

Representaciones Sociales del Consumo de Drogas en Jóvenes

Social Representations Young People have about Drugs

Mariane Krause Jacob, Marcela Cornejo, Jaime Castillo, Alvaro Soto,
Ricardo Calderón, Pedro Guerra, Patricia Guerrero y Michelle Mackenzie
Pontificia Universidad Católica de Chile

Se presentan los resultados de un estudio cualitativo que tuvo por objetivo estudiar las Representaciones Sociales asociadas a las drogas y al consumo de drogas en jóvenes. Para tal efecto se entrevistó a 141 personas, habitantes de la ciudad de Santiago de Chile, 121 jóvenes y 20 adultos, 56 hombres y 65 mujeres, de diferente nivel socioeconómico, consumidores y no consumidores de drogas. Las entrevistas transcritas fueron analizadas según los procedimientos de la "grounded theory" de Glaser y Strauss.

Los resultados del estudio abarcan diferentes tópicos, reconstruyéndose las Representaciones Sociales de los jóvenes sobre el contexto en el que ocurre el consumo de drogas, el acceso a las distintas drogas y el tráfico de éstas, los motivos y facilitadores para el consumo de drogas, los efectos de las principales drogas señaladas por los entrevistados, el cambio de drogas, las consecuencias producidas, la prevención y la detención del consumo y, las campañas, aspectos legales y acciones policiales en la prevención del consumo de drogas.

In this communication the results of a qualitative study about Social Representations young people have about drugs and drug use are shown. 141 inhabitants of Santiago de Chile were interviewed: 121 young people and 20 adults, 56 men and 65 women, of different social and economic status, both, drug users and not users. After textual transcription the interviews were analyzed with the procedures of "grounded theory" (Glaser & Strauss).

The results reconstruct Social Representations about different topics, such as: the context in which drug use occurs, the availability of drugs, the conditions and motivations that influence drug use, the effects of different drugs, the change from one drug to another, the consequences of drug use, and the representations about actions for control and prevention of drug use, including legal aspects and mass media.

En los últimos años, el consumo de drogas en jóvenes se ha transformado en un tema de gran relevancia e interés en nuestra sociedad. Diversos estudios epidemiológicos comprueban la creciente expansión del consumo de drogas en la juventud chilena. Así lo demuestra, entre otros, el estudio "Consumo de Alcohol, Tabaco y Drogas en Adolescentes de la Región Metropolitana" (UNICEF, Fundación Paz Ciudadana, MINSAL, MINEDUC, 1995) que pone en evidencia que el primer consumo de sustancias legales se da antes de los 13 años y el primer consumo de drogas ilegales antes de los 16 años.

Gran parte de las iniciativas emprendidas para comprender y enfrentar el fenómeno se han orien-

tado a la búsqueda de información respecto a las drogas y al consumo de drogas en jóvenes desde una visión externa, centrada predominantemente en la descripción del consumo y factores asociados.

La presente investigación se aproxima al estudio del consumo de drogas desde una perspectiva metodológica cualitativa, a fin de comprender el fenómeno del consumo de drogas a partir de los significados percibidos y atribuidos por jóvenes consumidores y no consumidores. A través de esta metodología se pretende acceder de manera más profunda y detallada a los significados que los distintos actores sociales han construido respecto del consumo de drogas en jóvenes, utilizando el marco de comprensión de los propios sujetos para la reconstrucción del fenómeno.

Para lograr acceder al significado asociado al consumo de drogas es de utilidad el concepto de *Representaciones Sociales*, introducido por Moscovici en 1961, el que se aplica en la actualidad en diferentes áreas de la Psicología y en otras disciplinas de las Ciencias Sociales. Este concepto se refiere a las imágenes y los modelos explicativos que un determinado grupo social posee respecto de algún fenómeno o contenido de su realidad (Moscovici, 1984).

