

V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata, 2008.

Una mirada en profundidad sobre estrategias simbólicas y discursivas de jóvenes consumidores de éxtasis. .

Acevedo , Ariel, Bellizzi , Franco, Castillo , Juan Pablo, Pérez Trento , Nicolás y Zajac , Joaquín.

Cita:

Acevedo , Ariel, Bellizzi , Franco, Castillo , Juan Pablo, Pérez Trento , Nicolás y Zajac , Joaquín (2008). *Una mirada en profundidad sobre estrategias simbólicas y discursivas de jóvenes consumidores de éxtasis. V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-096/184>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edBm/dhY>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

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

Una mirada en profundidad sobre estrategias simbólicas y discursivas de jóvenes consumidores de éxtasis.

Acevedo, Ariel*¹

Bellizzi, Franco*²

Castillo, Juan Pablo*³

Pérez Trento, Nicolás*⁴

Zajac, Joaquín*⁵

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en el Proyecto de Reconocimiento Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA *Representaciones sociales sobre prácticas de consumo de drogas en la Ciudad de Buenos Aires y Conurbano Bonaerense en el período 2008 - 2009*, es el primer avance de investigación sobre *Prácticas de consumo de éxtasis¹ en jóvenes del AMBA*. El análisis que hemos emprendido con respecto a esta sustancia en particular se enmarca en un trabajo de investigación más amplio; que incluye a diversos grupos de trabajo enfocados en las prácticas de consumo de otras drogas. Los interrogantes que nos interesa dilucidar son los siguientes: ¿Como se logra romper con el *sentido común imperante* e iniciar una practica de consumo de éxtasis? ¿Cuál es la *estrategia* que despliega el joven consumidor de éxtasis para *justificar* y de esa manera mantener su propia practica? ¿Son todas las prácticas de consumo idénticas, o existen distintos tipos? ¿Que relación se establece entre dichas prácticas y los *imperativos morales* con respecto al consumo de drogas?

Creemos que para cualquier análisis que intente profundizar la cuestión, es fundamental retomar la perspectiva que elabora al respecto Howard Becker en su ya clásico “Los extraños, Sociología de la Desviación”, y entender que las construcciones y explicaciones del sentido común sobre los consumidores y el consumo de drogas a las que hacemos referencia, deben ser problematizadas desde una perspectiva amplia de las ciencias sociales. Nuestro objetivo es indagar en el discurso de los mismos consumidores para dilucidar cómo un joven habitante del AMBA logra romper con el *imperativo moral* (Becker, 1963:73) contrario al consumo de drogas y llega, no solo a consumir por primera vez, sino a mantener un cierto patrón, o una práctica regular de consumo.

Entendemos que podemos generar un aporte desde las ciencias sociales, si dichas

prácticas las interpretamos desde su dimensión social como acciones que adquieren para el sujeto *un sentido* en los grupos de consumo en los que participa. Puesto que, los mismos le brindan una trama de relaciones sociales en la que cobijarse y herramientas simbólicas con las que logra construir racionalizaciones y justificaciones que contribuyen en su proceso de iniciar, mantener o aumentar el consumo, aún sabiendo que la sociedad en general tiende a condenar el mismo (Becker, ídem).

En los últimos tiempos la temática en torno al consumo de sustancias ilegales, principalmente por parte de los jóvenes, ha adquirido una presencia relevante en el debate público de nuestro país. El tema se ha instalado como *problema social*, atravesado fuertemente por dos dicotomías excluyentes. Despenalización si/no, Argentina país de tráfico/consumo. Dice el periodista Joaquín Morales Solá en una columna del diario La Nación: “[...] La proliferación del "paco" ha eyectado el viejo debate sobre si la Argentina es un país de tránsito o de consumo. Hay tránsito importante y frecuente; de hecho, Aníbal Fernández aceptó hace poco que un peruano murió con su estómago abarrotado de pastillas de cocaína que le estallaron en el cuerpo. Hay consumo porque cada vez es más extendido el uso de drogas, desde la marihuana hasta la cocaína, pasando por las sintéticas [...]” (Joaquín Morales Solá, “La nación” 20/08/08)

Tal ha sido la misma, que por primera vez en la historia Argentina el Ministro de Justicia se ha pronunciado públicamente a favor de un proyecto de despenalización del consumo y la tenencia personal. En una entrevista realizada en el diario Pagina/12 comenta al respecto: “¿Por qué apoya la despenalización del consumo? -No resuelve la vida del consumidor meterlo preso. Si antes de caer el tipo robaba y tomaba drogas, cuando salga va a hacer lo mismo. Si tomaba y no robaba, cuando salga también va a robar. Se dilapida una fortuna así: en el trámite de las causas y en tenerlos presos.” (Gambini H, “Entrevista a Anibal Fernandez”, “Clarín” 22/08/08)

La temática ha sido abordada no solo por el periodismo y la política, sino por distintas disciplinas científicas como la toxicología o la psicología. El licenciado Diego Álvarez, titular coordinador del “Observatorio de drogas” del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires opina al respecto: “Para los consumidores no hay lugar para la diversión si ésta no se asocia a la ingesta de determinadas drogas [...] Los chicos lo ven como una entrada en clima: se juntan para bañarse, cambiarse y para consumir. El consumo de estas sustancias nunca es visto por los mismos jóvenes, como distinto a otros consumos.” (Diario “Miradas al sur”, pág 26. 20/07/08)

En dicho artículo, y en el mismo sentido, Carlos Alberto Barzani, psicólogo especialista en adicciones opina: “Cabe aclarar que no todo el que consume o consumió alguna sustancia –sea legal o ilegal – ha desarrollado o va a desarrollar una adicción. No obstante, es frecuente que un individuo crea que maneja a su antojo el consumo que realiza y, sin embargo, sin darse cuenta, el imperioso deseo de consumir ocupe importantes momentos de su vida[...] El problema no es lo que se consume. El problema es: ¿para qué se consume?”(Carlos Alberto Barzani, Diario “Pagina/12”, 6/03/08)

En el presente trabajo no compartimos esta pregunta. No nos resulta significativo saber el para qué del consumo en su dimensión personal e individual. Aún esta dimensión se encuentra fuertemente atravesada por factores sociales y culturales. Tampoco queremos abrir un debate tomando posición por uno u otro polo antagónico. Lo que nos interesa es romper con esta endeble dicotomía, ir más allá de estas preguntas que simplifican el análisis y se sustentan sobre una serie de supuestos y estereotipos dados; tales como la construcción del *adicto*, más precisamente el *drogadicto*, o que el fenómeno del consumo de drogas a nivel social puede explicarse meramente por causas psicológicas e individuales.

