

Especularidad, identidad y tránsitos en la justificación del consumo de drogas en jóvenes de estratos medios altos de la ciudad de Temuco.

Ronald Cancino.

Cita:

Ronald Cancino. (2001). *Especularidad, identidad y tránsitos en la justificación del consumo de drogas en jóvenes de estratos medios altos de la ciudad de Temuco. IV Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Santiago de Chile.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/iv.congreso.chileno.de.antropologia/33>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ef8V/8N0>

Especularidad, identidad y tránsitos en la justificación del consumo de drogas en jóvenes de estratos medios altos de la ciudad de Temuco

Ronald Cancino*

Introducción

El estudio denominado "Justificaciones discursivas para el consumo de marihuana y cocaína en jóvenes de estratos medios altos de la ciudad de Temuco", patrocinado por CORECE IX Región, ejecutada por HARMOS Ltda. y el Departamento de Antropología de la Universidad Católica de Temuco durante 1999 e inicios del 2000, tuvo como objetivos fundamentales los siguientes:

- Comprender las elaboraciones discursivas de jóvenes de enseñanza media, universitaria y del mundo laboral respecto del consumo de marihuana y cocaína.
- Elaborar propuestas comunicacionales apropiadas al discurso de los jóvenes para la prevención del consumo de marihuana y cocaína

A partir de ello, la ponencia entonces da cuenta de una relectura de algunos de los resultados de investigación. Participaron en el estudio un equipo compuesto por antropólogos, 1 abogado, 1 lingüista y estudiantes de antropología especialistas en etnolingüística y antropología aplicada. En primer lugar presentamos algunas consideraciones metodológicas, para luego plantear algunos antecedentes socioculturales, y finalmente sostener algunos planteamientos derivados del estudio.

A. Consideraciones metodológicas

Metodológicamente, el proyecto se sustentaba en una aproximación cualitativa y complementariamente etnográfica en la producción de la información. Ello, significa que se busca, en todo momento, generar los espacios de investigación social más apropiados para

desvelar los significados y los sentidos a través de las cuales los jóvenes construyen y argumentan en su proceso de consumo de marihuana y cocaína. Los elementos fundamentales, en este sentido, se desglosan como sigue:

1. Producción de la Información: utilización de técnicas etnográficas y uso de muestra estructural para la confección de los grupos focales, entrevistas grupales y entrevistas semiestructuradas.
2. Dispositivos de Análisis de la Información : la información producida es procesada mediante la técnica conocida como análisis de discurso. Para evitar el exceso de referencia al lenguaje, se complementa el análisis con observaciones y notas de campo elaboradas en la aproximación etnográfica.

Paralelamente, se realizó un trabajo de campo orientado a identificar las principales campañas audiovisuales y gráficas implementadas en la ciudad de Temuco. Ello, con un doble objetivo : seleccionar las campañas representativas para someterlas a la opinión de los jóvenes participantes en los grupos focales y, por su parte, comprender las orientaciones matrices -identificadas con un análisis semiológico de los soportes, y el contexto social en el que son implementados.

Un elemento fundamental del diseño metodológico, dice relación con generar una aproximación al proceso del consumo de drogas. Esto es, como supuesto fundamental de la investigación, que el consumo de drogas constituye un proceso y, por ende, interesa comprender el recorrido de la construcción de significados y argumentaciones (recorrido generativo en la construcción del sentido, en el sentido de Gerard Imbert). La práctica del consumo, requiere una elaboración discursiva y ésta es construida progresivamente.

* Lic. en Antropología. Productor y Gestor Laboratorio de Investigación y Desarrollo Audiovisual. Facultad de Artes, Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Católica de Temuco. rcancino@uct.cl

Lo anterior se comprende en el siguiente contexto: la sociedad elabora un repertorio de significados para procesar y actuar sobre la práctica del consumo de drogas. A ello, le llamamos, tomando un concepto de Jesús Ibañez el discurso sobre la droga. Frente a éste, un discurso cristalizado en la sociedad, los jóvenes elaboran progresivamente un discurso de la droga. Por ende, interesa comprender como los jóvenes elaboran su discurso haciendo referencia constante a los dichos de la sociedad. Para ello, nuestra aproximación se sustenta en la comprensión de que el discurso de la droga, lejos de ser un discurso marginal o anómico, se elabora con los materiales que la propia sociedad entrega a los jóvenes. El discurso de la droga es siempre referido a la sociedad, y no está fuera de ésta. Opera en este sentido como una autoexteriorización, la producción endógena -desde una referencia a lo externo- de una exterioridad.

