



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología



# **Culturas de Consumo de Alcohol y Cocaína en Mujeres Jóvenes de la Región Metropolitana: Territorios Psicotrópicos de la Experiencia Femenina Juvenil Urbana**

Memoria para Optar al Título de Antropólogo Mención Antropología Social

SEBASTIÁN IGNACIO BRAVO VIVEROS

Profesor Guía: Dimas Carlos Santibañez

Santiago, Septiembre 2017



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología



## ***Dedicatoria***

*A Patricia Bravo, por la buena estrella que nos legó*



## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a las mujeres protagonistas de este proyecto, por la gran confianza y empatía que tienen al compartir sus voces, sus oscuridades y sus alegrías más cotidianas.

Agradezco a mi mamá, por la profunda convicción y comprensión que me ha brindado en este largo proceso. A mi papá, por la preocupación y sensibilidad con que me ha acompañado. A la Javi y a la Dani, mis hermanas queridas por su apoyo incondicional. A las distintas personas de mis familias por su constante aliento.

Agradezco a mis amigas y amigos de la u por el gran amor, alegría y sabiduría que me compartieron y que permite mantener el fuego ardiendo y pasar a ser una parte indispensable de mi vida.

Agradezco a mis amigos del liceo, por los infinitos reencuentros y por el apoyo que me brindaron.

Agradezco también a mi profesor guía Dimas Santibañez por sus consejos y buena disposición ante el inminente desastre.

Agradezco también a mis compañeras y compañeros de las distintas organizaciones político-sociales en las que he participado estos años y que me han dado toda la energía para dar la pelea y seguir entendiendo que la vida sigue siendo política.

Agradezco además a quienes hacen posible esto: a las trabajadoras y trabajadores de la universidad y del campus que con su trabajo permiten que todo tenga sentido.

Y por supuesto agradezco a los feminismos, a las comunidades militantes y a toda mi gente quienes con sus luchas muestran caminos de libertad.



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología



*“Donde manda capitán,  
muere, muere, muere,  
muere marinero.  
Todos saben bien que es por dinero.*

*Me hago un asado,  
de faso,  
tomo sodeado,  
me paso,  
termino borracha,  
tengo buena suerte  
y mala racha.”*

*(Asado de Fa, Sara Hebe)*



## TABLA DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN .....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
I. Sustancias Psicotrópicas y Transformaciones Sociohistóricas del Consumo de Drogas .....	8
<i>a. Nueva Episteme, Masificación y Cambios en los Patrones de Consumo de Drogas.....</i>	<i>8</i>
<i>b. Transformaciones de las Mujeres y Jóvenes Consumidoras .....</i>	<i>9</i>
<i>c. Génesis de la Noción Contemporánea de Mujer Consumidora: Normalidad, Estigma Femenino y Desviación .....</i>	<i>12</i>
II. El Consumo Femenino de Drogas Contemporáneo .....	14
<i>a. El campo de las Drogas Lícitas.....</i>	<i>14</i>
<i>b. El Campo de las Drogas Ilícitas .....</i>	<i>16</i>
III. El Consumo Femenino de Drogas en América y Chile .....	18
<i>a. Masculinización y Consumo Juvenilizado de Drogas.....</i>	<i>19</i>
IV. El Paradigma Sociocultural: Culturas de Consumo de Drogas .....	21
V. Culturas de Consumo, Interseccionalidad de Género y Drogas.....	26
VI. Pregunta y Metodología de Investigación .....	29
 <b>CAPÍTULO I: <i>Modos de Beber, Modos de Jalar</i> .....</b>	 <b>32</b>
I. Prácticas de Preconsumo .....	35
<i>a. Adquisición: Circuitos Mercantiles y Subcircuitos no Mercantiles .....</i>	<i>36</i>
<i>b. Distribución: Masculinización e Intermediación Autónoma.....</i>	<i>42</i>
II. Prácticas de Consumo .....	44
<i>a. Espacios Publico/Privado y Circuitos de Consumo Metropolitano .....</i>	<i>45</i>
<i>b. Tiempo de Excepción, Tiempo Festivo y Rituales de Consumo .....</i>	<i>50</i>
<i>c. Fundamentos de las Cadenas Rituales de Consumo .....</i>	<i>52</i>
<i>d. Etapas de las Cadenas de Rituales de Consumo .....</i>	<i>56</i>
Cadenas Ritualesde (Poli)consumo .....	57
III. Prácticas de Postconsumo.....	62