Mariane Krause Jacob, Marcela Cornejo, Jaime Castillo, Alvaro Soto, Ricardo Calderón, Pedro Guerra, Patricia Guerrero y Michelle Mackenzie, Escuela de Psicología.

Los resultados presentados en este artículo corresponden a un estudio realizado por la Escuela de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, durante 1995 y 1996, con financiamiento del Instituto Nacional de la Juventud chileno. La correspondencia relativa a este artículo debe ser remitida a Mariane Krause, Escuela de Psicología, P. Universidad Católica de Chile, Vicuña Mackenna 4860, Macul, Santiago de Chile, e-mail: mkrause@puc.cl

En otras palabras, corresponde al saber de sentido común y a una forma de pensamiento social y práctico (Jodelet, 1984). La característica "social" de las representaciones no sólo alude a su origen grupal o a que estén referidas a objetos colectivos, sino a que se constituyen, además, en una realidad social. Las Representaciones Sociales permiten a las personas comprender o explicarse aspectos de su vida cotidiana que inciden en sus actitudes y conductas, por ejemplo, frente a las drogas y al consumo de drogas. Por ello este estudio las utiliza como "herramienta teórica" para acceder a los significados asociados a la droga y al consumo de drogas, dado su gran valor heurístico y sus posibilidades de aplicación y de acercamiento a la realidad desde una perspectiva subjetiva.

El objetivo general del estudio fue, entonces, reconstruir las Representaciones Sociales de los jóvenes acerca de las drogas y su consumo. Para tal efecto se buscó, específicamente, descubrir los significados acerca de distintos tipos y características de las drogas, las atribuciones causales acerca de los usos y prácticas sociales asociadas al consumo de drogas, las creencias acerca de las causas y consecuencias del consumo de drogas, la percepción acerca de la accesibilidad a los distintos tipos de drogas y sus redes de distribución, la percepción específica de los consumidores de drogas acerca de su propio consumo (causas, características y significado) y la percepción acerca de las campañas, aspectos legales y acciones policiales en la prevención del consumo de drogas.

Método

Tipo de Metodología

Para la reconstrucción de las Representaciones Sociales acerca del consumo de drogas se aplicaron los procedimientos metodológicos de la "grounded theory" (teoría con fundamento empírico) de Glaser y Strauss (Glaser & Strauss, 1967; Glaser, 1978; Strauss, 1987; Strauss & Corbin, 1990). Esta metodología se define por los autores como "un método inductivo para el desarrollo de modelos teóricos" (Strauss, 1987). Los procedimientos de este método incluyen pasos y reglas claramente estipulados referidos a la selección de la muestra, a la recolección de los datos y al análisis de los mismos, los que se desarrollan paralelamente y no en fases sucesivas.

Participantes

La muestra del presente estudio estuvo compuesta por 141 entrevistados. De éstos 121 eran jóvenes y 20 adultos. La proporción fue producto de la decisión de centrar el foco de atención en los jóvenes. En cuanto al sexo, la muestra estuvo compuesta por 60 hombres (56 jóvenes) y 81 mujeres (65 jóvenes). El rango etario fue de 14 a 25 años en los jóvenes y de 28 a 50 en

los adultos, concentrándose la mayoría de los jóvenes alrededor de los 17 años. Respecto del nivel socio-económico, 34 de los entrevistados pertenecían a un nivel socioeconómico (NSE) alto, 7 al NSE medio-alto, 28 a un NSE medio, 62 al NSE medio-bajo y 10 al NSE bajo. Finalmente, al agrupar a los jóvenes según su nivel de consumo se obtuvo a 46 no consumidores y a 75 consumidores. De estos últimos, 58 mostraban un nivel de consumo bajo a medio, 14 un consumo alto (aunque ellos mismos no se consideran adictos) y 3 estaban en rehabilitación por adicción.