B. Análisis de resultados

Exponemos a continuación algunas consideraciones socioculturales que hacen comprensibles y contextualizan los resultados del estudio para, posteriormente, abordar estos.

B.1. Consideraciones socioculturales

La sociedad parece experimentar una serie de transformaciones en la actualidad. Los colectivos evidencian, perciben y generan cambios sociales y/o culturales. Creemos necesario identificar algunos lineamientos de estas transformaciones para contextualizar y hacer comprensible, a nivel societal, los sentidos construidos por los jóvenes en su ingesta de drogas. El tema central, parece ser que en la comprensión del discurso juvenil respecto de la ingesta de drogas, median y se cruzan simultáneamente transformaciones socioculturales (a nivel societal) y transformaciones bio-psico-sociales a nivel individual. El joven, sujeto en transformación, está inmerso en una sociedad en transformación :

b.1.1.) Las características del consumo en la sociedad moderna: La sociedad, en este tránsito transformador - hacia un algo no definido, sino en definición- requiere la redefinición del sujeto. Este sujeto, parece ser, dada la instauración del mercado como el referente productor y dinamizador de lo social, el sujeto consumidor.

El sujeto por tanto, transita en un recorrido de inflexiones y provocaciones que la sociedad le hace, recorrido en el cual la posibilidad cierta de constituirse es el consumo de objetos . Por su parte, los medios de comunica-

ción de masas proveen no sólo una representación de lo social -la publicidad clásica- sino que produce al sujeto, lo construye a su imagen y semejanza.

En este marco, es la masificación del uso de drogas la que provee el carácter de consumo a su ingesta . El sujeto probablemente entonces ya no sólo se representa en la droga, sino que es la droga la que produce un imaginario cristalizado del sujeto. Con ello, nos referimos a que en la sociedad moderna, en la necesidad de redefinir algunos aspectos centrales para su reproducción, estaría construyendo un imaginario cristalizado, al cual se hace referencia de manera directa y unívoca para explicar la ocurrencia del consumo de drogas. Este imaginario parece provenir de la "ontologización del consumidor de drogas" como un sujeto en descomposición.

En este sentido, el fenómeno central es que el joven, enfrentado y/o inmerso en el consumo de drogas, experimenta tanto una transformación bio-social, como una necesidad inevitable de procesar las imágenes sociales de la droga y, a partir de eso, orientar su acción, orientación que no necesariamente es coherente, puesto que el imaginario cristalizado provee de una imagen y una autoimagen compleja y coactiva de sí mismos. Por ello, el consumo de drogas para el joven provoca y convoca a interpretar tanto su propia condición como la condición y la prescripción que la sociedad le muestra, cotidiana y mass-mediáticamente.

c) El consumo juvenil y el consumo de drogas : El consumo de drogas en el estrato joven posee una característica fundamental que entraña con la característica propia del joven. La ingesta de droga tiene un recorrido, un antes y un después, así como un proceso desde el inicio del consumo (lo "iniciático"), como en la biografía post-primeras ingestas hasta las imágenes de sí mismos en el futuro. Ello es también constitutivo de lo joven, en el sentido de sujeto en construcción identitaria. No apuntamos con esto a que es indisoluble el consumo de drogas con el ser joven, sino a que enfrentado el joven a transformaciones en su propia vida individual y social, la droga es un elemento a través del cual -en su consumo o en su no consumo- éste se construye como sujeto, y aún más importante, enfrenta al joven al cumplimiento o transgresión del orden social que percibe. La droga entonces, provoca al joven a dialogar con el orden social.

Un elemento central del consumo, y del consumo de drogas en particular, lo constituye el hecho de la decisión de consumir, la decisión de la ingesta, decisión generada en la vida cotidiana y la contingencia. En este

sentido, el aspecto más relevante parece ser la continencia/planificación del consumo, es decir, el conjunto de elementos que confluyen para la toma de decisiones para el consumo/no consumo de drogas.

Por su parte, una breve mirada histórica a la ingestión social de la droga, parece indicar que al momento de masificarse en Occidente la droga -momento en el que se constituye como un objeto de consumo- la ingestión se enmarca en un contexto representacional de apertura de conciencia en busca del sentido de la vida: la droga era en el mundo hippie un medio y una realización de la plenitud del sentido.