Para el desarrollo de este trabajo nos basaremos en un enfoque *etnográfico*, entendiendo por *etnografía* la metodología que permite conocer el circuito de producción de *sentido* donde las prácticas revelan más que los enunciados; así como el universo de referencia compartido y racional que subyace y articula el conjunto de prácticas y nociones, organizadas por la interpretación y actividades de los sujetos sociales (Guber, 2004).

Aplicamos como principales herramientas los datos etnográficos, entrevistas en profundidad y observación participante. Las mismas fueron realizadas a jóvenes de sectores medios² residentes en el AMBA durante el período comprendido entre 2006 y 2008.

MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO.

La historia como tal, reconoce una serie de demarcaciones, de líneas divisorias, cuya función como límites es trazar un espacio siempre abierto para aquello que es permitido y, por lo tanto y al mismo tiempo, un espacio de transgresión impuesta por la existencia misma de este límite. Toda cultura tiene una forma propia de definir el ámbito

de las anomalías, de aquello que se considera como *desviaciones*, los trastornos de la conducta y por lo tanto toda una serie de intervenciones coextensivas (médicas, legales, religiosas, morales, etc.).

Pero a pesar de que toda sociedad tiene su propio sistema de delimitación y de prohibición, aquí y allá, los términos de la dicotomía no han cambiado. Lo que perdura, creemos, son siempre relaciones móviles entre aquello que *es* excluido y lo que *es* incluido, lo aceptado y lo rechazado.

Incluso la distinción entre lo normal y lo patológico tiene su historia reciente. El concepto de normalidad surge en la modernidad, del cual se apropian muchas disciplinas, tales como la medicina, el derecho, la psicopedagogía, etc. Estas disciplinas se proponen delimitar aquellos sujetos que alcanzan *la* norma de los que no.

“La conciencia moderna tiende a otorgar a la distinción entre lo normal y lo patológico, el poder de delimitar lo irregular, lo desviado, lo poco razonable, lo ilícito y también lo criminal. Todo lo que se considera extraño recibe, en virtud de esta conciencia, el estatuto de la exclusión cuando se trata de juzgar y de la inclusión cuando se trata de explicar. El conjunto de las dicotomías fundamentales que, en nuestra cultura, distribuyen a ambos lados del límite las conformidades y las desviaciones, encuentra así una justificación y la apariencia de un fundamento.” (Foucault, 1996)

En términos médicos, se consideró en el siglo XIX que todo lo patológico era de una vez y para siempre. En cambio hoy en día se lo entiende en términos relativos a cada lugar, dependiendo del grado de medicalización, de las normas culturales, y de su organización socioeconómica.

Dentro de la categorización hecha por Foucault de *los anormales* encontramos al *monstruo humano* que remite a un campo jurídico biológico, no solo por sus deformaciones, sino por la conmoción que produce en términos jurídicos. El *individuo a corregir* es aquel que se corresponde con las *técnicas de adiestramiento*, ya que surge junto con las *técnicas disciplinarias* del Siglo XVII que implican el cuerpo, los comportamientos y las aptitudes, generando una línea divisoria entre aquellos que las cumplen, que alcanzan la norma y quienes no. Éstos últimos son *los anormales*, a quienes hay que corregir y reformar. La apropiación de estos anormales por distintas disciplinas científicas son las que generan la justificación social y moral de las técnicas de identificación, clasificación e intervención y organizan una red institucional que sirva de ayuda para los anormales y defensa de la sociedad (Foucault, 1996).

La capacidad clasificatoria y discursiva de la normalización se basó en la construcción del concepto de *anormal* en términos discursivos y la medicalización de la sociedad. Esta construcción suponía un *otro* que no está en el mismo grupo que uno, elaborada desde la negación de la normalidad dando como consecuencia la anormalidad. Así, es necesario volver positiva la norma para ocultar su forma de expulsión, y *naturalizarla* para aumentar su eficacia de señalamiento. Al tomar la normalidad como natural genera la homogeneización del nosotros y la *estigmatización del otro*. La normalidad pasa a ser el valor legítimo que necesita de la anormalidad para reforzarse y definirse.

En esta genealogía de lo “normal”, Foucault hace referencia a dos construcciones diferentes de aquello que se tiene como normal. Por un lado, se tiene un sistema donde se parte de la norma, y a partir de allí es posible distinguir lo normal de lo anormal, de lo patológico en relación al ordenamiento efectuado por la norma. Este sistema puede caracterizarse como de *normación*: lo normal se deduce de la norma, esta última es lo primordial y desde el límite que ésta instaure se explican y se califican los comportamientos como normales u anormales sobre la base de aquella partición fundamental y primaria. Es decir, que la *normación* (a diferencia de la normalización) plantea un modelo óptimo cuyo procedimiento consiste justamente en intentar que los comportamientos, gestos y actos se ajusten a ese modelo. Lo normal, es precisamente aquello que es capaz de ajustarse a la norma, y lo anormal aquello que cae del otro lado de la partición. En síntesis: la norma es lo prescriptivo, primero y fundamental y el señalamiento de lo normal y lo anormal (o patológico) resulta posible respecto de la norma postulada. Por otro lado, tenemos un sistema que funciona a la inversa. Aquí, se tendrán diferentes curvas de normalidad y la operación de normalización consistirá en hacer jugar las diferentes aristas que componen la normalidad; a fin de asimilar las más desfavorables a aquellas más favorables. Es decir, se parte de ciertas distribuciones normales que sirven como pilares de regulación social. Se ve que lo normal es un juego dentro de diferentes atribuciones de normalidad, de normalidades diferenciales. Lo normal es lo primero y la norma se deduce y comienza a jugar su papel prescriptivo a partir de la instauración de ciertas normalidades. Por esto mismo Foucault llama a este último *procedimiento de normalización* propiamente dicho (ya que se parte de lo normal y luego se deduce la norma) en oposición al otro *procedimiento de normación* donde lo fundamental es la norma y de allí se explican las normalidades. En esta línea, la estadística considera normal

a aquello ubicado en la zona de la curva normal, donde se encuentran la mayoría de los casos (95, 99 o el porcentaje que se quiera) y permite establecer parámetros de medición y delimitar la norma; lo establecido estadísticamente adquiere la categoría de norma.