Recolección de Datos

La recolección de datos se realizó a través de 24 entrevistas individuales en profundidad y 15 entrevistas grupales. Las entrevistas fueron de carácter semi-estructurado, es decir, a partir de una pauta de temas-eje se invitó a los entrevistados a referirse a distintos tópicos relacionados con el tema en cuestión, dirigiéndose y profundizándose la información cuando era necesario.

Análisis de Datos

El análisis de datos se realizó según los procedimientos de la "grounded theory". El primer paso fue la "codificación" de los datos obtenidos. Codificar significa extraer pasajes, conceptos o formulaciones "claves" que permiten articular analíticamente el material analizado. La codificación comprende tres etapas: codificación abierta, axial y selectiva. Los resultados se generan a través de un proceso de comparación permanente y se registran en forma verbal y gráfica, constituyendo trozos que se integran en unidades mayores en la medida que se desarrolla la investigación. Finalmente se obtiene un modelo descriptivo y relacional del objeto de estudio, en este caso de las Representaciones Sociales de los jóvenes acerca de las drogas y su consumo.

Resultados

A continuación se presentará una síntesis de los resultados más relevantes en cada una de las áreas temáticas abordadas por el presente estudio, las cuales en conjunto dan cuenta de las representaciones acerca de las drogas y del consumo de drogas en los jóvenes estudiados. Luego, se realizará un análisis transversal de los temas, a partir de siguientes ejes integradores tales como: diferencias entre percepción de consumidores y no-consumidores, influencia social en el fenómeno del consumo, diferencias percibidas para cada tipo de drogas, etc., entregando así las principales conclusiones de la presente investigación.

La siguiente figura sintetiza los distintos aspectos involucrados en las Representaciones Sociales acerca de las drogas y su consumo:

Los principales resultados en relación al CONTEXTO DEL CONSUMO DE DROGAS, se refieren a que los consumidores entrevistados consideran que el consumo de drogas se realiza en un contexto grupal, caracterizado fundamentalmente por la búsqueda de entretenimiento y el deseo de compartir. En este sentido, las situaciones habituales de consumo serían los "ca-

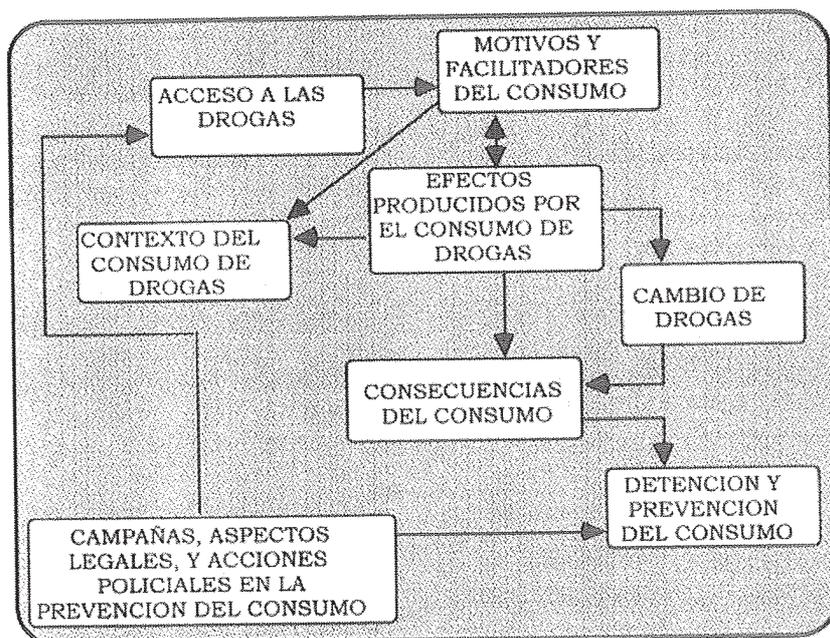


Figura 1. Aspectos Involucrados en Representaciones Sociales acerca de las Drogas y su Consumo

retes” y en general la instancia de estar con amigos conversando. Los entrevistados consideran que el consumo de drogas puede realizarse en cualquier tipo de lugar, importando solamente la evitación de denuncias o detenciones. Sin embargo, algunas veces se busca consumir drogas en lugares privados, intentando cuidar la imagen social (en el caso de adultos y mujeres), o buscando la seguridad para el consumo de drogas fuertes. En general, se percibe que a medida que aumenta el nivel de consumo (hacia la adicción) se pasaría desde un consumo exclusivamente grupal a un consumo de tipo individual.