Esta construcción inicial es procesada y transformada desde la década del 60 a nuestros años y, posterior a la crisis de los años 80, crisis del sentido, la droga ya no necesariamente constituye el medio al sentido, sino que se constituye en el medio, el mensaje y el efecto de la perdida de sentido⁵.

Otro elemento relevante del consumo de drogas lo constituye la llamada escalada de la droga. Refiere a que la ingestión de una droga se vincula, como una cadena inevitable, a otras drogas. Mirado socialmente, significa que el joven, al consumir droga, se vincula a una cadena mayor de contenidos y simbolizaciones que lo convocan a redefinir el sentido, su implicancia y significado. Se vincula o articula entonces, no sólo a un objeto, sino a una serie, probablemente un sistema de éstos, cada uno de los cuales, y todos en conjunto, poseen sus códigos y conocimientos, a los cuales debe referirse para construirse como consumidor de drogas.

Finalmente, un elemento importante, es la llamada teoría de la Pirámide de la Drogas: la droga se inscribe en una distribución social: ancha en la base (los consumidores), cada vez menor hacia la cima (el proveedor). Ambas dimensiones son inscritas socialmente, es decir, son procesadas por los sujetos y sus acciones respecto de la droga se refieren, en algunos aspectos, a esas dimensiones. Aspectos que interesan en la medida que entregan elementos de juicio y análisis para la toma de decisiones respecto del consumir/ no consumir por parte de los sujetos jóvenes.

De este modo, parece ser relevante hoy el generar un acercamiento al consumo de drogas en jóvenes de estratos medios que devele no sólo los sentidos y percepciones acerca del consumo, sino también las prácticas en las que se traducen esos sentidos, sentidos y acciones no necesariamente coherentes entre sí, pero que en un contexto de múltiple transformación, producen una acción, la ingestión.

C. Resultados de investigación

A continuación, presentamos un resumen de los resultados de la investigación, explicitado en un detalle de cada tema abordado para el consumo de marihuana.

C.1. El consumo de marihuana

Es fundamental para comprender las imágenes existentes en los sujetos antes del consumo de marihuana -y como veremos en casi todas las dimensiones de sus discursos-, el que éstos, en su proceso de socialización, han interiorizado un "discurso sobre la droga", discurso al cual deben constantemente referir para re-afirmarlo, positiva, o negativamente. Lo importante de esto, radica en que lejos de construir discursos al margen de la sociedad, al margen de los dictados de ésta, los jóvenes consumidores elaboran, y deben hacerlo, para legitimar sus prácticas, discursos con los materiales que la propia sociedad -el discurso sobre la droga- les entrega.

Debemos agregar a ello, que los jóvenes "escuchan" otro discurso, el "discurso de la droga", aquel repertorio de símbolos producido por quienes ya consumen marihuana -o la están empezando a consumir-. Enfrentados a esta dualidad de imágenes y discursos, es que se va progresivamente elaborando el discurso de la droga.

C.1.1. Ideas o nociones antes del consumo de marihuana

Dos elementos parecen ser los centrales a este respecto:

Respecto de las fuentes de las imágenes: las tres instancias socializadoras fundamentales (familia, escuela y medios de comunicación de masas, m.c.m), proveen imágenes sobre la droga a los jóvenes antes de que éste se inicie en el consumo. Se observa que progresivamente son los m.c.m. los que se erigen como la instancia principal que provee estas imágenes (en los jóvenes de enseñanza media es donde aparece claramente esta instancia, no así en la educación superior y en el mundo laboral).

Respecto de las imágenes: los jóvenes se encuentran con un repertorio de imágenes ya cristalizadas en la sociedad. Este repertorio -discurso sobre la droga- circula entre un desconocimiento (se le atribuyen cualidades contradictorias) y la satanización social. Esta última es el núcleo de las imágenes en la cual los jóvenes

se socializan: la droga no sólo es mala en si misma, sino que además produce un doble efecto social : la familia tiende a autopercebirse como un espacio "inmaculado" -ajeno al "problema"- y, por otro, los consumidores de marihuana se constituyen, de manera radical, en un otro excluido, es decir, en un sujeto que está más allá de las fronteras de todo aquello valorado por el entorno familiar y escolar. Esta imagen, cruza a los tres segmentos estudiados.