De alguna manera, el dominio difícil e incierto de los comportamientos y la conducta humana no fue colonizado por las ciencias del hombre que la tomaron a su cargo. Mas bien, esta serie de procedimientos (*normación* y *normalización*) y discursos terminaron por configurar una matriz sobre la cual se asentaron una serie de saberes (sociología, psicología, criminología, etc.) los cuales delimitan su campo de objetos y sujetos a conocer. Siempre sobre el fondo difuso de los procedimientos de partición entre lo normal y lo anormal.

La distinción se ha hecho coextensiva a todo el cuerpo social, y de aquí en más puede explicar el orden global de aquello que Foucault llama *sociedad de normalización*. Normalización que ha visto legitimado su derecho de intervención gracias al desarrollo de la medicina y su sacralización científica. La creciente e indefinida medicalización de los comportamientos permite (re) traducir cualquier tipo de acto y gesto en base a aquella normalización que le sirve de justificativo para intervenir.

Así la normalidad termina por convertirse en lo esperado en todos los términos de la vida. Las normas incorporadas *fabrican* sujetos que se ajustan a la norma, generan instituciones que las *reproducen*; y a su vez, producen formas dentro de límites muy estrechos en cuanto a como comportarse, hablar, sentir, hacer, e incluso pensar. Así, lo que transgrede la norma es aquello que hay que corregir, estudiar, controlar o expulsar.

No es casualidad que sobre esta partición fundamental se monten una serie de discursos que tomen como legítimo el tema de *defender la sociedad*. Defensa interna contra los anormales, los individuos peligrosos y todo aquel comportamiento que no se ajuste a la norma, ya sea en torno a una serie de saberes y practicas como la teoría medica de la degeneración, el darwinismo social, y la teoría de la defensa social que elaboraran técnicas de discriminación, aislamiento y normalización de los individuos “patológicos”, llegando incluso al racismo como justificación ultima para defender la sociedad de los anormales que corroen desde las entrañas la “normalidad” social.

Siguiendo en esta perspectiva teórica, el sociólogo americano Howard Becker aporta un elemento crucial para entender el origen de estas pautas normativizantes. Destaca que: “Todos los grupos sociales crean reglas en ciertos momentos y en determinadas circunstancias intentan imponerlas. Las reglas sociales definen ciertas situaciones y los

tipos de comportamientos apropiados por las mismas, prescribiendo algunas actuaciones como correctas y prohibiendo otras como incorrectas (...) la persona de quien se cree que la hayan quebrantado puede ser visto por los demás como un tipo especial de individuo, alguien de quien no se puede esperar que viva de acuerdo a las reglas (...) un marginal.” (Becker, 1963: 13).

Este marginal es analizado por dicho autor como el actor social que se caracteriza por encarnar *los imperativos morales de la anormalidad*. La construcción de ese otro anormal se liga a la producción de ciertos estereotipos, negativa y positivamente valorados y funciona según este autor como un poderoso mecanismo de control social, en especial en el caso de los consumidores: “El estereotipo del adicto a las drogas representa una persona que viola estos imperativos [...] La persona que se toma este estereotipo en serio se encuentra con un obstáculo para poder consumir drogas. No comenzara, continuara o aumentara su consumo [...] a menos que pueda neutralizar su sensibilidad frente a este estereotipo [...] de no ser así, se condenará a si mismo en la misma forma en que lo haría la mayoría de los miembros de la sociedad como a un desviado extraño al grupo.” (Becker, 1963: 74).

A fines analíticos y en relación a estas distinciones del sentido común acorde a la normalidad y la anormalidad creemos de suma utilidad el estudio de esta temática de lo normal y lo anormal en torno al concepto de *estilo de vida* que Ernesto Meccia desarrolla en su libro “La cuestión gay”. En dicha obra el concepto es abordado por el autor como: “una forma de vivir medianamente específica imputable a un número limitado de actores sociales que reproducen patrones de conducta medianamente generalizables y sostienen interacciones frecuentes con otros actores de un tenor general similar, *con quienes comparten representaciones evaluativas de las condiciones de vida propias y ajenas.*” (Meccia, 2006: 141)

Pensar en la normalidad como un *estilo de vida* nos permite romper con la dicotomía analítica de sujeto y estructura; y conceptualizar a los consumidores desde una dimensión doble: Por un lado, las practicas sociales y grupales de los consumidores, y el efecto normativo de los significados que subyacen en torno a ellas; y por el otro, la justificación discursivo-simbólica, realzando sobre todo la mirada que los actores elaboran grupalmente, sobre si mismos (como *normales*) y sobre los demás (como *anormales, desviados, “drogadictos”*). Consideramos que es desde esta doble mirada que puede comprenderse el proceso con mayor precisión.

TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS

Para desarrollar las ideas mencionadas anteriormente, y relevarlas a través del trabajo de campo, haremos uso de la herramienta metodológica conocida como *tipo ideal* implementada por Max Weber.³ Los “tipos ideales”, son conceptos, herramientas teóricas con las que podemos medir y comparar el mundo empírico, en función de cuanto se aleja o se aproxima del concepto teóricamente construido.

En esta línea, ¿Cómo podemos en términos típicos ideales, caracterizar el *estilo de vida de los consumidores de éxtasis*, a partir de los datos recolectados en el trabajo de campo?