En cuanto al ACCESO A LAS DROGAS, los resultados indican que en general los jóvenes perciben que éste es fácil, tanto para drogas legales como ilegales. Se descubrieron interesantes percepciones acerca de la distribución de drogas, su tráfico y de elementos facilitadores del acceso a las drogas. Entre estos últimos está la disponibilidad de dinero, la cercanía con el medio en el que se encuentran las drogas y la presencia de grupos de pares consumidores. En cuanto a la distribución de drogas, los jóvenes reconocen la existencia de lugares específicos de distribución y venta, así como variadas posibilidades de conseguir gratuitamente drogas ilegales. Se describen ritos, lugares y riesgos relacionados con la compra de drogas, constatándose que el ser acompañante de alguien que compra drogas, es muchas veces una puerta de entrada para iniciarse en el consumo. Finalmente, los jóvenes tienen una

representación de los factores que perpetúan el tráfico a lo largo del tiempo, los cuales serían el control policial ineficaz y la complicidad forzada del medio social inmediato.

Para analizar los MOTIVOS Y FACILITADORES DEL CONSUMO DE DROGAS, se diferenciaron tres niveles generales de consumo: el nivel inicial, el mantenido-habitual y el mantenido-adictivo. Los motivos y facilitadores mencionados en relación el inicio del consumo incluyen: la imitación, la búsqueda de aceptación de pares, el fortalecer la imagen social, la diversión, la búsqueda de sensaciones nuevas y la curiosidad. La mayoría de éstos se relaciona con características propias de la etapa de vida de los consumidores. También los principales facilitadores personales del inicio del consumo pueden ser considerados como propios de la edad juvenil: la rebeldía, la necesidad de experimentación y ciertas características asociadas a la “cultura juvenil”, como la orientación a “vivir el momento”. También se mencionan facilitadores familiares, principalmente los problemas con los padres, donde se incluye su despreocupación, la falta de comunicación y la falta de apoyo, entre otros. Asimismo, un importante facilitador del inicio del consumo de drogas es el grupo de pares, el cual ejerce su influencia a través de necesidades de pertenencia y de aceptación propias de la edad juvenil. En el plano macrosocial se definen como facilitadores del consumo la publicidad y los modelos televisivos, así

como también los problemas económicos (señalados, estos últimos, principalmente por entrevistados sin experiencia de consumo de niveles sociales medios y altos). Todos los entrevistados coinciden en la importancia del fácil acceso a las drogas como gran facilitador de esta fase.

Para la *mantención del consumo habitual* se señalan algunos motivos similares a los del inicio del consumo (búsqueda de aceptación social, atracción por lo prohibido, búsqueda de un espacio propio y la búsqueda de una relación grupal armónica), y se añaden otros (principalmente por entrevistados consumidores), como la búsqueda de un estado placentero, mejorar el desempeño (laboral, de estudios y psicosocial), la búsqueda de efectos y cambios en el estado subjetivo, atenuar efectos inmediatos o residuales de otras drogas y evadirse de la realidad. En cuanto a los facilitadores de la mantención, se señalan (por no consumidores y adictos en rehabilitación) la falta de sentido o motivación en la vida cotidiana y otros referidos a problemas psicológicos, tales como inseguridad o influenciabilidad. En cuanto a facilitadores familiares, se repiten algunos señalados para el inicio del consumo, como la sobreprotección, rigidez o despreocupación, exceso de permisividad, poca cercanía afectiva entre padres e hijos, falta de información de los padres sobre las drogas e historias familiares traumáticas o violentas. También aquí, el gran facilitador microsociales de la mantención del consumo es el grupo de pares de los jóvenes. Entre los facilitadores macrosociales están la situación socioeconómica desmejorada (mencionada sólo por algunos entrevistados), el fácil acceso a las drogas (mencionado por adultos y jóvenes), los modelos negativos en el mundo adulto, el manejo público ambiguo del problema (también señalado por ambos) y algunas características culturales de la sociedad actual, como son el problema valórico y el consumismo (señalados primordialmente por los adultos entrevistados).