<b>CAPÍTULO II: <i>Morales de Género, Valores y Resistencias</i></b> .....	65
I. Espacios, Territorios y Códigos Morales .....	67
II. Lo Festivo: Transgresión y Ambivalencias .....	68
a. <i>La Abstención de Beber</i> .....	69
b. <i>Maternidad Obligatoria</i> .....	71
c. <i>Estigma Estético</i> .....	72
d. <i>Dulzura y Suavidad</i> .....	74
e. <i>Recato, Pasividad y Heteronormatividad</i> .....	75
III. Las Formas de la Resistencia: Inversiones, Códigos Alternativos y Códigos Contrahegemónicos .....	78
a. <i>Después de la Fiesta</i> .....	80
b. <i>Redistribución de lo Masculino: Binarismo, Conflicto y Apertura</i> .....	82
<b>CAPÍTULO III: <i>Significados, Biopolítica y Corporalidad</i></b> .....	85
I. Efectos Psicotrópicos, Biopolítica y Estilos Juveniles .....	88
a. <i>Cuerpos Borrachos, Cuerpos Jalados: Cuerpos</i> .....	88
a.1. <i>Cultura Electrónica/House y Grupos Juveniles de Estratos Altos</i> .....	88
a.2. <i>Cultura Alternativa y asociados a Circuitos Centrales de Ocio y Diversión             Juvenil</i> .....	90
a.3. <i>Cultura Underground y Asociadas a Circuitos Periféricos</i> .....	93
a.4. <i>Cultura Punk/Hardcore</i> .....	96
II. El Cuerpo Controlado/ el Cuerpo Desbordado .....	98
III. Territorios Culturales y Juventudes .....	103
<b>CONCLUSIONES</b> .....	104
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	109
<b>ANEXOS</b> .....	118
I. Pautas de Entrevista en Profundidad y Pauta de Observación .....	118
II. Ficha Sociodemográfica .....	123
III. Resumen de Casos .....	127
IV. Consentimiento Informado .....	129



## RESUMEN

Con un enfoque interseccional de género que cruza las dimensiones de generación, estrato socioeconómico y territorio, la presente investigación indaga en la estructuración de las culturas de consumo de alcohol y cocaína de mujeres jóvenes de la Región Metropolitana. Esta problemática se analiza a través un cruce heterodoxo entre ciertos aportes de la biopolítica foucaultiana y la teoría sociocultural del consumo en una propuesta que intenta describir las prácticas de consumo e identificar los valores y significados asociados a dichas prácticas.

Esta investigación es de tipo cualitativa y se enmarca en un proyecto exploratorio-descriptivo, que pone de relieve la dimensión subjetiva y social de las jóvenes consumidoras en torno al consumo de drogas. En consecuencia, la estrategia metodológica se centró en una serie de entrevistas semi-estructuradas en combinación con etnografías multilocales (Marcus, 2005) a partir de lo cual se puso énfasis en los principios y fundamentos de la acción simbólica de las cadenas rituales de consumo, el rol y mecanismos de las transgresiones festivas y la interpretación de los significados asociados a cada sustancia desde la perspectiva del cuerpo *borracho* y el cuerpo *jalado*.

Los principales resultados dan cuenta de la estructuración social del consumo como práctica simbólica que re(produce) cohesión a nivel intergrupal y demarca fronteras a nivel extragrupal y a partir de aquello se desarrollan estatus sociales y jerarquías simbólicas asociadas al consumo. Por otra parte se ahonda, en la experiencia de las transgresiones morales como prácticas de reproducción, negociación y resistencia ante un código moral hegemónico basado en el binarismo de género y roles y atributos específicos asignados a las mujeres y a lo femenino. Finalmente se esbozan significados en torno al consumo del alcohol y cocaína como tecnologías simbólicas que son construidos en torno a tres familias de sentidos: *potenciación/energización, restitución y fuga*.

