

Representaciones sociales de los jóvenes de la ciudad de Medellín sobre el consumo de sustancias psicoactivas en relación con sus escenarios

Silvia E. Londoño Uribe*, Carlos D. Patiño Gaviria, Víctor H. Cano Bedoya y Francisco J. Arias Zapata
Universidad de San Buenaventura, Medellín

Resumen

Esta investigación busca comprender el proceso de construcción de las representaciones sociales sobre el consumo de psicoactivos en relación con los escenarios donde los jóvenes llevan a cabo su consumo, rescatando su experiencia intersubjetiva. El enfoque metodológico es interpretativo, corresponde al paradigma constructivista. Las estrategias de investigación utilizadas: observación participante, estudio cualitativo de casos y estudio documental y las técnicas empleadas: entrevistas abiertas, y a profundidad, observación etnográfica, y análisis documental. Para el muestreo, se identificaron jóvenes que participaran en ciertos escenarios (parques, conciertos y partys). En los hallazgos se aprecia que el conocimiento social en relación con el consumo de sustancias, se construye a partir de elementos como las actitudes, prejuicios, creencias, la propia experiencia frente al consumo como tal, entre otros, los cuales son centrales en la representación social de los contextos de consumo de sustancias psicoactivas. Estos indicadores, se revelan como los contenidos que definen un estatus de conocimientos sobre los escenarios donde los jóvenes llevan a cabo prácticas de consumo.

* Este estudio nace del proyecto investigativo: *Universidad y uso/abuso de drogas. Estudios locales, América Latina, 2004 - 2007*, por convenio entre la Federación Internacional de Universidades Católicas, y la Universidad de San Buenaventura, el cual es coordinado por el Centro de Investigación y Atención al Farmacodependiente, e involucra los intereses de dos grupos de investigación: Grupo Interdisciplinario de Estudios Psicosociales en Adicciones, y el Grupo de Estudios Clínicos y Sociales en Psicología, ambos pertenecientes a la Facultad de Psicología, Seccional de Medellín.

La correspondencia relativa a este artículo debe dirigirla a Silvia Elena Londoño Uribe, Facultad de Psicología, Universidad de San Buenaventura, Carrera 56 C Nro. 51 - 90 Centro. Correo electrónico: siglomaximo@yahoo.es

Palabras clave: Juventud, Drogas, Representaciones sociales, Contextos de consumo de sustancias, Escenarios juveniles, Prácticas.

Abstract

This investigation centers its attention in the understanding and the construction process or formation of the social representations on the scenarios where the youths carry out their psychoactive consumption, rescuing the intersubjective experience of the collaborators. The methodological approach is denominated interpretive, corresponding to the constructivist paradigm. In the strategies of the investigation, the participant observation, the qualitative study of cases and the documental study were kept in mind. The techniques used were open interviews and to depth, the ethnographical observation, and the documental analysis. As for the sampling, young people of both sexes were identified making emphasis in their participation in certain scenarios (parks, concerts and parties). In the findings it is appreciated that the social knowledge of youth is built starting from elements like information, attitudes, prejudices, stereotypes, beliefs, values and the own experience with the consumption itself, which appear as central in the social representation of the contexts of consumption of psychoactive substances among the youth interviewees. These indicators, due to their importance, are revealed as the contents that define in a coherent way a status of knowledge about the scenarios where youth carry out practices of consumption.

Keywords: Youth, Drugs, Social representations, Contexts of consumption of substances, Juvenile scenarios.

El conocimiento relativo al uso de sustancias psicoactivas tiene un conjunto de antecedentes bastante prolífico, derivado de la investigación realizada en diferentes disciplinas como la Medicina, la Psicología, la Sociología, la Antropología y otras. En uno u otro caso, la referencia al fenómeno incluye términos como drogadicción, farmacodependencia, adicción, toxicomanía y demás. Cada una de éstas porta su sentido de acuerdo con el marco conceptual de la disciplina que lo emplee. No obstante para el caso que nos ocupa, hemos de considerar que estos términos no son suficientes ni apropiados para referirnos a aquellos comportamientos en un marco de referencia diferente al de la perspectiva salubrista; por tanto, pensamos el asunto en términos de práctica de consumo de sustancias psicoactivas. En este orden de ideas, a la luz de la psicología social nos cuestionamos por los

contextos en los cuales esta práctica se realiza y, fundamentalmente, por las representaciones sociales construidas por los actores en dichos contextos. En la literatura revisada se han encontrado algunas investigaciones relacionadas con los lugares en que se desarrolla la práctica del consumo de sustancias psicoactivas, entendiendo como lugares, aquellos espacios simbolizados, dentro de los cuales se puede leer la identidad de quienes los ocupan, las relaciones y la historia que comparten (Climent & Aragón; 1995). Posteriormente, se hará una mirada teórica de lo que hemos definido como lugares o escenarios.

Camarotti y Kornblit (2005), en un estudio realizado en Buenos Aires, (Argentina) se han centrado en las prácticas relativas a la nocturnidad de los jóvenes que participan en la cultura del baile (raves y discos), incluyendo el consumo de sustancias psicoactivas, considerando que los lugares de diversión nocturna son espacios de sociabilidad entre los jóvenes, en los cuales no se da la discriminación entre clase social, sexo, etnia u orientación sexual. Si se desprestigia el espacio recreativo, probablemente se refuerce el vínculo positivo entre consumo de drogas y diversión (2005: 332).

En países como Colombia (Climent & Aragón; 1995), se indica que los jóvenes que consumen drogas, le dan un gran significado a los sitios de consumo, ya que hay un sentido compartido por medio de las prácticas generadas en estos. Se resalta además que los jóvenes resignifican ciertos sitios, dándoles un sentido diferente para lo que inicialmente fueron creadas y se constituyen para ellos en la oportunidad de vivir experiencias de mayor intensidad, riesgo y emoción.

Por otro lado, en Chile, Pérez Andrade (1997), ha encontrado que los contextos asociados con el consumo, están relacionados con la interacción grupal, en la que el sentido de pertenencia, la necesidad de identificación con el otro y el deseo de ganar una imagen favorable ante los amigos, son elementos fundamentales para legitimar el consumo. Esta investigación, al igual que la de Argentina y Colombia, da cuenta de los intereses de socialización que buscan los jóvenes al frecuentar ciertos escenarios relacionados con las prácticas de consumo de sustancias psicoactivas, dentro de los cuales, construyen sus propias representaciones.

Echeverría, Mettífogó y Sapiains (2004) en un estudio realizado en Chile, consideran que el uso de espacios públicos facilita la construcción de identidad, a la vez que otorga un sentido de pertenencia física, de *ser* de un lugar. Frente a esto se agrega que junto con el sentido de pertenencia, el espacio físico cumple con un sentido de representación (en términos de exhibición de las prácticas colectivas, de protagonismo o notoriedad

pública); y de actuación (asociado con el desarrollo de acciones orientadas a la búsqueda de los distintos objetivos del grupo) (Molina, 2000 cit. por Echeverría, Mettifogo & Sapiains 2004).

Continuando con esta misma línea de los espacios públicos, en un estudio realizado por Yepes (2005) se ha encontrado que en Medellín (Colombia), el Parque del Periodista, ha sido apropiado por los jóvenes en búsqueda de otras formas de interacción y de construcción de identidad relacionadas con las dinámicas cambiantes que presenta la ciudad. Este espacio es considerado como (...) *un territorio móvil con historias, memoria, pertenencias, tiempos, hábitos, ritos, prácticas sociales, intereses y estructuras. Es el sustrato espacial necesario en donde transcurre toda relación humana, dotado de significados socialmente comprensibles desde los códigos en los que se inscriben* (Yepes, 2005, p. 2) En este estudio se considera además, que las ciencias sociales deberían abrir la posibilidad de trascender en la funcionalidad de los espacios públicos y reconocerlos como territorios practicados por los jóvenes urbanos de la ciudad de Medellín (Yepes, 2005:53).

Es de notar igualmente, que otros estudios como los de Albertín (2000), Nuño (2004), Pérez, Castrillón y Cano (2001), Sierra, et al., (2005) mencionan que los escenarios o contextos de consumo tienen relación con las representaciones sociales de los jóvenes que asisten a ciertos lugares respecto al consumo de drogas. Igualmente se asume que los escenarios públicos o de consumo deben de jugar un papel importante a la hora de hacer prevención. Sin embargo, el conocimiento existente en relación con los escenarios de consumo y las representaciones sociales del consumo de sustancias, aún no está saturado o agotado. Por tal motivo, no se puede ignorar que la representación social acerca del consumo de sustancias psicoactivas, tiene una estrecha relación con los escenarios en los cuales se lleva a cabo la práctica de éste. Por tanto, la pregunta que surge es: *¿Cuáles son las representaciones sociales construidas por los jóvenes acerca del consumo de sustancias psicoactivas, y su relación con los escenarios donde llevan a cabo sus prácticas de consumo?*

Referente teórico

El consumo de sustancias psicoactivas: una mirada desde la Psicología social

A partir del desarrollo del capitalismo y el incremento de la producción y el consumo en las sociedades modernas, el consumo ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural (Slater, 1997, cit. por Bermúdez, 2001:8-9). También se plantea que el consumo en el capitalismo occidental de finales del siglo XX, puede verse

como un proceso social que implica símbolos y signos culturales y no como un simple proceso económico utilitario (Bocock, 1995).