Finalmente, para el *consumo adictivo* se describen precursores, como el deseo de aumentar los efectos de las drogas que se consumen y mantenedores, como la dependencia física y psicológica.

En cuanto a los principales resultados referidos a los EFECTOS DEL CONSUMO DE DROGAS, se diferenciaron las percepciones según los distintos tipos de drogas. En el caso de la *marihuana*, los resultados indican que sus efectos (referidos a estados placenteros y a "pensar cosas nuevas") se relacionan con las características particulares de los consumidores y el estado anímico en el cual consu-

me. Estos principales efectos de la marihuana incidirían en los consumidores en cuanto a posibilitar momentos de entretención. En cuanto a los efectos de la *pasta base* los consumidores señalan efectos de tipo psíquico placenteros (experimentación de sensaciones nuevas) y displacenteros (principalmente de tipo corporal). La *cocaína* se asocia a efectos placenteros de aumento de la atención y de energía que facilitan un mejor desempeño en situaciones sociales. En el caso del *zipeprol* se alude principalmente a un "volcamiento hacia si mismo". Las *anfetaminas* se relacionan con efectos psíquicos de bienestar y efectos conductuales de desinhibición de la conducta del habla y de mayor activación. Finalmente, en relación al *alcohol* predominan sensaciones inmediatas placenteras y sensaciones displacenteras posteriores, al día siguiente.

Los efectos se relacionan con el paso de una droga a otra, proceso tratado bajo el nombre de CAMBIO DE DROGAS. Se percibe que en todo cambio de drogas se parte con el consumo de una droga suave, como el alcohol y la marihuana (los cuales "abren puertas"), a partir del cual se pasa a un consumo exploratorio o experimental de otras drogas. A través de esta exploración se busca mantener los efectos de la droga suave, aumentarlos, experimentar efectos nuevos o contrarrestar otros efectos poco funcionales. Esto es facilitado por ciertas situaciones sociales (que permiten el acceso a nuevas drogas, pues se entra en contacto con otros jóvenes que ofrecen drogas "nuevas" e informan sobre ellas). Finalmente, se puede llegar a una etapa de consolidación o cambio definitivo en el consumo de drogas, para la cual existirían algunos inhibidores, principalmente el miedo a los efectos, las consecuencias y las formas de consumir nuevas drogas (por ejemplo el inyectarse, que genera temor), así como la falta de dinero para adquirirlas.

Con respecto a las CONSECUENCIAS DEL CONSUMO DE DROGAS, es decir, sus efectos de largo plazo, los jóvenes, aun cuando las consuman, las consideran fundamentalmente negativas, y las relacionan con problemas progresivos en el desempeño del estudio y trabajo, deterioro de la imagen social, conductas socialmente indeseables (destinadas principalmente a proveerse de drogas), conflictos y aislamiento progresivo de sus pares y de su familia. También se mencionan consecuencias psíquicas (problemas de concentración y memoria) y principalmente biológicas (daño neuronal, baja de peso, problemas respiratorios, cardiovasculares y gástricos). Además, los jóvenes asocian el consu-

mo de drogas prolongado con la adicción (fundamentalmente orgánica), definida por ellos como la incapacidad para medir y controlar el propio consumo. Sin embargo, específicamente en el caso de la marihuana existen opiniones contradictorias referidas a la adicción, desestimándose, en general, su grado de adictibilidad. Finalmente, cabe señalar que las valoraciones positivas o neutras frente a las consecuencias del consumo de drogas son sólo marginales en las percepciones de los consumidores entrevistados.