El primer elemento significativo que surge de los relatos de los consumidores es su ocupación cotidiana en actividades diversas que implican para ellos “responsabilidades” y “compromisos” indeclinables. Familia, amigos, trabajo, estudio, pareja, conforman un bloque de actividades que se lleva a cabo durante toda la semana, dejando al esparcimiento, el otro elemento integrante del estilo de vida de los consumidores, al espacio residual del fin de semana, las vacaciones y los días no laborables. Es importante remarcar que si bien en la percepción que los consumidores tienen sobre sus propias prácticas, el esparcimiento y la diversión son también elementos indeclinables de su estilo de vida, estos últimos no deberán abarcar un tiempo tal que entorpezcan el desarrollo sus “proyectos”. Si bien la relación entre ambos bloques en la realidad varía en diverso grado, los compromisos de cada consumidor, subordinarán el tiempo de la recreación, acotado en función del cumplimiento de las obligaciones, y *nunca a la inversa*. Un consumidor puede elegir no “tomar” un fin de semana para poder cumplir con alguna obligación que se le presenta, pero nunca, dejar una actividad que perciba como obligatoria en función del consumo. Para que esto sea posible debe producirse en general una reelaboración muy importante sobre los distintos compromisos que se asume por el consumidor como un reacomodamiento interno de los compromisos y responsabilidades, no vinculada a la práctica de consumo. Tal consumidor tiene por lo general entre 18 y 35 años, y no concibe su consumo a futuro más allá de su etapa de *juventud*. En este período la recreación y el consumo de sustancias son percibidos como elementos legítimos que integran el estilo de vida acorde a esa edad anterior a la *maduración*. Este límite generacional implica el fin de tales prácticas en pos de asumir compromisos más estrictos, como la formación de una

familia.

En el ámbito de la diversión tampoco todo está permitido de manera ilimitada. Los consumidores de éxtasis consideran al consumo de manera esencialmente *recreativa*. El consumo debe estar en función de la diversión y no a la inversa. Debe ser *conciente*, controlado, con el solo fin de “divertirse” y no debe extenderse más allá del tiempo y el espacio específicos para la diversión. Debe ser además *grupal*, es decir, llevado a cabo con aquellos con los que se comparte alguna relación afectiva. Lo importante será estar divirtiéndose con aquellas personas y no el consumo *en sí*. En este sentido, el consumo será un vehículo para experimentar nuevas sensaciones físicas, para expresarse (física y verbalmente) más libremente, para percibir de otra manera aquello que lo rodea (especialmente la música y la escenografía que de las fiestas de música electrónica), pero siempre en un ambiente de bienestar emocional, de contención grupal y de responsabilidad en la práctica. El consumidor de éxtasis ideal tendrá un conocimiento lo más acabado que pueda tener sobre aquello que está consumiendo, sobre los distintos efectos y consecuencias de aquello que consume y tenderá a “mezclar” los consumos lo menos posible. La cantidad consumida por el mismo será estrictamente aquella que necesita para alcanzar el efecto de liberación corporal y emocional deseado, nunca más allá. El consumo es por todo esto esencialmente ocasional: Solo determinadas situaciones del individuo y de su entorno son las apropiadas para el consumo. Todas estas características que hacen a la ocasionalidad del consumo le ofrecen al consumidor una sensación de seguridad con respecto a su *autocontrol*. De esta manera, el consumo no es visto como algo “malo” porque es controlable, supeditable al desarrollo de las obligaciones y la vida cotidiana.

Hasta ahora, hemos dado cuenta en términos típicos ideales, solamente de las características principales del *estilo de vida* de los consumidores de éxtasis. Sin embargo, para no quedarnos en una exposición de carácter meramente exploratorio debemos avanzar en el proceso de comprensión a fines de alcanzar también algunas proposiciones de carácter analítico. Como ya hemos visto en la presentación y el marco teórico de este trabajo, la utilización del concepto de *estilo de vida* implica pautas de comportamiento, y percepciones sobre sí mismos y sobre los demás. En este sentido, creemos que en la percepción que los consumidores *normativizados* tienen sobre sí y sobre los otros, está atravesado fuertemente por el discurso de lo normal/anormal (patológico, desviado, drogadicto, etc.) del que dábamos cuenta al principio de este trabajo.

Lo *normal* y lo *anormal* se manifiesta en su discurso, en sus prácticas, y en la

percepción que tienen sobre quienes los rodean. A fines analíticos nos proponemos construir dos polos de significación que intervienen en el desarrollo de las prácticas de los consumidores de éxtasis. Los definiremos (a modo de tipo ideal) como *estilos de vida*, distintos pero necesariamente relacionados entre sí. En otras palabras, lo que sostenemos es que entre ambos polos antagónicos, el joven consumidor de éxtasis configura su estilo de vida. No es un “normal no-consumidor” ni un “consumidor anormal desviado”. En referencia a ambos estilos de vida típicos ideales (normal y anormal), elabora una serie de pautas propias que pueden ser entendidas dentro de lo que denominamos *consumidor normativizado*.

En el discurso de los consumidores, la primera noción implícita en la justificación de la práctica es la de *normalidad* ¿Como es la persona ‘normal’ que en términos ideales puede deducirse del discurso de estos consumidores? ¿Qué elementos son significativos para elaborar a modo de tipo ideal un *estilo de vida normal* que dé cuenta del mismo?