Arias, Patiño y Cano, et al., (en prensa) encontraron que en algunos estudios (Granados & Munive, 2001), el consumo de psicoactivos no se limita a efectos psicológicos y orgánicos esperados, sino que también tienen relación con el vínculo identitario colectivo, con los círculos de ocio que se frecuentan (tipos de rumba, lugares de encuentro, etc.), la música que se escucha, las estéticas, y la corriente cultural particular en la que el sujeto se adscribe y que a su vez se recrea (Fouce, 2003).

Por lo tanto, se puede considerar que el concepto de consumo de sustancias psicoactivas rompe con el esquema médico tradicional, teniendo una perspectiva más amplia, en la cual intervienen una gama de factores sociales, psicológicos, culturales y emocionales, donde los mismos actores sociales son quienes le otorgan un sentido a esta práctica cultural como un proceso en el que ellos se apropian y hacen circular los objetos atendiendo a su valor simbólico, y a través de este valor interactúan, resignifican, asignan sentido a sus relaciones y construyen sus identidades y diferencias.

Echeverría, Mettifogo y Sapiains (2004) manifiestan que el consumo de sustancias psicoactivas se instala principalmente, desde el discurso oficial y en términos demográficos, en la población joven. Por tanto, la condición de juventud representa para la sociedad de consumo un depositario cultural a la cual va dirigido todo tipo de ofertas de consumo de productos, servicios, tecnologías, eventos o acciones que permiten modificar o ampliar el mundo de significados de quienes consumen.

Por tanto, en la generación de nuevas sensibilidades, modas y estilos de vida, valoraciones y conflictos, hoy los jóvenes operan y actúan con complejos ámbitos imaginarios, sostenidos a partir de la apropiación de bienes simbólicos, signos, sueños y mercancías visuales que circulan sobre todo en los medios de comunicación y que son la materia prima para las adscripciones identitarias, la afirmación y la diferenciación social (Carbino, 2002). Uno de esos bienes puede corresponder al consumo de sustancias que alteran la conciencia.

Conocer esta etapa y comprender las características que reviste la *condición juvenil* en la vida cotidiana, se traduce en un acercamiento a las necesidades y expectativas de los jóvenes a partir de su realidad, lo cual contribuiría al surgimiento y la creación de puntos de encuentro intergeneracionales (Pessoa M., 1999). Desde la Psicología social el consumo de sustancias psicoactivas constituye un objeto social que adopta significados diversos a lo largo de la historia, y en la sociedad actual, convergen diversos aspectos

morales, judiciales y de salud, que transforman y ven al consumidor desde una perspectiva poco favorable como actor partícipe de una sociedad, (delincuente, enfermo, entre otros). Este discurso, amplificado por los medios de comunicación, se impone como verdad sobre la sociedad, imposibilitando la emergencia de discursos alternativos, como podrían ser las representaciones sociales que tienen los jóvenes consumidores de las sustancias psicoactivas y aún más, de los escenarios donde llevan a cabo prácticas de consumo (Echeverría, Mettifogo & Sapiains, 2004:1).

El espacio urbano y los jóvenes: una apropiación cultural

La antropología clásica, centrada en sociedades tradicionales, aborda los escenarios en estrecha vinculación con el mito. El mito ofrece una explicación del mundo, un ordenamiento, ubica al ser humano en él y le brinda la posibilidad de trascender. En el mito, el espacio social es dotado de significado y, por lo tanto, lo son también las prácticas que se desarrollan en dicho espacio. Esto no es otra cosa que decir que el espacio practicado, social, económica y simbólicamente se transforma en territorio, en tanto en él se establecen relaciones, se usufructúa económicamente, se significa; es decir, es apropiado por los seres humanos (Montoya, 2004).

Lo anterior se puede relacionar con lo que plantea Bohigas (1985 cit. por Valera, 2007) pues este autor considera que la cualidad esencial del espacio físico, desde el punto de vista urbanístico, es precisamente, su permanencia, y no tan sólo permanencia física, sino sobre todo, permanencia en el ámbito de significado, de contenido simbólico. Esta característica del espacio físico puede ser extrapolable a cualquier otro espacio que, lejos de recordar a un personaje o a un hecho histórico, tenga la capacidad de aglutinar elementos de identificación para determinados grupos sociales.

En este sentido, puede considerarse como simbólico un espacio determinado sobre el cual un actor social o grupo ha depositado una determinada carga de significaciones, emociones o afectos, como consecuencia de su bagaje cultural-ideológico, de su pasado ambiental y de las interacciones que en ese espacio mantiene con los otros actores o grupos sociales. Ya que se considera que todo espacio construido es, por encima de cualquier otra consideración, un producto social, un espacio será simbólicamente más potente, no necesariamente cuantos más sujetos compartan unos mismos significados, emociones o afectos referidos a ese espacio, sino cuanto más claramente estén definidos estos significados, emociones o afectos por el grupo social en relación con ese espacio.

De acuerdo con lo planteado hasta el momento, se puede evidenciar que, leer los escenarios o lugares donde se llevan a cabo prácticas de consumo de sustancias psicoactivas, permite dimensionar parte de la esfera pragmática en las representaciones sociales. Por tanto, se considera pertinente indagar acerca de la representación social que tienen los jóvenes sobre de los escenarios de consumo, ya que los jóvenes se manifiestan de manera particular a partir del reconocimiento, de una ubicación en el mundo y la sociedad, permitiendo la creación de espacios y relaciones que incorporan en sus vidas cotidianas, inventando lenguajes, códigos, usos del espacio, asignando otros sentidos a las interacciones colectivas, otros contenidos en sus creaciones artísticas, otros mensajes, otras representaciones sociales de los escenarios que frecuentan.

En relación con los espacios urbanos y cómo estos se van recreando y reinventando por lo jóvenes, es del caso citar a Castiblanco (2005):

Los jóvenes viven sus vidas estrechamente ligadas con el mundo de la música y las nuevas tecnologías, relación que influye en las formas de ser, de pensar, de posicionarse frente a sí mismos y al mundo así como a las maneras de manifestarse frente al orden u órdenes dominantes en la sociedad. La vida juvenil como objeto de conocimiento ha sido indagada sobre las diversas formas de ser joven: en especial de las diversas prácticas sociales, y lo más importante, ser joven desde la posibilidad de definirse a sí mismo (p. 255).

Las representaciones sociales

Las representaciones sociales, según Moscovici (1979, cit. por Araya, 2005, p. 27) son (...) *una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos*. Cada sujeto en su devenir en la historia y en sus ideologías, va construyendo cierto conocimiento sobre determinadas realidades, el cual se verá reflejado en sus actitudes y comportamientos.

Según Jodelet (1984, citado por Araya, 2002)

(...) las representaciones sociales son la manera en que los sujetos sociales, aprehenden los acontecimientos de la vida diaria, las características del medio ambiente y las informaciones que en él circulan. En pocas palabras es el conocimiento *espontáneo* e ingenuo, que habitualmente se denomina conocimiento del sentido común o bien pensamiento natural por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras

experiencias, de las informaciones, los conocimientos y los modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social, de tal manera que éste es socialmente elaborado y compartido con otros (p. 27).

Las representaciones sociales que los jóvenes elaboran de los escenarios de consumo, no son de ninguna manera de carácter individual. La información que proviene de ese mundo real es percibida a través de códigos, valores e ideologías que se asocian a posiciones sociales específicas. Las representaciones siempre son representaciones sociales compartidas por aquellos actores sociales que ocupan posiciones semejantes dentro de la estructura social (Pérez, 2004 cit. Por Araya).

Según Farr (1986, cit. por Araya, 2002) la representación social no implica sólo construir, sino también reconstruir una realidad, donde el sujeto constantemente está en una relación de intercambio de información y distribución colectiva de conocimientos que va generando identidades, normas y valores. Para que las informaciones y opiniones cobraran sentido de conocimiento, debió darse una transformación de los datos, producida por la comparación, por las conexiones y por las conversaciones entre los sujetos que frecuentan ciertos escenarios de consumo (Davenport & Prusak 1999, cit. por Carrión, 2001).

Banchs, (1986 cit. por Araya, 2002:28) plantea que las representaciones son la forma de conocimiento del sentido común propio de las sociedades modernas bombardeadas constantemente de información por los medios de comunicación de masas, hallando diversidad de opiniones, creencias, comportamientos y valores, los cuales están regidos por normas sociales del contexto al que pertenecen. De tal manera, contribuyen con la comprensión de significados, tanto verbales como no verbales (símbolos, signos) y las formas de interpretación que los individuos utilizan a la hora de abordar su realidad inmediata.

Cuando se habla del sentido que se le otorga a los escenarios de consumo, se hace necesario pasar por un proceso de interpretación (cómo se interpreta), por lo que los jóvenes creen acerca de estos (qué se cree). Pero para poder conferirle un sentido a un objeto social (escenario), debe haber una organización y jerarquización de las actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores que están presentes en el momento de la construcción de la representación social del objeto.