Se descubrieron interesantes representaciones referidas a LA DETENCIÓN Y LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS. En primer lugar, se analizaron las percepciones de distintos agentes involucrados en la detención del consumo. Frente al propio consumidor como agente exclusivo en la detención se aprecian contradicciones. En cambio, los amigos no consumidores son mencionados como importantes agentes para la prevención y en la detención del consumo, pese a su progresivo alejamiento (cuando son amigos no consumidores) de las vivencias del consumidor. Por otra parte, la familia del consumidor es vista principalmente como un agente de prevención, más que como un agente de detención. Varios entrevistados también se refieren positivamente a la acción preventiva de profesores, del colegio o de la educación en general. Sólo un entrevistado menciona a un profesional de la salud mental (psicólogo/a) en relación a la prevención de drogas, y los médicos son visualizados en un rol curativo y no preventivo. Finalmente, los jóvenes rehabilitados son percibidos como muy importantes para emprender acciones de detención del consumo en otros, por su vinculación directa con el tema.

En relación a los motivos que llevan a una persona a detener su consumo, éstos se relacionan con los temores a los efectos y consecuencias (principalmente a la dependencia). Sin embargo, también existen situaciones que impiden o inhiben la detención, tanto de tipo físico (síndrome de abstinencia), psicosocial (grupo de pertenencia, etiquetamiento social), como los referidos al contexto de consumo y el fácil acceso a las distintas drogas. Entre los facilitadores de la detención se señalan experiencias como el deporte, la religión, el trabajo o los estudios. Asimismo se resaltan experiencias vitales importantes como muertes, embarazo o pareja. Los consumidores plantean la importancia preventiva de la presencia de no consumidores en el ambiente cercano, pese a la dificultad de éstos para aislarse del

ambiente de consumo y tráfico de drogas. Por último, todas las personas entrevistadas perciben la importancia de “tocar fondo” como requisito para “modificar la voluntad” y decidir detener el consumo.

Finalmente, también se recogieron representaciones sobre CAMPAÑAS, ASPECTOS LEGALES Y ACCIONES POLICIALES REFERIDAS A LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS. Los jóvenes entrevistados evalúan negativamente las *campañas masivas*, en cuanto a su efectividad, sus destinatarios, sus costos y responsables (por la falta de cercanía que logran con los jóvenes y —en particular— los consumidores, la baja coherencia de los mensajes y las motivaciones económicas y políticas que conllevan). Aparecen críticas negativas al contenido de las campañas, por la insuficiencia de la información, su baja credibilidad —por las distorsiones y exageraciones del mensaje—, la priorización de la prevención por sobre la rehabilitación y la discriminación de los consumidores. Sólo algunos entrevistados (no consumidores) realizan evaluaciones positivas.

Respecto de las campañas se sugiere, principalmente, una mayor entrega de información sobre las drogas y sus efectos, así como el incentivo de actividades alternativas al consumo de drogas. Por su parte, los no consumidores sugieren informar sobre rehabilitación y posibilidades terapéuticas de detención del consumo. Otras recomendaciones tienden a destacar positivamente la participación de personas con experiencia de consumo, reconocida y asumida, como responsables y/o protagonistas de las campañas.