### Palabras Claves:

*Mujeres Jóvenes, Consumo de drogas, Género, Culturas de Consumo.*



## INTRODUCCIÓN

### I. Sustancias Psicotrópicas y Transformaciones Sociohistóricas del Consumo de Drogas

#### a. Nueva Episteme, Masificación y Cambios en los Patrones de Consumo de Drogas

El uso de sustancias psicotrópicas<sup>1</sup> ha sido una práctica atávica de la humanidad y por tanto no se restringe a ser un fenómeno propio de la modernidad. En ese sentido, existe evidencia de su ejercicio en numerosos grupos de cazadores y recolectores en diferentes zonas del planeta durante diferentes períodos históricos. Los contextos sociales en que se ocupaban las sustancias psicotrópicas recurrentemente estaban vinculados a actividades mágico-terapéuticas, cultos religiosos o a ritos de pasaje ligados a la transición entre la niñez a la adultez en ciertos grupos humanos (Slapak y Gregoravicius, 2007). Además, es posible reconstruir su uso en relación a actividades recreativas que servían para afinar sentidos, conferir fuerza y resistencia, adormecer facultades o transportar a Otra realidad (Folgar, 2007). En el caso de América, por ejemplo, ha sido tradicional el uso de hoja de coca para combatir el cansancio en la zona andina, el peyote como parte de consumos rituales en la región mesoamericana o el *mudai* como bebida alcohólica de socialización basada en la fermentación del piñón en el territorio mapuche.

Posteriormente y como consecuencia del proceso de conquista y colonización de América, se produce un nuevo escenario que inaugura una nueva episteme (Foucault; 1979) y un nuevo marco cultural para el consumo de sustancias psicotrópicas. En efecto cabe destacar que si bien se produce el desgarramiento del contexto cultural que sustentaba el consumo de sustancias psicotrópicas en las sociedades prehispánicas, la práctica en sí misma no es restringida. Al contrario, la propia consolidación de los mercados imperiales durante el siglo XVI y XVIII estuvo basada en el tráfico de sustancias psicoactivas como el opio, tabaco, coca, café o alcohol (Luna-Fabritus, 2015). En ese sentido, el consumo moderno de drogas se constituye como efecto colonial de la expansión mercantil y de la geopolítica moderna (Sepúlveda, 2011).

No obstante, es a partir de finales del siglo XIX y principios del siglo XX que se inicia el proceso de masificación y expansión general del consumo de drogas entre las capas medias y populares en Occidente, fenómeno que determina que ciertas sustancias psicoactivas dejen de ser consideradas de uso exclusivo de las élites y las clases “minoritarias” y pasen a ser de uso general (Luna-Fabritus, 2015). Proceso crucial en esta etapa, fue la expansión del mercado mundial durante el período de la Revolución Industrial europea, fenómeno que implicó grandes cambios tecnológicos y el auge de las redes de transporte y telecomunicación que propiciaron el desarrollo de la industria químico-farmacéutica y la posterior industrialización de cientos de sustancias medicinales durante la primera década del siglo XX (Romaní, 2013). Es por tanto a partir de ese

---

<sup>1</sup> Usamos sustancias psicotrópicas como sinónimo amplio de sustancias psicoactivas.





proceso que se da el aislamiento y producción comercial de alcaloides psicoactivos como la morfina y la cocaína, el descubrimiento y manufactura de drogas sintéticas, y el descubrimiento de derivados semisintéticos como la heroína. (Romani, 2010; Luna-Fabritus, 2015).

En ese contexto, las nuevas sustancias sintetizadas fueron principalmente consumidas en torno a prácticas médico-terapéuticas y de uso personal por parte de las mujeres de la época. Así lo explica Nuria Romo (2005) para el caso español y estadounidense:

*“(...) Hasta el siglo XIX la mayoría de usuarias de opiáceos eran mujeres que los utilizaban como medicamentos para tratar multitud de dolencias, asociadas a la imagen de la mujer victoriana como menos capaz de enfrentar el dolor que el varón y, por tanto, más necesitada de medicación. En Estados Unidos el prototipo de «usuario de drogas» en ese período ha sido descrito como «mujer blanca, de clase alta y del sur». Los registros de la época citan problemas ginecológicos como la principal causa de uso. Cocaína y opiáceos y cánnabis fueron ampliamente prescritos para tratar estos «problemas de las mujeres» (p. 4).*

Tal como observamos, el consumo femenino de sustancias psicotrópicas en aquella época se masifica estrechamente ligada a una noción prematuramente medicalizada de los procesos de salud y gestión corporal femenina.