Es por ello que al hablar del campo de representación, se hace alusión concretamente al tipo de organización que adoptan los elementos del contenido de las representaciones sociales, es decir, dicho campo constituye

el conjunto de las actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores en una misma representación social (Araya, 2002:41).

Es de tener en cuenta que los elementos que constituyen el campo de la representación tienen un carácter constructivo e interactivo entre sí, lo que hace la representación como tal es darles una estructura y ser proceso a la vez (Jodelet, 2002, Banchs, 1996, 2000).

Diseño metodológico

El enfoque metodológico es denominado interpretativo, correspondiente a la perspectiva constructivista. En este estudio, las representaciones sociales se conciben dentro de un marco histórico, político, social y económico y con un enfoque procesual (Banchs, 2000), según el cual los sujetos elaboran sus conocimientos sociales, sobre la base de prácticas cotidianas y significados sociales. Además, la investigación se centró en la realidad local de unos jóvenes que asisten a varios escenarios urbanos y acuden a diversos eventos y allí elaboran, comparten y/o construyen sus representaciones sociales. El diseño general de la investigación es de carácter cualitativo. El método seguido es una mezcla entre la hermenéutica y la teoría fundada, la primera como una actitud que mantiene el investigador durante todo el estudio para encontrar sentidos subjetivos y la teoría fundada como una herramienta que se utiliza para proceder en el análisis de los datos.

Las estrategias de investigación fueron: la observación participante, el estudio cualitativo de casos (para el efecto, constituidos por agentes/sujetos de trayectoria no sólo en el uso de psicoactivos, sino también en la participación que llevan a cabo en diferentes escenarios de concurrencia juvenil de la ciudad) y el estudio documental. Las unidades de análisis se definen alrededor de las declaraciones que son objeto de interpretación, y las unidades de estudio que permiten direccionar el proceso de conceptualización, recolección e interpretación de la información, han sido los conocimientos compartidos acerca del consumo de psicoactivos, en relación con los escenarios frecuentados para el consumo.

En cuanto a las técnicas para la producción de la información (González Rey, 2000), se consideraron las entrevistas abiertas y a profundidad, la observación etnográfica y el análisis documental. Para el muestreo, se identificaron jóvenes de ambos sexos que sirvieran de porteros (Taylor & Bogdan, 1990), con los que fue posible, inicialmente familiarizarnos con la realidad juvenil a estudiar y luego, obtener la confianza y participación de los colaboradores con edades comprendidas entre los 15 y los 29 años de edad, haciendo énfasis en que participaran en ciertos escenarios (parques,

conciertos y partys). El muestreo fue intencional, basándose en criterios como los expuestos.

El plan de recolección de información que se siguió incluyó observaciones de campo con su respectivo diario, el cual sirvió para familiarizarnos y discutir sobre los aspectos a considerar de la cultura juvenil y del consumo de psicoactivos en los escenarios referidos. Posteriormente se contactaron los porteros, los cuales nos *conectaron* con los colaboradores idóneos, con experticia en la historia, uso y conocimiento de los escenarios y prácticas de los actores sociales. Para la realización del trabajo de campo, en lo que respecta a observaciones y entrevistas, se definieron algunas guías, las cuales contienen diversos ítems concernientes a los elementos a tener en cuenta a la hora de ir al campo, de acuerdo con los objetivos del proyecto. La información obtenida en las entrevistas y en el trabajo de campo, se confrontó con las guías. Luego esta información fue transcrita y sistematizada, para con ella poder construir diversas categorías y conocimientos. En el transcurso del estudio se conservaron los criterios éticos básicos de reserva del nombre de los jóvenes que participaron, lo cual estuvo respaldado por el consentimiento informado.

En relación con las categorías emergentes, surgieron unas de primer orden que aún eran bastante fieles a los testimonios dados por los participantes en el estudio. Estos testimonios se fueron agrupando por la proximidad de lo expresado en la narración del entrevistado.

Posteriormente, emergieron unas categorías de segundo orden, las cuales estaban separadas un poco de lo dicho por los colaboradores y para esto se hizo un ejercicio de *volver* de nuevo a la teoría, y se realizaron lecturas que ayudaran a comprender aún más lo aportado en los testimonios. Se fue entonces de lo particular, a unas tendencias generales. Se partió de un buen número de fragmentos de testimonios, y se hizo un ejercicio de concentrar la mirada en un aspecto peculiar como son los contextos.

Hallazgos

Los contextos vividos, los contextos representados

Los jóvenes consumidores de sustancias psicoactivas, dan cuenta en sus relatos, del contenido de las representaciones sociales que han construido acerca de los diferentes contextos donde comparten sus prácticas de consumo. Se alude a construcción en la medida que dichas representaciones resultan, de un lado, de sus experiencias socialmente mediadas y de otro, de los procesos colectivos de creación como son sus conversaciones cotidianas.

Para hablar en términos de contextos de consumo, se hace necesario hacer referencia a que estos pueden variar. Un contexto se define en función de las interacciones situadas, pero también en relación con una serie de acontecimientos *externos* que configuran un marco social y político dentro y con respecto al cual, las situaciones adquieren un determinado carácter, esto es, pueden ser entendidas (Chaiklin & Lave, 2001). Los contextos no sólo existen objetivamente, vale decir se rigen por sus propias condiciones de producción, sino que también son percibidos, es lo que Lewin & Morton (1984) llaman, percepción de campo. De allí que los actores sociales, en este caso los jóvenes consumidores, construyen por diferentes medios, conocimientos o percepciones situados en relación con los contextos que habitan, bien sea históricos, económico-políticos o inmediatos (escenarios).

***El contexto socio-histórico:
¿desde cuándo somos consumidores?***

Los conocimientos compartidos sobre el contexto histórico del que forman parte y que reconocen como propio, proceden del conocimiento popular, o mejor, de las informaciones que circulan *sin referencia bibliográfica*, pero que se acostumbra transmitir en los eventos conversacionales. En relación con el contexto histórico, el sujeto juvenil ubica al consumo de sustancias psicoactivas como procedente de *un origen indígena*, según el cual, en las comunidades precolombinas se realizaban ciertos *rituales*, como *algo de la vida cotidiana*. *Porque si vamos a ver el desarrollo histórico, nosotros venimos de los indios, los indios tienen sus prácticas, rituales a través de la Pachamama, la tierra, la tierra les ofrece sus hierbas, la coca que es milenaria, el opio...* (Colaborador 9).

Por tanto, se reconoce por parte de algunos jóvenes, la existencia de un fondo cultural que se comunica a través del tiempo y que, como dato histórico, culmina asimilado psicossocialmente (relacional y contextualmente) como producto de la relación directa con los medios de comunicación, de la lectura de textos y, además, de la transmisión escolar. Para algunos de los jóvenes, este fondo cultural está cargado de creencias y valores en relación con los conocimientos sobre los rituales que los indígenas realizaban, lo cual ha conllevado, según ellos, a que representen socialmente que el consumo demande un ritual. *Ellos desde tiempos inmemorables en sus rituales los utilizaban, cierto, hace parte del ritual, de la vida cotidiana.* (Colaborador 9).

No obstante el sentido de seguir un ritual se mantiene toda vez que hay una cierta creencia de que el consumo de psicoactivos debe poseerlo,

así se replanteen las prácticas rituales y el sentido de éstas. Dicho ritual se expresaría en términos de los pasos para su consecución y para la preparación del objeto/mercancía que se consume, transfiriéndole a éste una carga emocional para justificar su uso, puesto que ello lo haría especial.

¿Qué hace el rito?, el rito hace más especial el consumo. Yo le hacía un rito al sacol, es una construcción personal. ¿Por qué?, porque es diferente, cuando me voy a acampar, y digamos llevo la marihuanita, nos sentamos al frente de la fogata, y usted prenda la fogata, ponga a calentar un cafecito, un chocolatico y ármelo, le da a uno por jugar con las sombras, eso es una cosa única, es ese ritual. También he visto personas que cuando lo van a armar, qué alegría, vea este man cómo le queda, porque hay diferentes formas (Colaborador 11).

Esto nos hace decir que los jóvenes acuden al sentido de la tradición y la historia como posible legitimadora de sus prácticas de consumo, pero a la vez como estrategia de acercamiento entre sí. En relación con el contexto ritual y el origen primigenio del consumo de sustancias, diversos autores escriben sobre esto (Escohotado, 2000, 2005, Pérez, 1998). Escohotado (2005), escribe sobre el significado del ritual indígena inca, nos dice: *En el Perú de los Incas, las hojas de la coca eran un símbolo del Inca, reservado exclusivamente a la corte, que podía otorgarse como premio al siervo digno por alguna razón* (Escohotado, 1995, p. 22 - 23). De aquí entonces una práctica discursiva correspondiente con la representación compartida de valor lícito del uso de sustancias: *si ellos lo hicieron, qué tiene que nosotros lo hagamos y a nuestra manera*, a pesar, de que sea consciente o no de que es otro contexto diferente y tiene un significado diferente.

El contexto internacional: ¿por qué persiguen la droga?