El primer elemento significativo es el estricto *sentido de la responsabilidad y la obligación*. La adscripción a un *proyecto de vida*, una serie de actividades cuya participación tiene consecuencias importantes para la *vida cotidiana* del sujeto a mediano y largo plazo. Trabajo, estudios, pareja, formación de una familia estable (entendida ésta en su versión monogámica y nuclear). Debe haber también un elemento de compromiso sólido por parte de los actores con respecto a las pautas de comportamiento esperables para cada etapa etaria. Juventud/madurez es un binomio de gran trascendencia en el curso de las acciones que toman los sujetos.⁴

Sin embargo, el estricto compromiso y la responsabilidad no excluyen por completo a la *recreación*, como un marco espacio temporal legítimo, diferenciado del desarrollo de la cotidianeidad, donde el individuo puede encontrar un descanso “merecido”, solo en la medida en que éste sea verdaderamente válido. Este espacio sin embargo, es percibido como legítimo siempre y cuando cumpla algunas condiciones fundamentales. Es en principio eventual, solo existirá en la medida en que el normal desarrollo de las actividades cotidianas lo permita. Además, que bajo ninguna circunstancia supere el marco espacio temporal al que está circunscripto. El fin de semana, los días no laborables, las vacaciones, los ámbitos específicos de recreación le ponen un coto a dichas actividades que no deberá ser rebalsado. Al mismo tiempo la actividad debe ser responsable, medida en función del rendimiento físico/psicológico necesario para poder volver al desarrollo normal de sus actividades sin inconvenientes. El consumo de

cualquier tipo de sustancia es innecesario. No necesita de ellas porque es “capaz de divertirse por sí mismo”. Es también una perspectiva conservadora, en términos de que lo extraño o prohibido está vedado por sus factores de riesgo y de desviación. Los recursos *normales* al alcance del actor, especialmente el afecto y la contención del grupo de amigos, o la pareja con los que se comparte el momento recreativo, son mas que suficientes para garantizar un máximo de recreación. Todo lo demás es innecesario, inmoral y peligroso.

La consecuencia lógica, necesaria y fundamental de estos patrones de conducta es una actitud permanente de estricto *autocontrol*. En la percepción de quienes orientan sus practicas conforme a este estilo de vida, el “anormal” es ese “otro” distinto a uno que no lo practica, y por extensión tampoco posee la capacidad de poder diferenciar los espacios y momentos recreativos de aquellos que no lo son. Aun peor, muy probablemente ni siquiera posea proyectos a mediano y largo plazo.

En el discurso justificativo de los consumidores de éxtasis la noción de *anormalidad* adquiere un carácter central. Normalidad y anormalidad se presentan como contrapuntos indispensables para definirse mutuamente. Ambos se presentan en la practica de manera conjunta, tan solo los dividimos a fines analíticos.

¿Qué es ser *anormal*, *desviado*, *drogadicto*? ¿Qué tipo de comportamientos, apariencias y discursos le son característicos, y lo vuelven identificable? La elaboración de este *estilo de vida* procede por oposición al anterior en cada uno de sus aspectos más significativos. El tipo ideal *estilo de vida anormal* lo construimos en su estructura lógica interna de modo invertido, simétrico al anteriormente mencionado. El primer elemento significativo en el caso de los *anormales* es su absoluta *falta de control* sobre su propio accionar. Es la incapacidad del *anormal* para controlar sus acciones, debido a algún “problema psicológico”, “emocional”, y/o “natural” del sujeto lo que lo lleva a consumir drogas *desenfrenadamente*. Alcohol, marihuana, éxtasis/LSD, cocaína (en esta escala progresiva de “riesgo”) el consumo de cualquier tipo de drogas le resulta indiferente, tanto, que es capaz de involucrarse con la cocaína, esa “línea” que se cruza una sola vez y de la cual como reza el dicho “es un viaje de ida”.

No solo *necesita* drogas para divertirse, si no que las necesita sin ningún tipo de medida. Para él la relación consumo-recreación es inversa: La recreación es un medio y el consumo un fin. No tiene “verdaderos amigos”, tan solo grupos que se constituyen en torno al consumo en los que existe una serie de relaciones de solidaridad en torno a estas practicas que tienden a formarse y a desintegrarse con gran velocidad, y que no pueden

persistir fuera de sus ámbitos específicos. Solo le importa el presente, es incapaz de ponerle a la recreación un límite. Debido a esto, es imposible que pueda contraer compromisos a mediano o largo plazo. ¿Qué drogadicto/anormal podría emprender cualquier tipo de trayectoria laboral, familiar, de pareja o educativa si es impotente para limitar su consumo al espacio-tiempo de los fines de semana? El anormal es alguien de quien solo se puede temer lo peor. La delincuencia, la pertenencia a un mundo social *extraño o desviado* donde todo es legítimo para conseguir el tan anhelado y efímero *presente* que le es indispensable.

Para ejemplificar lo tratado teóricamente hasta el momento, seleccionamos una serie de fragmentos del trabajo de campo realizado a jóvenes consumidores de éxtasis.

Como ya lo expresamos anteriormente, la ocasionalidad, la droga como elemento recreativo y el consumo responsable y acotado se articulan de manera que los compromisos y responsabilidades tienen mayor peso a la hora de la decisión del consumo. Para comprender la ocasionalidad presente en la decisión del consumo, Claudio nos comenta:

“Y bueno, se dan un montón de factores: Si pinta, si puedo salir con mis amigos o mi pareja a un buen lugar, si no hace frío ni llueve, tengo plata, y un montón de otras cosas mas pequeñas, porque por ahí se dan todas esas condiciones pero no conseguí pastillas entonces no puedo ir. Pero si tengo y se dan esos factores... O por ahí no se dan esos factores, estoy con 4 amigos en una casa y no vamos a ir a bailar y alguien tiene y tomamos y nos quedamos ahí en la casa.”

Gonzalo, por su parte, nos relata

“Es como el consumo de cualquier otra cosa, que no necesariamente por el consumo sos adicto. Cuando digo consumo digo por ejemplo ir de compras, o adicto al juego, porque vayas al casino, no significa que seas adicto al juego. Sacar a las drogas del prejuicio de las drogas, o sacar a una persona del prejuicio de las drogas hace que entiendan que las drogas es como cualquier otra actividad hasta cierto punto, entonces entienden que tiene ciertos niveles: podes ser una persona que lo hace siempre, que lo hace

esporádicamente, gente que lo hace por necesidad, por que no puede salir de eso y gente que lo hace por curiosidad, por chusma, o porque lo hacen los demás también, para no quedarse afuera. Hay muchas maneras de verlo y justamente cuando entendés que hay muchas maneras de verlo dejás de juzgar.”

