias sociales en el relato de una biografía. Asimismo, mediante dicho trabajo, los agentes le otorgan unidad al mundo vivenciado. Por ende, desde esta concepción, lo social ya no puede conceptualizarse como una totalidad a priori, sino como un conjunto heterogéneo cuya unidad es el producto nunca cerrado de la construcción que hacen sus agentes (Dubet y Martuccelli, 2000). Como ejercicio analítico, podemos descomponer el problema a partir de las citadas tres lógicas de la acción.

En relación a la lógica de la integración, según el análisis de Artemio Baigorri Agoiz y Mar Chaves Carrillo (2006), las transformaciones en los niveles de consumo de alcohol de los jóvenes se encuentran atravesados por una tendencia de alcance global compuesta por el trinomio *ocio-mercado-dimisión parental/estatal*. Con el desarrollo de la sociedad industrial, se institucionalizó el tiempo dedicado al descanso. Luego, con los regímenes de Estado de bienestar se profundizó este fenómeno, ya que no había que dedicar todo el tiempo a generar ingresos y a la reproducción familiar, sin embargo, el tiempo de ocio se terminaría transformando en un espacio productivo. Asimismo, en la industria del ocio, el alcohol se fue convirtiendo en un combustible casi tan importante como el petróleo. Aquí juega un rol central el creciente poder de las multinacionales del alcohol, una de las locomotoras de la economía mundial, cuyas inversiones publicitarias y esponsorizaciones se dirigen hacia la población joven. Simultáneamente, se retroalimentan dos formas de dimisión: por un lado, el abandono por parte de las familias de algunas de sus tradicionales formas de control; simultáneamente, la crisis del Estado social, que se ha profundizado desde la última década del siglo XX, que ha conducido a la disminución de las

políticas dirigidas a la creación de espacios públicos destinados a los jóvenes.

A partir de nuestras observaciones en las tres ciudades, identificamos algunas características que asumen las otras dos lógicas de la acción en torno a los usos que los jóvenes hacen del alcohol en sus salidas nocturnas. Por un lado, los agentes realizan un uso estratégico del mismo en la creación de espacios y tiempos urbanos dedicados a esta práctica, buscando burlar los controles del mundo adulto. Se juntan en plazas, esquinas, casas y/o puertas de quioscos durante varias horas para hacer "la previa". Aquí, las prácticas de tomar cerveza y tragos/mezclas en diversos lugares y momentos acordados con los pares, puede leerse, simultáneamente, como tácticas económicas –en la disminución de los costos monetarios del ocio nocturno–, territoriales –en la apropiación de espacios urbanos públicos y/o privados–, simbólicas –en la autoafirmación de identidades individuales, grupales y/o generacionales–, y sociopolíticas –en la construcción de un mundo nocturno contrapuesto a los rituales, normatividades e instituciones de la vida diurna, hegemonizada por las racionalidades y normas de los adultos.

Finalmente, en relación a la lógica de la subjetivación, en la fase cualitativa de nuestra investigación estamos incorporando en nuestro análisis las dimensiones biográficas de las experiencias de uso del alcohol, a partir de la realización de entrevistas semiestructuradas y grupos focales con jóvenes de diversos niveles socioeconómicos en las tres ciudades. Sin embargo, podríamos adelantar algunos interrogantes, surgidos de trabajos anteriores de nuestro equipo en torno a los usos del tiempo libre (Camarotti, Di Leo y Kornblit, 2007). Paradójicamente, al indagar en torno a sus experiencias personales, muchos sujetos relativizan la imagen de que en el tiempo libre nocturno se liberan de obligaciones y rutinas, percibiendo que el ocio también está rutinizado. Para ser joven hay que tener un manejo de la noche y de los códigos que en la misma se requieren, entre los cuales el uso del alcohol ocupa un lugar central. En este sentido, por ejemplo, el espacio de la disco se presenta para muchos sujetos como impuesto, como un deber ser al cual les resulta muy difícil oponer resistencia.

**Bibliografía**

Baigorri Agoiz, A. J. y Chaves Carrillo, M. (2006) "Botellón: más que ruido, alcohol y drogas (La Sociología en su papel)". En *Anduli: revista andaluza de ciencias sociales*, Nº. 6, 2006 , pags. 159-173.

Camarotti, A. C.; Di Leo, P. F.; Kornblit A. L. (2007) "Ocio y tiempo libre en los jóvenes". En A. L. Kornblit (coord.), *Juventud y vida cotidiana.* Buenos Aires, Biblos.

Dubet, F. y Martuccelli, D. (2000) *¿En qué sociedad vivimos?* Buenos Aires: Losada.