En el caso de América por otra parte, las mujeres utilizaban morfina, cocaína y derivados en un uso similar a sus congéneres. En particular en Chile, el uso de opio, morfina y cocaína se dio en un comienzo de manera restringida y vinculada a figuras de la bohemia: artistas, jóvenes de la elite y también a figuras populares como prostitutas, delincuentes o también a las colonias de comerciantes chinos o trabajadores bolivianos en la zona norte del país. (Fernández Labbé, 2011). Fue precisamente a partir del contacto con estas comunidades que en Chile se popularizó el uso de la cocaína y opiáceos durante comienzos de siglo y cuyo uso se expandió rápidamente. En consecuencia, el consumo femenino de sustancias psicotrópicas durante la etapa de masificación en Occidente se dio en el contexto de un uso privado, sujeto generalmente a prescripción médica, circunscrita al ámbito doméstico y mediado por un código moral en donde el decoro, la abnegación, la sumisión y la maternidad constituían los valores guía de la conducta de las mujeres hasta la primera mitad del siglo XX (Catalán; 2013).

## **b. Transformaciones de las Mujeres y Jóvenes Consumidoras**

El proceso de masificación del consumo general de drogas en Occidente durante el siglo XX se produjo como parte de la emergencia de una *cultura de masas* anclada en grandes transformaciones sociopolíticas, económicas, legales y culturales de las mujeres durante el proceso de reorganización capitalista global en el período de posguerra. En efecto, esto se tradujo en intensos procesos de migración que condicionaron la formación de nuevos actores, la reorganización de la estructura del trabajo, la crisis de los roles femeninos del modelo fordista y la aparición de emergentes condiciones de vida y relaciones urbanas que decantaron finalmente en la aparición de nuevos patrones de consumo.



Estos múltiples fenómenos se articularon en torno a dos procesos complementarios que dieron forma a la actual gestión del consumo de drogas y de los sujetos consumidores. En primer lugar, estas transformaciones estuvieron atravesadas por el creciente proceso de medicalización de la sociedad occidental basada en el Modelo Médico Hegemónico (Romaní; 2013), y, en segundo término, en torno a la consolidación de un discurso moral arraigado en sectores protestante de Europa y Norteamérica (Romaní; 2013). Estas dos matrices discursivas en combinación produjeron el escenario propicio para la génesis del problema de la droga como objeto de gobierno para los Estados (Sepúlveda; 2011) y que daría paso posteriormente al surgimiento e implementación de políticas para la regulación y criminalización de las sustancias psicotrópicas (Luna-Fabritius; 2015). En lo que respecta al caso chileno específicamente, el consumo de drogas pasó a convertirse en un problema de Estado hacia 1920 como efecto de las presiones internas de la corporación médica y de la influencia del contexto internacional, lo que se tradujo en la institucionalización de las sustancias psicotrópicas, la monopolización de la venta y distribución de éstas a través de la industria farmacéutica nacional y la posterior penalización hacia mitad de siglo XX.

Sin embargo, y como efecto de la revolución farmacológica, se produce también un aumento de los procesos de producción y distribución a gran escala, lo que vino aparejado de un aumento en el consumo de bienes, servicios y distintas mercancías como las drogas. Las mujeres, como consecuencia de aquello, desarrollaron un rol central en el terreno de los nuevos consumos, que incluiría en gran medida el campo de la cosmética, así como el de la higiene, la ropa y la casa (Passeronni, 1993).

Este desplazamiento de las mujeres hacia el ámbito público, y que se tradujo en el ingreso de las mujeres a la labor fabril y artesanal condujo a la génesis de una doble jornada laboral: ahora en la fábrica y en el hogar. Precisamente estas transformaciones en la esfera del trabajo y el consumo de las mujeres, impactaron en la ampliación de nuevos roles para la ama de casa, la cual ahora debió ser al mismo tiempo consumidora y administradora de la casa (Passeronni, 1993, p.385).