La otra cara de la ocasionalidad está dada por la *responsabilidad* con que se asume el consumo; la segunda determina a la primera. María, nos comenta sobre esto:

“El problema (que tenía para consumir regularmente) es que yo al otro día tenía que estudiar; al otro día (de haber tomado) me quise poner a estudiar y me dí cuenta al 3er. renglón que todo iba a ser inútil. Entonces eso también era lo que condicionaba mis salidas para tomar (...) yo salí y tomé un par de veces, lo entendía como parte de la salida...”

Otro elemento constitutivo de este mapa de acciones y situaciones que configuran los consumidores está asociado a una situación de juventud. La *irresponsabilidad* del consumo solo está bien vista si está asociada a una etapa de descubrimiento.

“Yo ahí si tengo un prejuicio con esa gente (los de 40 años que están en el after). Porque no, porque yo me imagino que cuando tenga 40 años voy a tener un hijo y que el domingo voy a estar yendo con el al zoológico, no en un after.” (Claudio)

La droga es vista como un elemento recreativo, circunstancial, que los actores suponen controlar y sobre el cual tienen decisión de consumo: si salen a bailar, para divertirse, etc.

“Particularmente me molestaba que la mayoría de los chicos con los que yo salía estaban muy pendientes del tema droga. Que iban a tomar, cuanto, que variedad, que nombre y yo la verdad, mis razones de consumo era recreativo, no era directamente, voy a salir a ver que consumos hacer.” (Gastón)

“Yo creo que la mayor parte de la gente que consume éxtasis lo toma muy irresponsablemente. Y mas que nada en fiestas, y toman muy seguido y muy irresponsablemente no por la cantidad que toman sino por el efecto que logran, esto de buscar diversión a toda costa en lugares donde la sensibilidad a la que conduce el éxtasis no se conoce al máximo (...)” (Anetola)

Del cruce de estos ejes se desprende el concepto de normalidad, tanto en término de ellos mismos como de los otros, que tienen los consumidores.

“Mis amigos siempre fueron, la gente que estaba afuera del ámbito de drogas, siempre fueron bastante prejuiciosos de que yo consumiera pero yo siempre demostré ser responsable no solo con el consumo sino también con mi vida. Yo voy me divierto y cuando se acaban los momentos de divertirse vuelvo a mi vida normal, no significa que mi vida sigue en un estado de “liberación” porque me drogue es como que en cierta manera yo no cruzo la línea del que lo hace sin conciencia.” (Gonzalo)

“Cuando le dije (a mi novia que consumía) desde el 2000 y ella me conocía desde el 2004 y ella dijo: ‘ ¡Ah! no sos el que afana esteros en la tele, haces una carrera, laburas, salimos, sos bastante normal Y si no te pasa nada, estas loco una noche pero al día siguiente estas fenómeno.’” (Claudio)

Respecto a los tipos de consumidores que hay en las fiestas electrónicas, todos coinciden en que el *otro* es aquel que no tiene un tipo de consumo medido, mesurado, responsable. Todos lo asocian al consumidor de cocaína, a quien se lo asocia con el delincuente y con quien no puede decidir entre consumir y no consumir.

“Hay gente que por el hecho de querer experimentar las drogas va a eso y contamina, o sea, literalmente contamina el ambiente, porque es gente que su nivel sociocultural es muy distinto, la personalidad es muy distinta; son gente generalmente muy agresiva, que va a las fiestas a robar, aparte de todo eso va a robar, la típica gente que genera la inseguridad son los que van a robar. Es muy común encontrar gente que va a bailar y escuchás gente que cuenta que robaron antes y dentro del boliche. O sea, la gente que consume cocaína no consume éxtasis porque los efectos son [antagónicos] (...) Se le nota bastante mas agresivo.

Mas que nada porque la gente que consume cocaína es mas eufórica y agresiva, y es bastante chocante porque por ahí vos te comunicas con una persona que consume cocaína y podes llegar a generar un problema, involuntario.” (Gonzalo)

“Hay gente que consume y está muy acelerada y se la nota. Pero hay gente que directamente va para drogarse, que no le importa la música, de hecho si no fuera por las drogas no le daría importancia a la música entonces va eso y es lo que da la imagen de que es mala escena porque va gente que no se involucra con la música, entonces consume porque sí.” (Gonzalo)

“Por ejemplo en el after es lumpen el ambiente. Es medio... Gente de pocos recursos. Te encontrás con gente al lado que esta con camiseta de chacarita, y visera y zapatillas con resorte. Y en pachá con una mina que es lo más parecido que hay a Valeria Massa. Y a un chabon que parece Ale Lacroix. (...) No, (asocio el tipo de consumidor) al lugar. El after es un ambiente zarpado donde van los revientes. También hay reviente en pacha y en big one mucho mas, pero el After es evidente el reviente. Ahí están los zarpados, los merqueros, los que no la quieren terminar nunca, y que quieren conseguir mas... (...) Y... no se (que es lo que te hace distinguir a los zarpados)... la merca puede ser, ni idea. Tengo algunos que no son de mi grupo de amigos, sino que son conocidos de un amigo mío, que ellos toman merca y ahí si noto la diferencia en el consumo porque no está esta situación de charlar, de disfrute... Está esta sensación de estar duro... De estar parado con cara de rabioso, con el éxtasis no.” (Claudio)

“Con los de merca también (está todo bien) pero hay como una distancia porque, que se yo, con el de vodka te podes poner a hablar y en cambio con el de merca, hay una especie de rechazo para mi, personal eh, no me gusta como está, no me gusta la situación de verlo aspirar por la nariz, me genera rechazo. Todo *bien, no es que le digo “Pará, tenés que ir al SEDRONAR”, prefiero ponerme a hablar con alguno que está en pedo, o con uno de pepa, no se que hablaremos pero... (jaja) Pero antes que estar hablando...*” (Claudio)

“Después hay gente que la quiere pasar bien y se preocupa en pasarla bien. Y después están los manijeros que solo quieren consumir, consumir y consumir y después está la gente que está mal, muy pasada. Eran manijeros y de tanta manija quedaron re mal! (...) La gente que te genera rechazo son los que están muy zarpados.” (María)

También el propio grupo puede ser objeto de análisis en caso de que se estén transformando en ese *otro* al que uno no pertenece.