C.1.2. La génesis del discurso de la droga

El joven que consume marihuana, construye poco a poco -o se hace parte de- un discurso de la droga. Los elementos fundamentales que confluyen para esas primeras formulaciones son:

Visibilidad y acercamiento de la marihuana: en los tres segmentos estudiados la marihuana es parte del universo de lo observado, es casi un elemento más del entorno social. Lo que varía son las actitudes hacia ella. Para el joven de enseñanza media, la marihuana se veía lejos, pero se veía. Para el joven de enseñanza superior, la presencia cercana, extremadamente cercana de la marihuana, ratifica la satanización social de la marihuana. Para el joven del mundo laboral, la marihuana se ha transformado en su visibilidad (su experiencia vital permite la comparación): si "antes" era visualizada en círculos pequeños, hoy la visibilidad social es total: ésta se ha expandido y ha excedido al grupo social primigenio al cual se asociaba el consumo de marihuana. En esta distancia social, que parece hacerse cada vez menor, el joven, en un primer momento ratifica su visión negativa de la droga. Progresivamente entonces, cuando ésta se acerca, el discurso sobre la droga se relativiza e incluso, se deslegitima. La construcción de sentido entonces, está mediada por la experiencia vital, a través de la cual, el sujeto se distancia de su entorno, y construye progresivamente una imagen de sí mismo y su entorno. En este recorrido, la marihuana se transforma desde un objeto "maldito", a "un objeto más del mundo".

La coexistencia de dos discursos como antesala al consumo : Los jóvenes, formados en uno de los discursos, el de la sociedad, comienzan a visualizar el otro lado de la simbólica. Es el discurso de la droga el que lleva al consumo: en ese tránsito, el conjunto de atributos negativos de las drogas, se relativiza, y esta aparece como "menos mala" ("y yo pensaba o sea ... mmhh... que hacía más daño"). Por su parte, en ese mismo proceso, la visión radical -la alucinante y alucinógena- de

la droga (desde, diríamos) también es relativizada ("siempre dice no ¡veían elefantes rosados! y todo ese tipo de cosas que, o sea no..."). Interiorizándose de los discursos, surge una comparación, donde la droga no es ni un objeto satánico, ni una apertura radical a la alucinación.

La pregunta que surge en este sentido es: ¿qué hacen los sujetos con este repertorio de símbolos? Más allá de la sola legitimación, vía moderación de los argumentos, ¿qué implica para las prácticas de los sujetos? Nuestra impresión, es que los jóvenes decantan los discursos internamente, pero los oponen socialmente. Ello va engendrando una paradoja: la mimesis debe sostenerse discursivamente. En otras palabras, el discurso de la droga se funda en la decantación de los discursos, pero, como frontera externa, se reproduce la existencia de dos discursos y, esta existencia contradictoria -pero complementaria- generaría la curiosidad. Pareciera entonces, que a nivel pragmático, los sujetos reconocen los elementos nefastos de las drogas, pero este reconocimiento es siempre sobre otros, y otras drogas, de manera que, enfrentados al propio consumo, éste aparece como desprovisto del daño que la sociedad dice. Con ello, surge el segundo elemento de la pragmática: los argumentos que indican una desintegración social, una anomía, una actitud delictiva, es siempre desplazada a otros: los discursos de la sociedad, resbalan por los cuerpos de los sujetos.

C.1.3. Imágenes y prácticas en el consumo de marihuana

C.1.3.1. Las primeras ingestas : los primeros discursos, circulan entre dos polos : querer consumir y no querer no consumir.

Querer consumir : El primer consumo, plantea un dilema: cómo resolver la contradicción discursiva. La respuesta, en estos casos no es negativa. Más bien, son jóvenes que van directamente a la pregunta, quieren plantearla. O ésta se diluye en el no asombro ni deslumbramiento, o es una experiencia radicalmente asombrosa: la risa, el desencajamiento de la normalidad. Es necesario enfrentar el dilema. Es ahí donde se inicia la argumentación desde la droga. La actitud de querer consumir manifiesta aquí una contingencia resuelta mediáticamente por los pares ("entonces, 'ya', le dije a mi amigo... que fuera conmigo"; "y de ahí unos amigos igual sacaron") los amigos. Estos no son quienes se ven envueltos en el evento mismo. El consumidor, quiere envolverse.