Lo expuesto es la manifestación del contenido de una representación social acerca del carácter histórico del consumo de estas sustancias. No obstante, entre los jóvenes también circulan contenidos de las representaciones sociales relacionadas con el contexto contemporáneo y en especial, con el valor estratégico que tiene el *mundo de las drogas* en el entorno sociopolítico. Existen creencias atributivas en relación con el poder de *las drogas* que está más allá del cuerpo humano. Según los jóvenes:

Porque, es que las drogas es lo que mueve al mundo, o sea la plata se mueve es con las drogas y petróleo, no hay otra cosa que mueva al mundo, la plata se obtiene es de las drogas y el petróleo, si, del petróleo, de ningún otro lado (Colaborador 9).

Esta lectura de contexto y como tal, la representación que allí subyace, la de un poder oculto que decide el curso de la historia, armoniza la imagen con la cual se refieren a los gobiernos latinoamericanos y su lucha contra las drogas, poniendo en sospecha y crítica sus intenciones. De allí que las explicaciones no se hacen esperar, para referirse a los factores que contribuyen a la persecución de los narcotraficantes:

(...) en el caso de EEUU, tiene una guerra contra las drogas, porque a él no le conviene que el alcohol se baje, porque el alcohol es lo que más está posicionado y ellos perderían recursos... y en el cuento de la marihuana, pues simplemente nuestros gobiernos aquí, tercermundistas, necesitan tener un control sobre ellos, porque como se mueve tanto dinero y ellos son narcotraficantes, capos, entonces ellos necesitan que esa platica esté bien canalizada, si la marihuana se legalizara se perdería control económico sobre él, y entonces, ese dinero que está ahí ya se regaría, entonces, todos sus poderíos se acabarían y a ellos no les favorece las maquinarias que están montadas (Colaborador 9).

En este sentido, la percepción juvenil sobre el comercio de las drogas y los efectos que tiene sobre los gobiernos el tráfico de éstas, supone un vínculo directo y causal: quien maneja la droga, *controla* y maneja la política, y quien maneja la política, *controla* y maneja la droga. Estos argumentos tienen un referente imaginario en la geopolítica de las drogas. Sobre la dimensión económica y política y su relación con el consumo de psicoactivos, escriben autores varios como lo son Escotado (2000, 2005), Del Olmo (1999) y Touzé (2006). Esta última plantea que entre todos los discursos en torno a las drogas, existe uno diferente al de los jóvenes, que ve a la droga como enemigo, y al traficante como narcoterrorista. Esta perspectiva caracteriza al tráfico como una resultante de la interacción de diversos factores (económicos, sociales y políticos) considerándolos cuestión de Estado en cuanto constituyen un problema de seguridad para éste. En esta dirección hay que agregar, que los países de América Latina, bajo la égida del gobierno norteamericano, dice acometer la tarea histórica de *luchar contra las drogas y los carteles de éstas*. (Touzé, 2006, p. 38).

Lo que resulta de esta confrontación de perspectivas es la idea que sostenemos, de que un componente de las representaciones sociales vendría a ser la actitud, que muestra una condición de resistencia al discurso oficial de las drogas. Este marco de referencia juvenil, pone en evidencia una función fundamental derivada de las representaciones sociales: además de soportar creencias acerca de las voluntades de otros y de interpretar los significados sociales del juego política-drogas, también amparan posturas cuestionadoras sobre quienes dicen ser los guardianes de la moral y por

ende de la salud, los mismos que proclaman el daño que producen las sustancias y quienes previenen a padres de familia y a jóvenes, acerca de su uso, satanizando las drogas.

El contexto social: la carga de los prejuicios

Las representaciones sociales que se generan en toda sociedad y mediante las cuales se organizan las relaciones sociales y las condiciones de existencia de los individuos y grupos, originan y organizan las percepciones que se tienen de las personas y que cristalizan en actitudes, valores, prejuicios y prácticas sociales. Esta construcción es un proceso de conocimiento que contribuye a las formas de acción social, a la asignación/reasignación de roles y a la conformación de las identidades sociales (Rubio Arribas: 2005) por vía heterorreferencial, es decir, creando categorías identitarias que en muchas ocasiones están ligadas a estereotipos.

El prejuicio sería, en este marco explicativo, una resultante de la comparación categorial entre el adentro y el afuera del grupo social de referencia y, de forma concomitante, la opción descriptiva que un grupo adopta para poder dar cuenta de su lugar social desde un lugar exterior al referido. No obstante los prejuicios no son *cualidades individuales*, entiéndase, *portados* por individuos. Los prejuicios (además de los estereotipos), lo son en tanto que reflejan una cultura y reúnen en torno a sí a comunidades, a la vez que tienen la fuerza de generar acciones. Por más que el prejuicio se encarne en un sujeto, éste sólo se entiende como tal en la relación social y no en el aislamiento de éste (Molina, 2005).

El contexto que habitan los jóvenes, pervive atravesado por los prejuicios. Estos no sólo se encarnan en los cuerpos y las relaciones, también son advertidos para los actores juveniles en los espacios que ocupan. La imagen satanizada de las drogas se convierte, por efecto de mecanismos de conocimiento social, en prejuicios que son detectados por los jóvenes, desde su condición de consumidores de psicoactivos, entre los enemigos del uso de estos. La tendencia a establecerse relaciones (en las investigaciones sociales) entre el consumo de drogas y otros fenómenos como la violencia o diferentes modos de delincuencia y el que se personalicen estos entre los jóvenes, va teniendo efecto sobre la existencia de prejuicios sociales. Los jóvenes, en sus relatos, dan cuenta de la valorización socio-moral que se ha construido del consumidor: *Simplemente, que cuando las sociedades se van desarrollando, ya les van metiendo prejuicios, uno porque tiene que establecer control sobre este tipo de materiales* (Colaborador 9).

De aquí que muchos jóvenes perciben que se va asociando al consumidor con la imagen de un delincuente; mientras que se definen como personas

común y corrientes, con nuevas experiencias. Uno de los jóvenes expresa: *Ustedes miran que la consumen y siguen siendo personas común y corriente y simplemente con una experiencia más, es super curioso, las personas que conozco y consumen droga dicen eso, exactamente las mismas cosas inmediatamente* (Colaborador 9).

Estas creencias y atribuciones de los jóvenes consumidores, se pueden confrontar con lo que Touzé señala:

(...) como resultado de la definición del problema como delito o como enfermedad, muchos usos de drogas constituyen estigmas. Las representaciones sociales predominantes señalan al usuario de drogas ilegales como peligroso y violento, asociado con un patrón único de uso de drogas y con escasos vínculos sociales e institucionales (2006, p. 29).

Aún así, lo que cuenta para efectos de este análisis, es la percepción social construida por los jóvenes acerca de la estigmatización o autorepresentación de *víctimas*, la conciencia de la representación social que se tiene de ellos y la que ellos tienen de ese complejo amorfo llamado *sociedad*. Es decir, las heterorepresentaciones que los jóvenes han construido a partir de las diversas representaciones sociales que circundan en la sociedad. *Es mezquino, vil, la sociedad cómo trata de conceptuar ciertas cosas contra la droga y no son así.* (Colaborador 9).

El contexto que habitamos: imágenes compartidas sobre los territorios de consumo

Compartimos el concepto de Sierra et.al., (2005: 349), según el cual los contenidos de las representaciones sociales que tienen los jóvenes, en relación con el consumo de sustancias psicoactivas (SPA), constituyen tendencias específicas de comportamiento, es decir, que

(...) están enmarcadas dentro de ámbitos concretos de interacción social, los cuales reproducen esas representaciones, asignándole sentido social a tales comportamientos, y orientando la conducta de los miembros del grupo, hacia la aceptación o el rechazo de las conductas asociadas a esta práctica... (Álvarez, 1996, citado por Sierra et.al, 2005, p. 349)

Tales comportamientos, se enmarcan en espacios construidos también por dichas representaciones. Si entendemos la importancia del espacio en las manifestaciones humanas como el escenario donde se expresan o generan

comportamientos humanos, de acuerdo con los cambios continuos que el espacio en su interior va enfrentando, podremos entender el espacio como elemento donde interactúan las percepciones de diferentes actores sociales (Castellanos, 2003).

Estas percepciones no se agotan en sí mismas, es decir, adquieren un carácter social y por ende se traducen en significados. En razón de ello, Valera y Pol (1994) afirman que a través de la acción-transformación o de la identificación simbólica, el espacio se convierte en lugar, es decir, se vuelve significativo. De esta forma el individuo se apropia del espacio transformándolo física o simbólicamente y, al mismo tiempo, incorpora a su *self* determinadas cogniciones configurando eventualmente representaciones sociales, afectos, o actitudes relacionadas con el mismo, que resultan parte fundamental de su propia definición como sujeto, de su identidad del *self*. Esto en última instancia es producto de las relaciones de los actores/agentes con el espacio social.

Desde el punto de vista de Valera (2007:49), la clave en el análisis de estas relaciones es la consideración de los aspectos subjetivos que se encuentran implicados en los entornos, considerando que un entorno socio-físico está compuesto por rasgos materiales y simbólicos (Stokols & Shumaker, 1981, cit. por Valera, 2007: 49). Los últimos se configuran por el conjunto de significados socioculturales asociados con un espacio y que devienen en una articulación de los individuos y los grupos con un lugar particular.