“Mis amigos estaban descontroladísimos con tomar lo que sea. Una vez a una amiga le tuve que sacar una pastilla de la boca y le dije “vos esto no lo vas a tomar”, porque ya estaba muy pasada. Tuve que tomar un papel que la verdad no tenía ganas, yo había ido para pasarla bien y lo último que terminé haciendo fue pasarla bien” (María)

De este modo, los consumidores producen un cierre al interior de su comunidad imaginada de consumidores de éxtasis. Al producir una sensación de bienestar y plenitud, imaginan que todo aquel que no *actúe o sea como uno* no pertenece a ese grupo donde solo priman las ganas de disfrutar concomitantemente con la responsabilidad al consumir. Así, el cierre no solo es en términos de consumo, sino también de *clase social y consumo cultural*. Los otros consumidores que quedan por debajo del éxtasis en el consumo de drogas en una escala simbólica socialmente conformada, también es esperable que estén por debajo en lo que respecta a su posición económica, social y cultural. Para los consumidores de éxtasis, los que “la bardean” o se “zarpan barrileteando”, siempre *son otros*.

REFLEXIONES FINALES

¿Qué mecanismos sociales funcionan subrepticamente a este discurso de justificación del consumo que elaboran los consumidores de éxtasis? ¿De que manera los *estilos de vida normal y anormal* son reelaborados por el consumidor de manera tal de poder justificar su propia actividad como *normal* o *anormal*? A modo de acercamiento, y

como una explicación provisoria, un esquema que nos resulta ilustrativo es el de una *topografía social* de los *estilos de vida de consumo*.

En su reconocida obra “La distinción”, Bourdieu elabora una *topografía social* de la cultura para explicar la torturante situación de la clase media, que consiste en: “Ser conciente de lo que se es, añorar lo que no se es, e intentar resolver este hiato a través del consumo de los símbolos mediante la apariencia” (Bourdieu, 1988). En este sentido, pensar una *topografía social del consumo* en la cual el *estilo de vida normal-no-consumidor* ocupe la posición de la clase alta, y el *estilo de vida consumidor-anormal-desviado* la posición más baja, ubicaría al *consumidor normativizado* como la *clase media* del los consumidores. ¿A que nos referimos consumidor normativizado? Los consumidores de éxtasis, están tan profundamente atravesados por las normas, tan drásticamente impregnados por ellas, que son incapaces de representarse su propia práctica más allá de la dicotomía excluyente normal y anormal. Por lo tanto, les interesa particularmente sin salirse nunca de ella, no solo la clasificación normal que ellos mismos dan a sus prácticas, sino la que le dan los demás. En cuanto a la posición intermedia que ellos ocupan en la topografía social del consumo, esto tendría importantes consecuencias, puesto que “El pequeño burgués es aquel que condenado a todas las contradicciones entre una *condición objetivamente dominada* y una *participación en intención y en voluntad en los valores dominantes*, esta *obsesionado por la apariencia que muestra al otro y por el juicio que el otro tiene sobre su apariencia*. Llevado a hacer demasiado por temor de no hacer lo bastante (...) está destinado a ser percibido tanto por las clases populares (...) como por los miembros de las clases privilegiadas (...) como el hombre de la apariencia”. (Bourdieu, Idem).

Su practica del consumo, elaborada meticulosamente y en referencia permanente a la dicotomía normal/patológico de la que dimos cuenta al comenzar este trabajo, constituye una *representación legítima del consumo* una versión socialmente más aceptable del condenable consumo de drogas, intentando activamente (aunque no siempre consiguiendo) diferenciarse del *consumo desviado y estigmatizado* de las mismas, constituyéndose, como ya hemos visto en directa oposición a esta. Los consumidores de éxtasis, como los *pequeños burgueses* del esquema topográfico que propone Bourdieu, intentan a través de una variedad de estrategias y prácticas, que incluyen no sólo al discurso, sino también al cuerpo entendido por Bourdieu como una herramienta fundamental para la elaboración identitaria como una “mitología política realizada,

incorporada, convertida en disposición permanente, manera duradera de mantenerse, de hablar, de caminar, y por ello de sentir y de pensar.”(Bourdieu, 1991)

Por lo tanto, el consumidor de “pastillas” vigila permanentemente su cuerpo, sus modos de bailar, la intensidad, la ocasionalidad, la variedad del consumo, adquiere conocimientos, trabaja intensamente en el *ocultamiento* parcial (o total) de su consumo, siempre con el objetivo de aproximarse al imperativo *normal* todo lo que le sea posible. En la realidad, tal posición les resulta inalcanzable, para la *normalidad hegemónica* en términos típico-ideales, ellos siempre se parecerán mucho más a los desviados de lo que realmente desean. Pero en su propia percepción, esas prácticas y discursos, ese consumo simbólico les permite diferenciarse de la clase baja, y sentirse confiados, seguros, menos *drogadicto*s, más *normales*.

Cuando aparece en el discurso de los consumidores el término “barrilete”, debemos entenderlo no como un estado del *ser*, sino como un *hacer*. “Barrilete” es aquel que “barriletea”, aquel que se desliza en la escala topográfica lentamente hacia abajo. Y, quien cae en dicha topografía, es esperable que termine también cayendo socialmente en todo los demás aspectos de su vida (económico, social, cultural, etc.). El miedo al *desclazamiento* constituye en todo este proceso un elemento para la de suma importancia.

La perspectiva que emerge de nuestro trabajo invita a alejarse y repensar las visiones con las que se aborda esta problemática tanto desde el Estado como desde la sociedad en su conjunto. La visión estatal y la mediática, influidas por una concepción psicologicista y jurídica acerca de las causas de las practicas y discursos de los consumidores, *omiten el significado que le imprimen los actores a esas practicas* que llevan a cabo. De esta manera, y privilegiando el sentido que le otorgan los actores a sus practicas es que decidimos adoptar una perspectiva eminentemente social. Es un principio fundamental de la sociología, aquel que Emile Durkheim destacó en más de una oportunidad a lo largo de su imprescindible obra: lo social debe ser explicado por lo social; y no desde aristas psicológicas o judicialistas, que se articulan en base a una perspectiva de corte individual que no contempla los *condicionamientos sociales* que operan sobre orientación subjetiva de la acción de los sujetos.