En otro plano y simultáneamente a la reconfiguración de los roles femeninos se produjo la masificación de la “juventud” y las culturas juveniles como categoría autónoma e interclasista. Este fenómeno repercutió en la ampliación de la capacidad adquisitiva de las jóvenes, lo que, sumado a la difusión de los medios de comunicación de masas, la escolarización masiva y al nacimiento del mercado adolescente repercutió en configurar un culto a la juventud, convirtiéndose la juventud en la edad de moda. No obstante, estas transformaciones tuvieron efectos diferenciales en cada joven en tanto la experiencia de “juventud” para las y los jóvenes de elite significó un período de moratoria social dedicado al aprendizaje formal y al ocio, mientras que para las y los jóvenes populares consistió en una inserción temprana en el mundo del trabajo (Feixa, 2006).

Es precisamente en medio de este nuevo contexto y estas nuevas tensiones, que grupos de mujeres de elite y de clases medias urbanas ocuparon, cada vez con mayor insistencia, nuevos espacios. De esta forma, su presencia se hizo habitual en el teatro, las salas de cine, los salones de té y aun en los clubes sociales, en los cuales, a principios del siglo, sólo se permitía la presencia masculina. La transformación de los



roles femeninos permitió que las mujeres de las sociedades occidentales y de la elite y estratos medios de las sociedades dependientes tuvieron oportunidad de estar en contacto con el extranjero, adoptando actitudes y comportamientos que se distanciaban del ideal femenino convencional (Catalán; 2013). Así y dada la influencia del cine y la publicidad, las mujeres comenzaron a fumar cigarrillos y beber alcohol como prácticas vinculadas a la masificación de modelos culturales apoyados en gran parte en los medios de comunicación de masas y que reforzaron una "cultura de la belleza", desde donde surgieron imágenes femeninas enormemente carismáticas, personificadas por actrices en la figura de las *divas*, entendidas como precursoras de las reivindicaciones de independencia de las mujeres (Passeronni, 1993).

Sumado a los nuevos espacios de ocio, la escuela -vinculada al creciente proceso de escolarización- se transformó en un espacio de sociabilidad compuesto por una serie de rituales: deportes, clubes, fraternidades, bailes y fiestas de graduación, cines al aire libre, etc. lo que configuró a la escuela como un espacio en el cual la edad era mucho más importante que la clase y en donde se empezó a cuajar una cultura juvenil semiautónoma de la adulta (Feixa, 2006:22). Es precisamente en estos espacios donde comienzan a articularse los valores como la libertad, la belleza y el encanto con las prácticas consumo de sustancias como el tabaco o alcohol. En el caso particular de Chile, los procesos de visibilización del consumo femenino juvenil de drogas y el uso de espacios masculinizados fueron fenómenos que se dieron paulatinamente y anclados a la influencia de industria musical internacional y que tuvo su adaptación a través de la *Nueva Ola*<sup>2</sup> y los clubs de fans de los distintos artistas, el *rock* y espacios como los *malones* o fiestas donde se consumían bebidas alcohólicas como el pisco o la grapa y también se fumaba marihuana y cigarrillos. En ese sentido, el consumo de drogas por parte de las mujeres en cierta medida logró en esta época traspasar el espacio doméstico y logró visibilizarse en el espacio público, logrando la ocupación y tensión de la territorialidad psicotrópica masculinizada.

Sin embargo y a pesar de la creciente visibilización del consumo femenino juvenil de drogas en el espacio y discurso público, la década de los '50 trajo una arremetida de la industria farmacéutica en el control del consumo femenino, hecho que se tradujo en la difusión y legitimación del uso de los tranquilizantes como única sustancia adecuada para el «tratamiento de las mujeres», en un proceso que a su vez contradecía los discursos publicitario que había construido la industria en torno a estas sustancias durante el siglo XIX y principios del siglo XX.