Los significados devienen del campo social percibido. Éste, no estaría ajeno a las representaciones sociales construidas sobre ciertos escenarios sociales. Stokols y Shumaker (1981) los define así:

El campo social percibido de un lugar se define como la totalidad de significados funcionales, motivacionales y evaluativos comunicados por un entorno físico a los ocupantes del lugar. Esta matriz de significados es esencialmente un conjunto de imágenes colectivamente compartidas que se desarrollan como resultado de la interacción directa o indirecta con un lugar particular (p. 447, citado or Valera, 2007).

Una cuestión queda por esclarecer: lo que se nombra como espacio social o lugar, adquiere, para efectos del consumo juvenil de sustancias, el carácter de contexto, es decir, es el mundo social en el que se efectúan sus prácticas sociales, y al que se encuentran también ligados creencias, expectativas, imágenes entre otros. Unos lugares son identificados en este análisis sólo como contextos geográficos (parques, plazas, calles, fincas de recreo) y otros como contextos de diversión (fiestas, rumbas, discotecas, party's).

Para los jóvenes, los diversos contextos elegidos para su encuentro y coparticipación, se constituyen a la vez como facilitadores del consumo de sustancias psicoactivas, ya que en éstos obtienen diversas ofertas de mercancías (sustancias). El consumo de sustancias, que incluye la adquisición, la escogencia del escenario específico (territorialización), la preparación y la distribución del acto entre los partícipes, además del vínculo estructural del espacio geográfico con la ciudad, funcionan como soportes de una práctica que respalda las representaciones construidas. El escenario es construido por las representaciones gestadas. *Pero usted viera cómo la gente corre para poder adquirir de eso, eso es así vea* (con las dos manos hace gesto de bastante). *Deme diez, deme cinco, deme dos, deme uno, y en un momentico desocupan esa bomba* (Colaborador 10, refiriéndose al paseo del Río).

Hay dealers conocidos pues, o sea hay quien es el que vende... pues yo la verdad no estoy muy entendido que todos son del mismo negocio, deben de vender si hay un mismo expendio y son varios vendedores, entonces uno lo ve pasar y pide 'oe dame tal' hasta gritan 'ey dame un bareto'. (Colaborador 12, refiriéndose al parque El Periodista).

La información social que los jóvenes elaboran sobre el escenario por la percepción de la oferta de mercancía, se puede traducir en términos de ventajas y desventajas para la práctica de consumo y para la de ocupación y participación en el lugar. Es decir, el contexto relacional también les ofrece variedad de sustancias, por ende, resulta más benéfico asistir a estos escenarios, ya que tendrán la posibilidad de elegir la sustancia a consumir, tanto por sus preferencias, como por el valor monetario de ésta. Por otro lado, los sujetos consumidores también perciben cuando la oferta de mercancías se reduce en los escenarios, y lo atribuyen a la dinámica del mercado de drogas en la ciudad.

--E: ¿El acceso a conseguir la droga es fácil, los precios son asequibles?
 --J: Si, claro que también depende como vaya la dinámica de la ciudad en cuanto a eso, es que este espacio no sé, no es un espacio como un domo aparte de la ciudad donde se ven cosas que en la ciudad no se ven, o sea todo lo del exterior afecta la dinámica de acá, entonces si escasea la marihuana por decir algo en la ciudad, acá también escasea porque suben los precios. (Colaborador 11).

Las informaciones acerca de las ventajas de los espacios, por ende, están en relación con las actitudes favorables hacia estos. De allí que las prácticas de consumo en los mismos, derivan de las representaciones construidas gracias al contacto directo con las situaciones experimentadas.

Así mismo, la información sobre la oferta de sustancias en algunos escenarios, es una fuente a partir de la cual los jóvenes asumen actitudes positivas o negativas ante el consumo de algunas sustancias. Pero de otro lado la imagen social compartida sobre ciertos contextos urbanos depende de lo que se diga y lo que suceda en ellos. Eso no es desconocido por los jóvenes. El sujeto reconoce que se identifica socialmente un espacio como el parque del Periodista, asociado con una sustancia: la marihuana:

Porque el Parque del Periodista está catalogado como el Parche de la marihuana, yo no sabía eso, y de pronto, yo no sabía que había un festival de la marihuana, que había un evento, yo llegaba y ¡huy, qué humero!, y era un festival de la marihuana, la marihuana está ahí. Luego entra el perico, los derivados de la coca... ¿Entonces si el consumo lleva al Parque, o al Parque hacia el consumo?, qué pasa, yo digo que sí y que no. Digo que sí, porque si quiero fumar marihuana y me quiero pegar una traba yo me voy para el Periodista, pues eso lo hacía cuando era muy instintivo (Colaborador 4).

Entonces, los sujetos jóvenes se pueden formar una serie de imágenes de los escenarios de acuerdo también con sus motivaciones e intereses (Farr, 1984 cit. por Araya), construyendo de esta forma sistemas de categorías sociales (Tajfel, 1984) entre ellos. Esto es claro entre algunos jóvenes quienes además de ser consumidores, tienen sus valoraciones ante los escenarios, según el estigma que porten sus asistentes. Como ejemplo de ello, algunos lugares como Las Torres de Bomboná y el parque de San Ignacio, son percibidos como lugares frecuentados por valijas, gamines, hippies y por tanto, prefieren asistir a otros, que no tengan esta connotación: *Como dicen muchos marihuaneros: 'yo no me voy a fumar allá, qué bandera, eso lleno de valijas, que no se qué', y no van al Periodista* (Colaborador 4).

Las Torres de Bomboná, nunca me gustaron porque es un parche hippie, ponen música protesta, música romántica, salsa, entonces los chuzos que hay ahí, primero el chorro, el trago es barato, es rebarato... En algún momento el parque de San Ignacio lo fue, pero eso vive muy chirretiado, eso lleno de gamines, entonces ¡que perezal! ¡Qué perezal! (Colaborador 12).

De acuerdo con lo expresado por estos jóvenes, se evidencia la presencia de unos prejuicios sociales, es decir, hay una predisposición o actitud negativa hacia estos lugares, por tanto no hay una identidad de lugar con respecto a éstos, ya que no van alineados con sus intereses. Parece ser que la asistencia a ciertos espacios se convierte para los jóvenes en un criterio

de diferenciación, en elemento de una representación social que construye prácticas discriminatorias entre consumidores.

En las representaciones sociales, la focalización con respecto a la información es señalada en términos de implicación o atractivo social de acuerdo con los intereses particulares de la persona inscrita en los grupos de pertenencia (Banchs, 1998 cit. Por Araya). Los jóvenes consideran que la perspectiva que se tiene de los contextos de consumo no es igual para todos los consumidores, a pesar de que muchos de ellos tienden a centrarse en el uso de la misma sustancia psicoactiva (marihuana por ejemplo). Esta construcción puede establecerse en ese intercambio de significados subjetivos que se produce en la interacción cotidiana entre los jóvenes. Aunque se antepaga uso de un mismo objeto (marihuana) no comparten los mismos contextos geográficos, ya que han construido o tienen valoraciones, intereses y creencias diferentes ante ellos. Como dicen muchos marihuaneros: *Yo no me voy a fumar allá, qué bandera, eso lleno de valijas, que no se qué, y no van al Periodista* (Colaborador 4).

Para otros jóvenes, estos y otros contextos geográficos son percibidos como escenarios de libertad y tolerancia, porque, según sus creencias y percepciones construidas en común, nadie juzga a nadie, lo que les genera un sentimiento de seguridad y pueden hacer lo que quieren, ya que el contexto les ofrece y les permite todo tipo de preferencias (sexuales, sustancias psicoactivas y música), por tanto, hay una identificación con todo lo que le ofrece el contexto. Como se ha venido diciendo, la construcción de una representación social del espacio, es simultáneamente la construcción de una realidad vivida y por ende de unas prácticas que se hacen luego discurso. Sobre el Parque del Periodista, el colaborador 9 dice: *Ya se generó como una zona de distinción, una zona de tolerancia, donde allí se permite ese tipo de prácticas y el desarrollo histórico ha hecho que asumamos ese espacio, ese lugar ideal, donde nos podemos sentir seguros.*

¿Por qué? yo creo que sí, el único lugar de Medellín, que es más parecido a un cosmopolita, es el Parque del Periodista, porque vos allá vas, haces lo que te da la gana, como te da la gana, a la hora que te da la gana, no porque no haya policía (Colaborador 12).

Estos testimonios se pueden también entender a partir de lo que Yépes (2005) dice

La Plazoleta del Periodista es uno de los tantos espacios públicos de la ciudad de Medellín que han sido apropiados por jóvenes en busca de otras formas de interacción y de construcción de identidad relacionadas con las dinámicas cambiantes que presenta el entorno

urbanista, tiene un elemento básico que se propone para pensar un espacio como territorio y es la heterogeneidad que se define como la construcción desde diversos sujetos, actores y procesos (p. 2).