El debate actual sobre despenalización si o no, en verdad oculta bajo de sí una discusión más profunda y difícil. El problema de la *estigmatización* de los sujetos que consumen diversas sustancias prohibidas. Es importante destacar que una sanción legal no salda la tensión presente en el *imaginario social* que otorga sanciones morales a aquellos

que se apartan de las prácticas consideradas *normales*.

Es por tales motivos que, nos interesa plantear el interrogante acerca de la incidencia que tendrá una posible sanción de ley a favor de la despenalización del consumo sobre las representaciones de la sociedad para con estos “desviados”; así como también, el impacto sobre las visiones de los consumidores para con los que comparten sus prácticas. La transformación de los lazos que se establecen entre los diferentes segmentos sociales de consumidores de éxtasis claramente no puede ser abordada de manera unilateral desde perspectivas profesionales, sin incluir la polémica presente en los imaginarios de estos mismos segmentos. Nuestro aporte se orienta en esa dirección.

NOTAS

*¹ Estudiante de 4to año de la carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. ariel.acevedo@gmail.com

*² Licenciado en Sociología, docente de Sociología General cátedra Rubinich, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. francobellizzi@yahoo.com.ar

*³ Estudiante de 3er año de la carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. jp10_castillo@hotmail.com

*⁴ Estudiante de 4to año de la carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. nicolaspereztreto@hotmail.com

*⁵ Estudiante de 1er año de la carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. joaquinz@gmail.com

¹ Puesto que, existen distintas nominaciones con respecto a la sustancia en un sentido puramente químico (mdma, mdmda, mda, y otras). Nuestra intención no es entrar en un debate sobre los compuestos químicos que se requieren para que una sustancia sea catalogada desde el campo científico-químico como una pastilla de éxtasis. Para evitar este problema, optamos por la forma más didáctica a los fines de una exposición de carácter sociológico; por otra parte, esta nominación surge del propio campo. Los consumidores con los que realizamos nuestro trabajo de campo, se refieren a las “pastis”, o “redondas” (entre muchas otras nominaciones en uso), utilizando también las letras “xtc” (a menudo cuando la describen por medio de la palabra, como por ejemplo en foros de internet que abordan la temática); estas descripciones de los propios actores dejan de lado el debate estrictamente químico sobre el compuesto sintético de laboratorio para la designación de una determinada sustancia como las pastillas de éxtasis.

² Definimos como *jóvenes* a personas de entre 18 y 35 años de edad. Esta elección obedeció tanto a razones metodológicas como a razones teóricas; dado que, era necesario acotar nuestro universo de estudio y hacerlo un tanto más homogéneo. Conscientes de la complejidad de la noción de *clase* (y de los trastocamientos que sufrió en las últimas décadas) optamos por escoger sujetos que presentaran, acentuadas, las características del sector social denominado comúnmente como *clase media*. Los criterios para la selección fueron una combinación variables tales como: lugar de residencia, tipo de ocupación, pautas de consumo, entre otras.

³ Los tipos ideales son las herramientas de las que se sirve Weber para sistematizar la realidad en un esquema comprensible dándole coherencia a los hechos históricos que en la sociedad se nos revelan de manera caótica. El empleo del andamiaje típico-ideal es de carácter instrumental, es decir, para la comprensión de los procesos sociales se construye un esquema que facilita posicionar el lugar tipológico de un fenómeno, dilucidando la cercanía o la distancia de dicho fenómeno respecto del teóricamente construido. Asimismo, “Se los obtiene mediante el *realce* unilateral de *uno* o *varios* puntos de vista y la reunión de una multitud de fenómenos *singulares*, difusos y discretos, que se presentan en mayor medida en unas partes que en otras o que aparecen de manera esporádica, fenómenos que encajan en aquellos puntos de vista, escogidos unilateralmente, en un cuadro *conceptual* en sí unitario. Este, en su pureza conceptual, es inexistente empíricamente en la realidad: es una utopía que plantea a la labor historiográfica la tarea de comprobar, en

cada caso singular, en que medida la realidad se acerca o se aleja de ese cuadro ideal” (Weber: 2001, pág. 79).

⁴ La adscripción a la madurez se focaliza en el *normal desarrollo* de la vida de los sujetos. Por contraposición, las acciones que se oponen al desarrollo de la responsabilidad y la obligación ligadas al trabajo y la familia son enfocadas a una etapa de adolescencia en la cual *es normal no poseer grandes preocupaciones*. Esta definición de *inmadurez* esta enmarcada dentro de un rango etéreo bastante definido por los propios sujetos; se puede ser *joven y moderadamente irresponsable*, en cierta medida hasta “los 35 o 40 años”, no más.

BIBLIOGRAFÍA

- Barzani C. (2008) No es lo mismo consumir que necesitar Diario Pagina/12. 06/03/2008
- Becker H. (1973) Los extraños, sociología de la desviación. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.
- Guber R. (2004): El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Buenos Aires: Paidós
- Bourdieu P. (1988) La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Barcelona: Taurus
- Bourdieu P. (1991) El sentido practico. Madrid: Taurus.
- Durkheim E. (1998) Las Reglas del método sociológico. Buenos Aires: Editorial Alianza
- Foucault, M. (1996) "La vida de los hombres infames". Buenos Aires: Altamira
- Gambini H. (2008) Entrevista a Anibal Fernandez Ministro de Seguridad y Justicia de la Nación. Diario Clarín. 22/08/2008
- Goffman, Erving (1970): Estigma: la identidad deteriorada, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Linari V. (2008) Nuevas drogas de laboratorio Diario Miradas al sur. 20/07/2008, 26
- Meccia E. (2006) “La cuestión gay. Un enfoque sociológico” Buenos Aires: Gran Aldea Editores.
- Morales Solá J. (2008) “Un país demasiado facil para el narcotráfico” Diario La Nación. 20/08/2008
- Weber M. (2001): Ensayos sobre metodología sociológica. Buenos Aires: Amorrortu Editorial.