En cuanto a *campañas de prevención focalizadas*, éstas se ven principalmente vinculadas al sistema educativo formal. Se plantean críticas y sugerencias referidas a un mejoramiento de la información sobre el consumo de drogas, que facilite la comprensión del fenómeno e incentive la realización de actividades recreativas y culturales. Aquí también se sugiere la participación de personas que han detenido su consumo (incluso como responsables de las campañas). Se evalúa positivamente las medidas legales de control del acceso a drogas, y se argumenta en favor de la legalización de la marihuana, en especial los consumidores. Por último, los entrevistados también evaluaron las acciones de las fuerzas de orden y seguridad, siendo negativas la mayoría de las críticas, en especial respecto de la forma en que se ejerce la acción y en relación a “los excesos” en su ejecución. Las sugerencias plantea-

das se centran en la necesidad de combatir el tráfico más que el consumo.

Conclusiones

Al integrar estos hallazgos, surgen puntos de reflexión de interés. En primer lugar, en cuanto al *inicio del consumo de drogas*, es importante la diferente interpretación que de él hacen consumidores y no-consumidores. Pese a que todos señalan como principal motivo del inicio la imitación, desde la perspectiva de los no-consumidores el comienzo del consumo se explica también a partir de problemas individuales, familiares o sociales. En la representación de los consumidores, en cambio, el comienzo del consumo se relaciona con la búsqueda de entretención y la pertenencia al grupo de pares. En este sentido, la percepción de los no-consumidores acerca de los motivos del inicio del consumo tendría un carácter más retrospectivo que la de los consumidores, involucrando —en el primer caso— el establecimiento de relaciones causales con problemas individuales, familiares y sociales.

Otro aspecto relevante de análisis se refiere a las *variaciones en la importancia asignada a los efectos del consumo de las drogas*, en los distintos momentos del proceso de consumo. Así, el efecto de las drogas no parece ser un elemento esencial para iniciar el consumo (prima la imitación, fortalecer la imagen, etc.), pero su importancia aumenta progresivamente al aumentar el nivel de consumo. De hecho, los efectos son lo que se busca en el consumo mantenido y son el elemento central del que se depende en el consumo adictivo. Por otro lado, la búsqueda de efectos sería la razón fundamental para el cambio del consumo desde una droga suave a una de mayor efecto.

Una interesante línea de reflexión se refiere a la constante presencia de la *imagen social* del consumidor como elemento central para entender distintos aspectos relacionados con el consumo de drogas. La imagen social es importante tanto para el inicio del consumo de drogas, como en su mantención (se asocia una imagen positiva al consumo). En el consumo adictivo sigue siendo de importancia la imagen social, pero en el sentido inverso, vale decir, prima el intento por mantener la imagen externa de dominio de la situación de consumo, con la consiguiente tendencia al consumo individual (oculto). Por otra parte, la imagen social también es un factor importante para elegir ciertos tipos de drogas en determinadas situaciones (por ejemplo cocaína en algunas fiestas).

Existe, por parte de los consumidores, una *dife-*

renciación de las drogas que no es visible por parte de los no consumidores. Estos últimos sólo logran discriminar entre las drogas legales (alcohol y tabaco) y las drogas ilegales (“las drogas propiamente tales”). Por el contrario, la distinción entre drogas suaves o “naturales” y drogas fuertes o “duras” es habitual entre la mayoría de los consumidores entrevistados. Dentro de las primeras se encontrarían, en general, aquellas sustancias que “no son procesadas por el ser humano mediante métodos de transformaciones químicas”, como el caso de la marihuana o el peyote. A éstas se atribuyen menos consecuencias dañinas para quienes las consumen y menos adictibilidad. Por otro lado, las drogas “duras” se asocian a la intervención artificial del ser humano en su creación, junto con una mayor tendencia a causar daños y hacer adictos a quienes las consumen. Dentro de estas drogas se destaca a la cocaína, la pasta base de cocaína, los ácidos, los fármacos y el neoprén.