No querer no consumir: Pareciera acá que el primer consumo es un evento casi absolutamente casual, contingente. El sujeto dice no buscarlo ni producirlo. La decisión de consumir es simplemente un sancionar positivamente la contingencia ("y onda ¡ya puh!, probemos!"). La pregunta en este punto es si opera discursivamente la tesis de la integración a grupos de pares, entendida como una presión social al consumo. Pareciera que la motivación, es la curiosidad por un lado, y la contingencia casi absoluta por otro. Si bien hay un deseo de integración a grupos de pares, el solo deseo integrista no existe. La curiosidad (provocada como decíamos por la contradicción discursiva) y la contingencia (estar ahí, en el momento y el lugar), lleva a consumir.

Parece ser que la modalidad de plantearse frente al consumo no modifica las primeras experiencias, ni marca una pre-disposición negativa a posteriori en el recorrido biográfico del consumidor. Es común que la marihuana no tenga los efectos "imaginados" por los consumidores en iniciación. Parece ser que esta experiencia "psicosomática" muestra la contradicción discursiva al que se enfrentan los jóvenes: el discurso indica que la marihuana modifica radicalmente la conciencia ("ver elefantes rosados", como se dice), pero enfrentados a esa sobreexpectativa -sobrecodificación diríamos- la primera experiencia está, en gran parte de los casos, por debajo de lo esperado.

C.1.3.2. Motivos y argumentos

El elemento central quizás de toda la elaboración discursiva es la fuerte racionalidad que se elabora. Los argumentos y percepciones son elaboraciones racionales, capaces de cubrir todos los ámbitos relevantes: acerca del discurso sobre la droga, acerca de su sociabilidad e incluso, acerca de su subjetividad. El discurso, resuelve las contradicciones. Visualizaremos esto a través de dos ejes: los motivos para seguir consumiendo y la cristalización argumental:

Motivos para seguir consumiendo: Con anterioridad, indicábamos que los jóvenes se enfrentan a dos discursos respecto del consumo de drogas. Uno que lo sanciona, y otro que lo estimula. La no resolución, o el no acuerdo social, llevaba al joven a consumir drogas. Ese es el contexto desde el cual emergen los argumentos. Estos, parecen recorrer a lo menos 3 lineamientos básicos: por un lado, los primeros consumos son "no traumáticos" e incluso, presenta un daño menor en relación a otras drogas -se asocia directamente al no acuerdo social indicado (este argumento

se encuentra presente en la enseñanza media y superior). En segundo lugar, el consumo se visualiza como un medio para abrir la sociabilidad. Finalmente, vinculado con el anterior, el consumo de marihuana constituye parte de un proceso de construcción de subjetividad -una individuación-. Quizás sea este último elemento el más relevante, significado como una exaltación de la subjetividad: en estos jóvenes parece ser indisoluble el consumo con el autoconstruirse como sujeto. Ello, tiene a lo menos dos dimensiones o fuentes polares entre sí: la exaltación del placer y la exaltación de una subjetividad "depresiva" o "dark". Es indicativo además al respecto, que en el proceso de construcción de subjetividad, aparecen fuentes argumentales distintas entre jóvenes de enseñanza media, de educación superior y del mundo laboral. En los primeros, la exaltación es radical. En la Educación Superior, la racionalización progresivamente va desplegándose y gobernando todos los ámbitos de la vida. Finalmente, en el Mundo laboral, la subjetividad ya está constituida y formada. La cristalización argumental: Este proceso, parece cristalizarse en un discurso de la marihuana elaborado sobre todos los frentes. Este es capaz de recibir, procesar y hacer resbalar los contra-argumentos. Probablemente este sea el elemento más complejo del discurso de los consumidores de marihuana, pues se autoconstruye como discurso duro, casi perfectamente codificado, frente al cual parecen no influir los discursos de la sociedad sobre la marihuana. El joven, en el consumo de marihuana, se convierte en un joven consumidor pleno de racionalidad. Aparece así, extrañamente, un nuevo joven: en el proceso de construcción de individualidad, emerge un sujeto social que presenta todas las características del moderno consumidor: participa de lo social en su consumo, se construye como sujeto consumidor -demanda, como se verá más adelante, derechos. Lo anterior, se manifiesta en todos los segmentos: en el Mundo Laboral, el sujeto, ya construido en su individualidad afirma lo no problemático de su consumo. En la Enseñanza Superior, la racionalidad discursiva, elabora una "administración racional e individual del riesgo", es decir, se administra el consumo y sus tiempos y, en último caso, la responsabilidad cae en la individualidad. En la Enseñanza Media, elemento que se comparte con los otros segmentos, la racionalidad exalta su subjetividad, en el placer del consumo y, posteriormente, en el desarrollo personal.