Es en la interacción social situada, como por medio de símbolos y sistemas de mensajes, que los jóvenes dejan liberar su imaginación y construyen sus representaciones sociales, y, como se sabe, el objetivo de la comunicación es compartir esas representaciones, intercambiar pensamientos y opiniones. (Moscovici, 1981 cit. por Araya).

La interacción social por lo tanto, contribuye con que los jóvenes le otorguen a estos escenarios, igualmente el significado de sitios o lugares de encuentro con otros actores sociales, de esta forma los jóvenes le apuestan a las relaciones comunitarias. En este sentido cabe señalar que los espacios de encuentro fungen como condición espacial para darle solidez a un sentido de comunidad que se constituye entre quienes se reconocen en torno al consumo de psicoactivas, aunque no sea la única actividad que los congregate. De hecho, esta actividad no es más que una entre otras, como divertirse, conversar y formar vínculos, bien sea de carácter afectivo o con consumidores de otras sustancias. Lo cierto es que son escenarios que significan algo para los jóvenes.

La imagen que se tiene de La Villa de Aburrá, es, por ejemplo, la de un espacio seguro, adecuado para estar y compartir, con cuidados para el consumo:

Digamos... de lo que te he mencionado, yo, en mi concepto pienso definitivamente que el aire es el más sano, La Villa si es para compartir más trago, inclusive uno se puede llevar a una niña a echarle los perros y no hay como mucho problema, primero que todo porque hay celadores de la Unidad y entonces no permiten muchas cosas y segundo porque no hay expendedores de drogas y entonces listo, está bien (Colaborador 12, caracterizando la Villa del Aburrá).

El Parque del Periodista ofrece otra imagen particular, pero en el fondo asociada al encuentro, la tolerancia y a compartir, aunque el consumo de SPA es tolerable y hasta diverso, al punto que se forman grupos, cada uno haciendo uso de una sustancia particular. Hacer comunidad en torno al consumo, valida la concurrencia.

Vos estabas ahí y te fumas el bareto, y si eso te incomoda, normal, porque he estado con círculos que no fuman marihuana ni nada, porque sólo toman, y el uno está aquí el otro allá, pero en el mismo

círculo, por eso digo que el consumo depende del contexto, y entran a ser dinámicos (Colaborador 11, refiriéndose al Parque del Periodista).

Yo estaba ahí fumando marihuana, y me quería dar un lance, entonces yo dejaba mi bareto ahí, y me iba donde se estaban dando el lance, uno decía que se iba a dar un lance, y todo bien, uno se iba para donde los otros, yo los llamo círculos dinámicos, que en sí se conectan (Colaborador 11, refiriéndose al Parque del Periodista).

Según Cueva et al., (2004, citado por Echevarría, Mettifogo & Sapiains, 2004)

(...) el carrete está asociado a la forma particular en que los jóvenes se relacionan en el plano de lo festivo con una edad específica. Constituye un espacio lúdico, de códigos no coercitivos que surgen de la experiencia misma del encuentro, más que de regulaciones preexistentes o construcciones discursivas explícitas acerca del sentido del encontrarse (p. 73-74).

De esta manera, desde el marco de referencia del consumidor, es decir según las representaciones sociales construidas, el escenario ha de tener ciertas cualidades: facilitar el consumo, la integración de diversos actores sociales, y la dinámica social del consumo (compartir). Berger y Luckmann (cit. por Araya, 2002), plantean que la realidad de la vida cotidiana se presenta como un mundo intersubjetivo, un mundo que se comparte con otros. En realidad, no se puede existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarse continuamente con otros.

El party y la diversión juvenil: otro contexto de participación y representación

En los últimos años, la diversión nocturna se ha convertido en un fenómeno colectivo del que participan muchos jóvenes y algunos adultos. La diversidad que los lugares de salidas nocturnas ofrecen, lleva a una clara distinción entre los diferentes grupos que frecuentan estos lugares. En cada uno de ellos, los jóvenes desarrollan sus propias estrategias de acción y de consumo, lo que les permite compartir con el resto del grupo una ética y una estética, a la vez que les otorga una identidad diferenciada con el resto de los otros grupos (Camarotti & Kornblit, 2005:1).

El tiempo de ocio para los jóvenes, es su tiempo, en el que marcan sus horarios fuera del control de los adultos. El espacio lúdico nocturno es

de dominio regular de los jóvenes, siendo en el que se identifican con sus colegas, con sus iguales. La industria que se crea alrededor de la diversión juvenil es poderosa: incluye música, locales y drogas (Añaños, 2006), así como oportunidades para diferenciar los consumos y los espacios de diversión, encuentro y participación. Uno de estos espacios lo constituyen los eventos de rumba, localizados en algunas ocasiones en un mismo lugar, convirtiéndose en objeto de visita regular (por ser referenciados en forma permanente), en otras, responde a coyunturas del mercado de los espectáculos y se denominan, con cierta regularidad partys.

Los partys, son percibidos por los jóvenes consumidores de sustancias psicoactivas, como espacios sociales a los que concurren diferentes intereses convergentes, pero en todos los casos ligados al consumo: música, baile, drogas. A ello se suma otro objetivo: integrarse en redes de amistad y sentido, pues el gusto por determinadas cosas en común, es pretexto suficiente para convocar los encuentros. Ante este tipo de eventos, asumen una actitud positiva, ya que el contexto party como tal, les ofrece la oportunidad de una visibilización social, en términos de una identidad, ya que tienen el mismo ideal: *la música*, se reconocen como consumidores y, pueden verse y ser vistos por otros (vestuario, atuendos): *Es un lugar de encuentro de jóvenes, de gente que tiene el mismo ideal que es la música, y de sollarse momentos... Igual son eventos donde mucha gente va y lo ven a uno...* (Colaborador 3).

Pues los contactos hay miles (amigos) sí, o sea de hecho cuando siempre van haber rumbas electrónicas acá en Medellín o vas a una discoteca vos siempre empezás conociendo un grupo de personas con el cual empiezas a relacionarte siempre que, o sea, cada vez que vas a una fiesta o estés en la discoteca o en el bar o en cualquier parte ¿si me entiende?, entonces ya uno empieza a conocer a las personas y les empieza a preguntar dónde puedo conseguir esto o a quien le puedo vender esto y ya uno empieza a conocer a las personas y siempre que tú vayas a una rumba electrónica, vas a ver siempre a la misma gente que te puede vende (Colaborador 1).

Con motivo de la satisfacción que les produce el ambiente de la rumba y lo que logran en ella en términos de la armonía y la integración social, para estos jóvenes las diferencias sociales son borrosas. Por lo tanto, la representación social construida es que este tipo de eventos, no obstante ser costosos, las personas se las arreglan para acudir y disfrutan de la rumba. Ahora bien, a pesar de que no todos consumen la misma sustancia los jóvenes han construido la creencia en que dentro, en el evento, no se discrimina. Algunos jóvenes argumentan, con respecto al costo de la boleta y estratos sociales que la compran, que *No hay de verdad ninguna discriminación, asisten todos los estratos, todo el mundo la pasa bien en esa fiesta* (Colaborador 3).

Cuando nos acercamos al mundo de las culturas juveniles, encontramos elementos sobresalientes como la estética y la música, entre otros. Si centramos nuestra mirada, en la música ofrecida en las rumbas electrónicas, nos damos cuenta que está relacionada con el consumo de ciertas sustancias, como el éxtasis. El éxtasis ha encontrado un ambiente propicio para ser consumido en los *after party*, los cuales hacen parte de un movimiento cultural juvenil que nació en Europa en la década de los 80 con manifestaciones como las fiestas *Acid House*, los *Free Festivals*, los *Raves* y el Movimiento Okupa (Sáiz, González, Paredes, Delgado, López, Martínez, et. al., 2001; Fouce, 2003).

Los espacios de la rumba, se desarrollan y se delimitan a partir de elementos que son propios y que colaboran en caracterizar el evento. Según los jóvenes, el evento *after party* es denominado desde un leguaje contextualizado como *rumba, fiesta, toque, party* teniendo en cuenta que *party*, viene del concepto *after party* que significa *después de la fiesta*; en la actualidad, consideran que a este tipo de eventos se le denomina *party*, porque se acerca más a la fiesta como tal y no a lo que pueda darse después de ésta. *Si, los jóvenes actualmente utilizan esa palabra para referirse a estas fiestas como party, que vamos a la fiesta, a la rumba, al toque... eso se utiliza más actualmente, es más o menos eso...* (Colaborador 3).

El *party*, es representado socialmente por algunos jóvenes como la rumba electrónica, donde no pueden faltar las pepas (*el éxtasis*), porque existe la creencia de que éste es *el motorcito de la rumba*.

O sea nos referimos más que todo al éxtasis, porque es como el motorcito que mueve la rumba, ya que a otro tipo de gente le guste consumir ácidos u otro tipo de droga ya aparte, es eso pues, pero por ejemplo a nosotros, más que todo es el éxtasis y ya, eso es como lo más primordial y a mí y toda la parte global, hablando ya a nivel general, a casi todo mundo le gusta más este tipo de droga, el éxtasis (Colaborador 2).