En efecto, es solo durante los años setenta que el contexto predominante de uso terapéutico dio relevo al inicio de los usos lúdicos y recreativos a través de la heroína, alternando en las décadas siguientes las tendencias de consumo recreativo de otras drogas ya ilícitas como la cocaína, las drogas de síntesis y la marihuana en los últimos años. La juventud en este contexto dejó de ser entendido como un conglomerado interclasista, sino que pasó a transformarse en una nueva categoría social portadora de

---

<sup>2</sup>Nueva Ola es el término con el que se denominaba —principalmente en los países sudamericanos— al grupo de músicos e intérpretes que durante los años 1960, y hasta principios de los años 1980, adoptaron la influencia musical del *rock and roll* de Estados Unidos y de los patrones de la cultura pop de Europa. Los principales referentes nacionales son Los Blue Splendors, Cecilia, José Alfredo "El Pollo" Fuente, Luis Dimas, Buddy Richard entre muchos otros.



una misión emancipadora, incluso como una *nueva clase revolucionaria* y que supera la noción funcionalista de la juventud como cultura autónoma que reflejaba los valores de una sociedad integrada (Feixa, 2006: 13). Así se da el movimiento hippie, las revueltas estudiantiles en la década del '60 y los procesos revolucionarios y de descolonización en los países subalternos que se tradujo en el movimiento de las comunas, la ocupación de casas y la revolución de las drogas, el sexo y el rock & roll y después el punk como expresiones de la contracultura juvenil.

Finalmente, ya a finales del siglo XX y producto de la era digital, los jóvenes se convirtieron en el grupo de edad con el acceso más grande a los ordenadores y a internet, lo cual ha reconfigurado estilo de vida y visión del mundo juvenil, esbozando rupturas generacionales y generando nuevas formas de socialización que impactaron en la emergencia de nuevos patrones de consumo de drogas mediados en sus usos y modelos culturales por la virtualidad (Tapscott en Feixa, 2006). En ese sentido, el panorama de consumo latinoamericano actualmente ha sufrido transformaciones, entre las que destaca, la aparición y extensión de nuevas sustancias (Gómez, 2012). Aquello ha repercutido en derribar el mito del consumidor de una sola sustancia (Calafat en Gómez, 2012), considerando el policonsumo como el nuevo patrón que establecen las y los jóvenes para consumir drogas.

Dentro de aquellas modalidades de policonsumo, el *binge drinking* (Gómez, 2012) se ha convertido en uno de los fenómenos claves del consumo juvenil en tanto el alcohol es la sustancia más consumida y a su vez la más elegida para comenzar la noche, y a la cual se le van sumando la ingesta de tabaco, marihuana, cocaína o drogas sintéticas (OAD; 2012). Sumado a lo anterior, se ha dado la aparición de varias nuevas sustancias psicoactivas (NSP), que a menudo tienen propiedades químicas y/o farmacológicas similares a las sustancias controladas internacionalmente (CICAD: 2015). Al igual que ocurren otras partes del mundo, en las metrópolis se ha incrementado el consumo de sustancias sintéticas como el Popper, el GHB, la ketamina y la metanfetamina durante los últimos años. También se han constatado crecientes niveles de consumo de drogas sintéticas como el "éxtasis" entre los jóvenes sudamericanos, convirtiéndose ésta última sustancia en el Estimulante de Tipo Anfetamínico (ETA) más consumido en los países de América Latina, como también uno de los más consumidos en las Américas en general (CICAD; 2015).

En definitiva, las múltiples transformaciones en las prácticas, roles y representación femenina y juvenil producidas a partir de la inserción femenina en el circuito de trabajo asalariado, la influencia y expansión de los medios de comunicación masivos, la creciente medicalización sumado a los procesos de escolarización y juvenalización de las sociedades occidentales fueron algunos de los factores que propiciaron la emergencia de nuevos patrones de consumo y la apertura del campo de las drogas como territorio en tensión.

### ***c. Génesis de la Noción Contemporánea de Mujer Consumidora: Normalidad, Estigma Femenino y Desviación***

Genealógicamente y tal como revisamos en el apartado anterior, la construcción sociohistórica de la mujer consumidora se encuentra enquistado en las transformaciones



propias del sistema de género contemporáneo y las tensiones asociadas al proceso de reconfiguración de la dimensión pública/privada a partir de la reestructuración capitalista internacional, el cual abrió un nuevo proceso de tensión en torno a las transformaciones de las identidades femeninas, los nuevos patrones de consumo femenino y la ocupación de nuevas territorialidades sociales, simbólicas y culturales en la sociedad.