Mención especial merecen las *representaciones acerca de la marihuana*. Esta es percibida por los consumidores como algo cualitativamente distinto, como una droga “más normal”. La marihuana se consume preferentemente en un contexto grupal y sus efectos están fundamentalmente ligados con motivos sociales (entretención). En relación con la marihuana también se percibe la posibilidad del control del consumo, no así con las demás drogas. En función de algunas de estas características, muchos entrevistados estarían de acuerdo con la legalización de la marihuana. Sin embargo, la marihuana (al igual que el alcohol) es mediadora en el cambio hacia drogas más fuertes, aspecto también presente en sus representaciones.

Un aspecto que llama la atención en los resultados de esta investigación, se refiere a la visión generalizada de los entrevistados acerca del *carácter exclusivamente negativo de las consecuencias del consumo de drogas*, especialmente en el caso de drogas fuertes. Varios consumidores destacan las consecuencias negativas que produciría el consumo de drogas, y sólo algunos consumidores reportan ciertas consecuencias positivas que se originarían en su consumo. Esto explicaría algunas de las razones de los no-consumidores para no iniciar el consumo de drogas, así como las razones de los consumidores de drogas suaves para no cambiar el consumo de éstas por el de drogas más fuertes.

Estas percepciones coinciden con los hallazgos referidos a la detención del consumo e invitan a una reflexión: El principal motivo señalado para la de-

tención del consumo son sus consecuencias negativas. Dado que en general se perciben consecuencias negativas del consumo de drogas, sería entonces esperable que los consumidores detuvieran su consumo. Sin embargo, en la mayoría de los casos de consumo mantenido, esto parece no suceder en el corto plazo, por lo que se aprecia una importante contradicción entre las vivencias y los significados (propriadamente cognitivos) manejados por los consumidores de drogas. ¿Por qué los consumidores consideran que su propio consumo no es adictivo y que, por lo tanto, no les generará las consecuencias negativas que ellos mismos señalan?, ¿acaso no perciben las consecuencias para sí mismos?. En caso de percibir las, ¿porque no les motivan a la detención del consumo?

Una respuesta posible a estas interrogantes es que, contrapuestos el miedo a las consecuencias y la vivencia gratificante, prime la segunda, en especial porque —a diferencia de la primera— es inmediata. Además, a ella se suman los elementos sociales del consumo.

De la reflexión anterior se desprende que, para entender el fenómeno del consumo de drogas desde la perspectiva del consumidor, no sólo son relevantes los efectos y las consecuencias de la droga consumida, sino también los elementos relacionados con la situación social del consumo, como la pertenencia a un grupo o la mantención de una imagen social positiva.

Por otro lado, algunos entrevistados reportaron que el consumo de drogas generaría consecuencias ne-

gativas en la apariencia corporal de los consumidores, lo cual los haría distinguibles del resto de los jóvenes. Se genera así un estigma que estaría a la base del rechazo social por parte de mucha gente no consumidora. Esta discriminación favorecería la mantención del consumo, ya que al aumentar la distancia entre los no-consumidores y los consumidores, las características distintivas se transforman en un elemento configurador de la identidad de estos últimos. Esto alejaría aún más a los consumidores de las redes e iniciativas generadas para prevenir el consumo adictivo de drogas o de los programas de tratamiento de dicho consumo.

Referencias

- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley: Sociology Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine.
- Jodelet, D. (1984). Représentations Sociales: Phénomènes, concepts et théorie. En S. Moscovici, (Ed.), *Psychologie sociale* (pp. 357-379). Paris: Presse Universitaire Française.
- Moscovici, S. (1961). *La Psychoanalyse, son image et son public*. Paris: Presse Universitaire Française.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. En R. M., Farr & S. Moscovici, (Eds.), *Social representations*, (pp.3-69). Cambridge: Cambridge University Press.
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park - London - New Delhi: Sage.
- UNICEF, Fundación Paz Ciudadana, MINSAL, MINEDUC (1995). *Consumo de Alcohol, Tabaco y Drogas en Adolescentes de la Región Metropolitana*.