Los jóvenes le otorgan así un valor significativo al éxtasis para poder asistir a un evento como este. El consumo les permite a los jóvenes cumplir con los parámetros de este tipo de eventos, *el no stop*. El éxtasis se convierte en un elemento funcional en la rumba, por tanto, para los jóvenes, este tipo de eventos no debería ser entendido como transgresión sino como parte de un comportamiento social como cualquier otro (Camarotti & Kornblit, 2005). Algunos jóvenes consideran que para cambiar la percepción negativa que muchas personas tienen de este tipo de rumbas, primero tienen que vivir el evento como tal, es decir, para estos jóvenes debe haber un aprendizaje a partir de la propia experiencia.

... Vea parece, hasta que no vivan, lo que se vive en una rumba electrónica, ustedes no van a saber qué es eso. Vea yo conozco 10 mil personas, mucha gente que yo he llevado a esas rumbas... Sáquelas de allá, son felices, o sea, si la gente supiera ese tipo de rumba cómo es (Colaborador 5).

El evento after party, ha ido construyéndose por ellos a través de sucesivas citas y por sus experiencias e intercambios de información, permitiéndoles tener una apropiación no sólo del concepto, sino de lo que se conoce como *la escena*, generándose a partir de allí una identidad en relación tanto al lenguaje, como a sus atuendos, a la música y al consumo, como prácticas principales del evento. En cuanto al intercambio, se puede decir que éste se produce principalmente a través de la conversación y es posible en el grado en que los sujetos poseen en común unos conocimientos, unos deseos y unas actitudes. Para Cuenca (1999:10), esto se denomina comunicación y se da al poner en común esos conocimientos; es compartir con otras personas unas mismas formas lingüísticas y simbólicas con el fin de llegar a una comprensión común. *Donde empezaron a llegar estas fiestas electrónicas y traer dijéis y a hacerse más popular, actualmente ya no se dice tanto after party, sino más bien, party.* (Colaborador 3).

Es importante recordar que la inserción social o ubicación de las personas en una estructura social, no solo intervienen para la exposición selectiva de distintos contenidos conversacionales, sino que también influye sobre el tipo de experiencia que se establece con relación al fenómeno u objeto de la representación. Esta representación varía según las distintas ubicaciones sociales, ya que condiciona la relación con el objeto, así como la naturaleza del conocimiento que se alcanza sobre él. (Araya, 2002).

Ese conocimiento se alcanza a construir a partir de elementos como, las informaciones, actitudes, estereotipos, creencias, valores y la propia experiencia frente al consumo como tal, los cuales aparecen como centrales en la representación social del consumo de sustancias psicoactivas entre los jóvenes entrevistados. Estos indicadores, por su importancia, se revelan como los contenidos que definen de forma coherente un estatus de conocimientos sobre los escenarios donde los jóvenes llevan a cabo prácticas de consumo.

Por tanto, no existe una única representación social acerca de los escenarios donde se llevan a cabo prácticas de consumo de sustancias psicoactivas. En principio podemos plantear dos grandes tipos, según las personas sean valoradas como consumidoras o no, y además, que dentro de estos mismos grupos, existen diversos énfasis y diferencias.

Conclusiones

Lo primero que habría que señalar es que los llamados conocimientos o representaciones del consumo de sustancias psicoactivas, se constituyen como una especie de metacategoría, y dentro de ésta se encuentran categorías como son los escenarios de consumo, los consumidores y las sustancias, y en relación estrecha con esto, se va construyendo, se va constituyendo, lo que la teoría de las representaciones define como el fondo cultural acumulado. Este transcurre y se sucede desde la historia, entendida en términos sociales, políticos y económicos en relación con la metacategoría y con sus categorías.

Esta historia porta conocimientos de un origen primitivo y ancestral del consumo de psicoactivos, una visión ritualizada de la práctica de consumo, y que la sustancia y su consumo entra a formar parte del juego de poder y dominación entre los diversos países y pueblos. Estos conocimientos entran en relación con el consumo y también con los escenarios donde este sucede.

Estableciendo una conexión entre el conocimiento de lo primitivo, el consumo y los escenarios, podría pensarse que en los escenarios se da una especie de recreación y de actualización de los usos ancestrales de las sustancias, que ya no necesariamente giran alrededor de la *pacha mama*, o la naturaleza, aunque algo de esto se escucha en los relatos y se lee en los estudios que han abordado el consumo del yagé en los contextos urbanos (Vélez & Pérez, 2004; Téllez, 2005).

Este planteamiento lleva a complejizar el concepto o la forma de entender el consumo de psicoactivos más allá de la ingesta o del ingreso de una sustancia química a un organismo. Si bien es cierto que se da ese ingreso, no es solamente la sustancia física en sí la que es consumida, se puede establecer una relación con una historia, símbolos, significados, sentidos, conocimientos que se construyen en relación con la misma.

Por otra parte, los escenarios de consumo se construyen históricamente, pero esta construcción no está terminada o es definitiva, es un asunto que sucede, o en palabras del profesor Tenorio Ambrossi (2002)

Nada está dicho, todo está diciéndose. Y aquí radica la gran diferencia entre una perspectiva que trate de entender lo que acontece con la droga y sus usuarios en la actualidad para construir nuevos saberes y verdades y otra que parte de los saberes y verdades establecidas como textos más o menos canónicos (p. 35).

En la teoría de las representaciones sociales se plantea que en la construcción de las representaciones sociales surge el núcleo figurativo, entendido éste como la parte más densa de la representación y que se constituye en una especie de figura icónica (Abric, 1993; Rodríguez, 2002). Faltando aún por seguir estudiando y sin haber agotado el tema, y con base en el análisis y la discusión de los testimonios, emergen las figuras del consumo primitivo, la fonda y la plaza antioqueña como elementos nucleares de las representaciones de las sustancias y su consumo en relación con los contextos.

Referencias

- Abella E. y Pinzón, L. (1998). *Representaciones sociales del proceso salud enfermedad oral en poblaciones urbano-marginales y su relación con los discursos y las prácticas institucionales*. En: *Federación Odontológica Colombiana*, N° 194. Disponible en: <http://encolombia.com/foc2.1.htm>. Extraída julio 2007.
- Abric, J.C. (1993) Central System, Peripheral System: Their Functions and Roles in the Dynamics of Social Representations. En: *Papers on Social Representations*, Vol. 2 Núm. 2, p.p 75-78. Disponible en: http://www.psr.jku.at/PSR1993/2_1993Abric.pdf
- Albertín Carbó, P. (2000). *Un estudio etnográfico sobre usuarios/as de heroína: conocimiento psicosocial y práctica reflexiva*. Vol. 1. Tesis doctoral, Departamento de Psicología de la Salud, Universidad Autónoma de Barcelona.
Disponible en: http://www.tesisexnarxa.net/TESIS_UdG/AVAILABLE/TDX-0309105-093359//tpac.pdf.
- Arias, F. Patiño, C. Y Cano, V. (2005 - 2007). *Representaciones sociales y prácticas de consumo de psicoactivos como conformadoras de identidades sociales entre jóvenes de 15 a 29 años de la ciudad de Medellín*. Proyecto Universidad y uso/abuso de drogas estudios Locales. Universidad de San Buenaventura. Facultad de Psicología. Centro de investigación y atención al farmacodependiente- CIAF (en prensa).
- Añaños Bdrriñana, F. (2006). *Escenarios de la identidad cultural de los jóvenes españoles: Análisis desde la educación social*. En: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. XII No. 024. Universidad de Colima México. P. 71-100. Disponible en: <http://redalre.vaemex.mx>. Extraída septiembre 2007.
- Araya Umaña, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. En: *Cuaderno de Ciencias Sociales*, N°127. Disponible en: <http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127.pdf>.
- Banchs, M. A. (2000) *Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales*. En: *Papers on social representations: Textes sur les représentations sociales*. Vol.9, pág. 3.01-3.15.
Disponible en: http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf.
- Banchs, M.A. (1996) *El papel de la emoción en la construcción de las representaciones sociales: invitación para una reflexión teórica*. En: *Papers on social representations: Textes sur les représentations sociales*. Vol.5, N° 2, 113 – 125.
Disponible en: http://www.psr.jku.at/PSR1996/5_1996Banch.pdf.
- Bermúdez, E. (2001). *Consumo cultural y representación de identidades juveniles*. Universidad del Zulia, Facultad de ciencias económicas y sociales. Centro de estudios sociológicos y antropológicos. Maracaibo, Venezuela. Disponible en: <http://www-personal.umich.edu/~mmarten/svs/jornadas/Bermzdez.pdf>
- Bocock, R. (1995). *El consumo*. Madrid: Talasa. Disponible en: <http://www.personal.us.es/vmanzano/demomento/bocock.pdf>.
- Camarotti, A. Y C; Kornblit, A. L. (2005). *Representaciones Sociales y Prácticas de Consumo del Éxtasis*. En: *Convergencia*, Vol. 12 N° 038. Universidad de Buenos Aires-CONICET.
Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/105/10503812.pdf>.
- Carbino, M. (Septiembre, 2002). *Valores, nuevas sensibilidades y biopolítica juvenil*. En: ARCA, Casa de la Cultura de Cuenca, N° 1. Disponible en: http://www.flacso.org.ec/docs/mc_artvalores.pdf.
- Carrión, J. (2001). *Diferencia entre dato, información y conocimiento. Gestión del conocimiento*.
Disponible en: http://www.gestiondelconocimiento.com/conceptos_diferenciaentredato.htm. Extraída julio 2007.