Dentro de aquel amplio proceso de transformaciones, han operado distintos dispositivos de normalización de la conducta femenina que han tendido a reforzar y (re)crear los discursos disciplinadores emanados de la medicina y otras disciplinas e instituciones sociales durante el siglo XX. En particular, podemos apuntar a que la propia formulación de una política de drogas prohibicionista elaborada desde Estados Unidos e implementada a nivel internacional han construido las condiciones de posibilidad para la configuración de la noción contemporánea de normalidad vinculada a la legalidad y a la expansión de juicios condenatorios y estigmatizantes acerca del uso de drogas en mujeres en el discurso público. En otras palabras, la noción de mujer consumidora inaugurada a partir de la política prohibicionista ha condicionado la construcción histórica de un *triple estigma femenino*. De este modo, las mujeres consumidoras han quedado circunscritas a la imagen de la “mujer adicta”, la cual aglutina un triunvirato de imágenes sociales como la *mala madre* (Romo; 2005), la *delincuente* y la *prostituta*, categorías que terminan por revelar la estrecha articulación que existe entre prácticas de consumo, roles de género y sujetos *fuera de la norma* y cuyos fundamentos se sustentan en base a imágenes estereotípicas en torno a la prostitución y la desviación de las feminidades hegemónicas y socialmente aceptables (Rosenbaum y Murphy; 1990), teniendo como efecto la fabricación de un imaginario social negativo de las mujeres consumidoras y un marcado rechazo social frente a sus prácticas de consumo.

Esta misma apreciación vale para el consumo y dependencia de sustancias lícitas (el alcohol o el tabaco principalmente) ante las cuales la mujer se halla constreñida por una estrechez superior de los márgenes de la norma masculina. Así la desviación respecto a aquella normatividad, se relaciona enseguida con sus roles sociales de madre, ama de casa en conjunto con sus expectativas, sus responsabilidades familiares, etc. (Rekalde y Vilches; 2003). De este modo y siguiendo a Goffman (1964), el consumo de sustancias psicotrópicas y los virtuales procesos de adicción quedan inscritos en el cuerpo de las jóvenes y en su identidad social como *diferencias indeseables* que transforman una serie de prácticas en atributos *despreciados* y las individuos que los portan en seres *despreciables* que quedan excluidas de la interacción social e inferiorizada en su condición ontológica. En ese sentido, estos procesos marcan y refuerzan la articulación de un imaginario social entre sustancias psicotrópicas, toxicomanías y delinquentes o agentes antisociales dentro de la sociedad chilena (Fernández Labbé; 2011), fundamento histórico que ha servido para la construcción de las consumidoras de drogas como *enemigas internas del Estado* y en cierto sentido *desestabilizadoras del orden familiar y político*. Ejemplo directo de aquello, es el creciente aumento de mujeres encarceladas en América Latina, en un proceso de feminización de los encarcelamientos de los delitos asociados a drogas (Markez et al, 2011).

A partir de lo anterior, es posible afirmar que se da un doble proceso: uno como ruptura de la noción de mujer consumidora que se manejaba hasta antes de la política



prohibicionista de drogas, y un segundo momento que se da de forma simultánea, y que apunta a una continuidad de los procesos de normalización de la subjetividad femenina a través de los dispositivos jurídico, médicos y biopolíticos de gobierno que operan en el campo de las drogas y que dan origen al estigma como sanción social y moral como reverso de una *normalidad femenina*.

## II. El Consumo Femenino de Drogas Contemporáneo

Actualmente, y teniendo en cuenta las distintas transformaciones estructurales de los patrones de consumo femenino y juvenil, es posible afirmar que el incremento y visibilización del consumo femenino se ha configurado como uno de los procesos clave del escenario actual en el campo de las drogas. Teniendo aquello como premisa, a continuación haremos una breve caracterización de los principales patrones y dinámicas internacionales y continentales de consumo de drogas contemporáneo como forma de indagar en el nuevo panorama que existe en torno a estas prácticas.