C.1.4. Espacios, situaciones y relaciones

La dimensión temporal, entre la planificación y la contingencia : dadas las características del discurso sobre la droga en la sociedad chilena y regional, el consumo de marihuana no puede -podría- ser realizado en cualquier lugar ni momento. Es decir, la no legitimidad ni legalidad social del consumo de drogas, implica que los colectivos y los sujetos que consumen marihuana, deban racionalizar su consumo, visualizar los tiempos y momentos. Pero en ello no influye solamente un edicto social, sino también las condiciones socioetáreas de cada segmentos. Así, mientras en los jóvenes de Enseñanza Media, la clave es la contingencia absoluta (se consume "aquí y ahora"), en la Educación Superior aparece una racionalización de otra índole: se administra el tiempo. Esta nueva dimensión, es absolutamente clara en el Mundo Laboral, donde se han cristalizado distinciones temporales marcadas por la diferenciación trabajo/ocio.

La dimensión espacial: el consumidor invisible: otro elemento clave, distinguible sólo analíticamente, son los espacios utilizados para consumir marihuana. A este respecto, son relevantes no sólo los edictos de la sociedad, sino también, los diferentes contextos que en cada segmento se experimentan. Si el elemento central en los tres segmentos es no ser visto, una necesidad diríamos de invisibilizar el consumo, este es mediado por el contexto: en la Enseñanza Media la exaltación de la subjetividad sólo está mediada por el no ser visto, e incluso, por la construcción de diferenciaciones internas en los colegios (los que fuman v/s los que no fuman). En la Enseñanza Superior parece experimentarse una libertad propia de la condición universitaria y, en el Mundo Laboral, el tema central es el cuidado de las apariencias.

La dinámica del consumo : reciprocidades en el consumo de marihuana: un elemento absolutamente relevante, es que en la dinámica interna del consumo, desde la compra -pasando por la preparación, la coordinación a la ingesta misma, se construyen dinámicas grupales y reciprocidades diferenciadas tanto al interior del grupo, como en la relación de éstos con otros consumidores y no consumidores. En este sentido, surgen como relevantes dos temas: la constitución del grupo como grupo consumidor (una reciprocidad constituida en el gasto festivo), la diferenciación respecto de otros (la exclusión y el borde externo). Respecto de lo primero, clave resulta que en el consumo de marihuana se logra una simetría que constituye al grupo (se observa más claramente en la Enseñanza Media). Este estado, está

asociado a un consumo festivo, donde se consume todo. El consumo aquí ya no es iniciático, sino mimético. Respecto de la diferenciación, la contracara complementaria de la simetría, refiere a que el grupo de consumo se diferencia de otros grupos y, en términos más generales, alude a que en la dinámica del consumo no todos pueden participar de la ingesta. Sólo los pares cercanos -o los accionistas- pueden consumir. La reciprocidad no puede ser generalizada.

Conclusiones

El análisis-descripción recien presentado, parece indicar en lo modular una lógica doble: la de la construcción del sujeto mediante la logica mimética del consumo, pero a la vez en una construcción racionalista (crystalización argumental). El consumo de drogas es motivado "miméticamente", es un "gozo" para el consumidor. Todo el proceso de acercamiento, la búsqueda de espacios, de tiempos, etc. apunta a buscar resquicios en el espacio-tiempo de la ciudad para consumir. Se trata de en el proceso de "hacerse en el mundo" (adolescencia y juventud) sostener una dinámica mimética, un placer del y en el consumo. Por ello el grupo constituye el consumo: el placer es grupal, o dicho de otro modo, el sujeto se imbrica en el deseo de consumo de los otros. Lo hace propio. Pero para ello, debe construir otra lógica: la construcción de argumentos frente al asedio del discurso sobre la droga. Es absolutamente necesario que en el proceso se construyan argumentos cada vez más cristalizados, para sostener la propia dinámica y no disolverse. Es el efecto de lo que la sociedad dice sobre la droga. Visualizado de manera completa, la decantación interna del discurso, pero con oposición externa, nos hace ver el proceso como una paradoja: ¿como sostener miméticamente un discurso racional?; ¿Cómo sostener racionalmente una práctica mimética?. Difícil situación se enfrenta en el consumo de drogas. Es una paradoja que la propia sociedad hace emerger (autoexteriorizar) en los consumidores de drogas. Es necesario de algún modo resolver esta paradoja, pues de otro modo, se cae el discurso, o se cae la práctica. Ni lo uno ni lo otro se cae: lejos de estar al margen del discurso de la sociedad, los jóvenes lo refieren a cada minuto. Lejos de dejar de consumir, este se sostiene. ¿cómo entonces?. Pensado en perspectiva, esta paradoja, se resuelve introduciendo a otro en medio de los términos, en el siguiente sentido: el otro al que refiere el discurso sobre la droga, no es el mismo que construye el discurso de la droga. Hay un vacío