- Castellanos, G. (2003). *Espacio: manifestación y respuesta del ser del hombre*. Universidad de la Salle. Arkinotas, No. 10.
 Disponible en: http://www.lasalle.edu.co/~audiovis/textos_on_line/arkinotas/arkinotas_10.pdf.
- Castiblanco, G. (2005). *Rap y prácticas de resistencia: una forma de ser joven. Reflexiones preliminares a partir de la interacción con algunas agrupaciones bogotanas*. Tabula Rasa. 3, 253-270.
 Disponible en: http://www.unicolmayor.edu.co/investigaciones/numero_tres/castiblanco.pdf.
- Cuenca Molina, Á. (1999). *Ética de la comunicación*. En: *Anales de Documentación*, N° 2. p. 9-19.
 Disponible en: <http://www.um.es/fccd/anales/ad02/AD01-1999.PDF>
- Chaiklin, S. Y Lave, J. (2001) *Estudiar las prácticas: perspectivas sobre actividad y contexto*. Amorrortu: Buenos Aires.
- Climent, C Y De Aragón, L. (1995). *Uso de Bazuco en un Barrio de Cali. El informativo Idóneo*. Revista Médica, versión On Line. Cali. Disponible En: <http://colombiamedica.univalle.edu.co/index.html>. 1995. Extraído agosto 2007.
- Del Olmo, R. (1999) *Geopolítica de las drogas*. En: *Revista Análisis*, Grupo Internacional de Investigación en Toxicomanía de la Federación Internacional de Universidades Católicas GRITO - FIUC Vol. 2, N° 1. pp. 56-67.
- Echeverría N., A. Mettifogo, D. Y Sapiains; R. (2004). *Representaciones sociales de las drogas de jóvenes urbano popular en proceso de rehabilitación en comunidad terapéutica*. Memoria para optar al Título de Psicólogo. Santiago. Disponible en: http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2004/echeverria_a/sources/echeverria_a.pdf
- Escohotado, A. (2000) *Conjeturas y experiencias*. En: *Revista Cañamo*, Edición especial.
- Escohotado, A. (2005) *Aprendiendo de las drogas: usos, abusos, prejuicios y desafíos*. Anagrama: Barcelona.
- Fouce Fernández, J.G. (2003) *Música y drogodependencias: análisis de algunos tópicos sobre drogas encontrados en la música*. En: *Adicciones*, Vol. 15, pp. 229-242
- Franco, J. (2007). *Problemas del Consumo*. Adicciones. Universidad de Chile. Disponible en: <http://www.med.uchile.cl/apuntes/archivos/2007/medicina/Adicciones.pdf><http://www.personal.us.es/vmanzano/demomento/bocock.pdf>.
- González Rey, F. L. (2000) *Investigación cualitativa en Psicología: rumbos y desafíos*. International Thompson Editores: México.
- Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. En: Moscovici, S. *Psicología Social II*. Paidós: Barcelona.
- Lewin, D. & Morton, R. (1984). *Teorías en Psicología social*. Paidós: México.
- Kunz, A. (2005). *Percepción social de la administración de justicia*. Documento de Trabajo N° 132, Universidad de Belgrano. Disponible en: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/132_kunz.pdf.
- Molina, N. (2005). *De la cognición al discurso. Aproximación a la Psicología crítica*. En: Poiesis. Revista electrónica de Psicología social. FUNLAM. Número 10, diciembre de 2005.
- Montmollin, G. (comp.) *El cambio de actitud*. En: *Psicología social I*. (pp.117-173). Paidós: Barcelona.
- Montoya, Y. (2003). *Rituales y construcción de identidad*. En: Montoya, Yolanda (Coordinadora), *ritual e identidad*. Simposio realizado en X Congreso de Antropología en Colombia, Medellín, Colombia. Disponible en: <http://iner.udea.edu.co/grupos/gr-rituales-eventos-des-terri-presentacion.htm>. Extraída septiembre 2007.
- Mora, M. (2002) *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Athenea Digital, N° 2. Disponible en: <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf>.

- Moscovici, S. (1984). *Psicología social II*. Barcelona: Páidos.
- Myers, D. J. (2005). *Psicología Social*, 8ª edición, McGRAW-Hill, México.
- Ñuño Gutierrez, B. L. (2004) *Modelos de toma de decisiones con los que intentan resolver el consumo de drogas ilegales adolescentes consumidores y sus padres que acuden a tratamiento a CIJ en Guadalajara*. Tesis doctoral, Programa de Maestría y Doctorado en Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible En: <http://www.tallersur.com/adolec/TesisMaestriaNuno.doc>
- Ospina, G. (2004). *MAMA COCA- foros derechos y penalización. La percepción de lo ilícito en la investigación social*. Disponible en: http://www.mamacoca.org/foro%20legal/foro_derechos_ospina_percepcion_ilicito.htm. Extraída el 14 de septiembre de 2007.
- Pérez Gómez, A. (1988) *Historia de la drogadicción en Colombia*. Tercer Mundo Editores: Bogotá.
- Pérez Jaramillo, E. S., Castrilón Laverde, A. y Cano Lopéz, E. Z. (2001) *Representaciones sociales sobre el consumidor y el consumo de sustancias psicoactivas en Medellín*. Corporación Surgir. Disponible en: <http://www.castalia.org.uy/docs/libros/PrevProcesosColect/7SURGIR.pdf>
- Perez, P. (1997). *Los jóvenes secundarios de la Comuna de Nuñoa: un estudio de sus representaciones sociales sobre el consumo de drogas*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/invdrog/invdrog.shtml>. Extraída agosto 2007.
- Pessoa, X. (1999). *Juventud y Vida Cotidiana. Movimiento Nacional de Juventudes*. Área de Desarrollo Juvenil. Disponible en: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/doc/not/libro204/libro204.pdf>.
- Rodríguez, O. (2003). *Documento: entrevista realizada a Denise Jodelet*. En: *Relaciones*. Licenciatura en Psicología, Universidad Autónoma Metropolitana. Vol. 24, N° 93. Disponible En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/137/13709306.pdf>.
- Rubio A., F.J. (2005). *El prejuicio y el lenguaje como factores de discriminación en la discapacidad*. En: *Nomadás - Revista Crítica De Ciencias Sociales y Jurídicas*. 11-2005/1 | Universidad Complutense de Madrid | ISSN 1578-6730. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/nomadas/11/jrarribas.htm>. Consultado, Septiembre de 2007.
- Sáiz Martínez, P.A.; González García-Portilla, M.P.; Paredes Ojanguren, B.; Delgado González, J.M.; López Rodríguez, J.L.; Martínez Barrondo, S., et. al. (2001) *Consumo de MDMA (éxtasis) en estudiantes de secundaria*. En: *Adicciones*, Vol.13 Núm. 2, p.p 159-172.
- Sierra, D.R; Perez, M.; Perez, A. Y Nuñez, M. (2005) *Representaciones sociales en jóvenes consumidores y no consumidores de sustancias psicoactivas*. En: *Adicciones*, Vol.17 Núm. 4, p.p. 349-360.
- Tajfel, H. (1984). *Estudio de Psicología social*. Herder, Barcelona.
- Taylor Y Bogdan. (1990). *Introducción a los métodos de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Páidos.
- Téllez, J. (2005) *Yajé y hongos alucinógenos, aspectos relacionados con su toxicidad*. En: *Avances en enfermería*, Vol. 23, Núm. 2, p.p. 92-102 Disponible en: http://enfermeria.unal.edu.co/revista/articulos/xxiii2_10.pdf
- Tenorio Ambrossi, R. (2002) *Drogas: usos, lenguajes y metáforas*. Editorial El Conejo: Quito.
- Touzé, G. (2006). *Saberes y prácticas sobre drogas. El caso de la pasta base de cocaína*. Intercambios Asociación Civil: Federación Internacional de Universidades Católicas. Buenos Aires.
- Valera, S. Y Pol, E. (1994). *El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la Psicología social y la Psicología ambiental*. En: *Anuario de Psicología*, núm. 62, Universidad de Barcelona.

- Valera, S. (2007). *El significado social del espacio. Estudio de la identidad social y los aspectos simbólicos del espacio urbano desde la Psicología Ambiental*. Disponible en: <http://www.ub.es/escult/valera/cap1.htm>, obtenida por Google en caché el 23 Jul 2007. Extraída el 4 de octubre de 2007.
- Vélez, A; Pérez, A. (2004) *Consumo urbano de yajé (ayahuasca) en Colombia*. En: Adicciones, Vol. 16 Núm. 4, p.p 323-332
- Yepes Londoño, L.M. (2005). *Apropiación del espacio público e interacciones socioculturales de los jóvenes urbanos de Medellín. Caso: plazuela del periodista*. Monografía para optar título como trabajadora social. Universidad de Antioquia, Facultad de ciencias sociales y humanas, Departamento de Trabajo Social, Medellín.

Recibido, Agosto 08/2007

Revisión recibida, Octubre 6/2007

Aceptado, Octubre 13/2007