en el diálogo entre aquello que hablan y hacen los jóvenes consumidores, respecto de aquellos que les hablan. El otro, no es nunca otro. En rigor, no hay otro, este se ha fracturado en múltiples imágenes, de modo que el sujeto al ser interpelado, proyecta sobre otro esa imagen, y ese otro hace lo mismo, y ese otro hace lo mismo. El consumidor referido por la sociedad, y el referido por el consumidor, no es el mismo, se ha desplazado. No hay especjos, hay especularidad: la imagen reflejada es la de la mimesis colectiva en la cual los

sujetos no se representan colectivamente sino como figuras fragmentadas, como en múltiples trozos de un espejo roto, de alteridad. Al no poder representarse a sí mismo de manera completa, autoreferida, el otro se diluye, se especulariza. La paradoja mimesis-racionalidad, engendrada en el proceso de construcción argumental-mímica, la resuelven los jóvenes fragmentando al otro, su propia imagen. El otro se ha especularizado

Significación del Espacio Público en Chile. Santiago: Territorios Cifrados

María Loreto Flores

La gente busca ilusiones; no quiere las realidades del mundo.

Y yo me pregunto ¿Dónde encuentro yo ese mundo de ilusión? Venturi.

El tema de los espacios públicos en Chile ha sido abordado intensamente desde el quehacer arquitectónico, situándolo en la discusión central de las bienales de arquitectura de 1997 y 2000, sin embargo la mayoría de las investigaciones se basan en cánones comunes producto de la implantación europea en el territorio americano, en desmedro de una búsqueda sobre la real significación que los llamados "espacios públicos" tendrían para los chilenos.

Esto reviste mayor interés en el actual marco de globalización cultural en el que estamos inmersos, fenómeno que favorecería la pérdida de nociones espaciales particulares ante un desarrollo hegemónico cuyo eje constituyente sería el mercado, transformando al ciudadano público en un espectador de los otros y de los acontecimientos urbanos que van más allá de la elección y el intercambio, replegándose paulatinamente de la ciudad para ocupar nuevos espacios de consumo como los mall, cuya fortaleza reside en una cualidad simulada, la de ser un espacio de todos, sin serlo. Lo anterior se agravaría en una sociedad como la nuestra, en la cual pareciera existir una noción privatista del espacio, que se hace patente en el sueño chileno de la casa con patio y jardín; la idea de un pequeño universo de libre disposición que permitiría la exhibición de una apariencia, un lenguaje para los otros y la absoluta re-

serva de la vida interior. La marcada individualidad que esto revelaría, tendría antecedentes profundos tanto en el encierro geográfico del territorio como en el uso de los ordenamientos prehispánicos, especialmente mapuches y el posterior asentamiento hispano colonial. La connotación pública que los conquistadores les habrían dado a determinados espacios, estaría ausente en la vertiente indígena, que manifestaría una ocupación del medio natural, más que un diseño de los espacios mismos. Los conquistadores por el contrario, geometrizaron el territorio otorgándole protocolos de uso que privilegiaron indiscutiblemente la seguridad de los espacios cerrados, rasgo que se deslizaría hasta nuestros días al atractivo paseo por los centros comerciales.

Así, el Paraíso del consumidor v/s el Páramo urbano del que habla Moulian, puede ser una situación dialógica y crecientemente redundante en muchos centros urbanos, pero en Chile, la concentración de actividades colectivas en los espacios de consumo en oposición al abandono de los tradicionales espacios destinados a este fin, plantea la interrogante acerca de la genealogía de nuestros "espacios públicos", cuyo abordaje quizás nos llevaría a descubrir en la arquitecturización del mall los principales rasgos de nuestra particular noción de "lo público".

Advertencia

El presente estudio pretendió indagar sobre las relaciones subyacentes que los chilenos tenemos para con los