### a. El campo de las Drogas Lícitas

**Alcohol** – Dentro de este escenario, se ha dado un alza sostenida del consumo de alcohol<sup>3</sup> por parte de mujeres, proceso que ha marcado un paulatino distanciamiento del patrón de consumo en la cual es más común la abstinencia y la menor ingesta de alcohol en el caso de las mujeres que en el de los hombres (OMS; 2014). Sumado a aquello, se observa que paralelamente la población adolescente (entre 15 y 19 años) de Europa y América, son los grupos sociales que presentan las mayores proporciones de consumo recurrente de alcohol en las últimas décadas.

En cuanto al patrón de consumo global de alcohol, el porcentaje de bebedores que tienen consumos episódicos excesivos de alcohol (CEEA)<sup>4</sup> también ha aumentado, siendo el caso de las mujeres en donde más ha crecido esta forma de beber casi triplicándose (de 4.6% a 13%). Asimismo, existen regiones como África, Europa y las Américas donde la diferencia en cuanto a los consumos excesivos han tendido a equipararse. No obstante, los CEEA's sigue siendo más generalizados entre los hombres, encontrándose regiones como el Sudeste Asiático donde las mujeres son 11 veces menos propensas a tener estos episodios que los hombres.

Por otra parte, es importante destacar que el alza del consumo de alcohol se sitúa en los países de mayores ingresos, los cuales detentan mayores consumos de alcohol per cápita

---

<sup>3</sup>El alcohol como droga lícita constituye una de las drogas más consumidas y masificadas a nivel global y por tanto es sumamente útil para rastrear las transformaciones y tendencias del campo de drogas lícitas. En lo que respecta al panorama mundial se calcula que el 39,3% de toda la población mundial de 15 o más años ha probado el alcohol durante el 2013 (OMS; 2014). Dentro de aquel escenario, se calcula que la mitad de alcohol se consume en forma de alcoholes *spirits* es decir bebidas alcohólicas destiladas como el ron, whisky, brandy, vodka, tequila, etc., las cuales tienen un contenido alcohólico relativamente elevado (alrededor de 40°). El segundo tipo de alcohol más consumido es la cerveza, la cual representa la tercera parte de todo el alcohol consumido en el mundo. Por otra parte, el consumo de vino representa una cuarta parte del consumo total de Europa y una parte importante del consumo total de las Américas sobre todo debido a la alta proporción de consumo de vino en Argentina y Chile. Además, se estima que una cuarta parte de ese consumo proviene de bebidas alcohólicas de fabricación casera o producidas y vendidas fuera de los controles gubernamentales y que por tanto no está sujeta a regulación (OMS; 2014).

<sup>4</sup> En la literatura anglosajona se habla también de *binge drinking* como fenómeno homólogo y que hace referencia a la ingesta de 60 gr. o 5 vasos estándar de alcohol para una sesión de consumo (OMS; 2008).



y una prevalencia más alta de consumo episódico de alcohol entre los bebedores. En específico, son los estratos socioeconómicos altos de los países de mayores ingresos los que presentan patrones de consumo con mayor cantidad de bebedores, con más ocasiones de consumo, pero con consumos de menor riesgo. Aquel escenario se despliega en oposición a los estratos socioeconómicos bajos donde la abstinencia es más común o donde los patrones de consumo de alcohol son de mayor riesgo (OMS; 2014). En otras palabras, el alza del consumo de alcohol se produce a nivel de la elite de los países más ricos, no obstante, el consumo más riesgoso sigue operando a nivel de los sectores más pobres de la población mundial.

Otra característica clave del consumo de alcohol mundial es la concentración del 40% del consumo total de alcohol mundial en un 10% de la población bebedora (CICAD; 2015). Aquello refuerza la idea de que el consumo de alcohol está focalizado en una franja de población con hábitos de consumo intensivo que sobrepasa los niveles promedio de consumo de la población mundial. En particular, es posible caracterizar aquella franja como fundamentalmente masculina, en vista de que las mujeres consumen aproximadamente solo la mitad -o incluso menos de la mitad según la región- de alcohol per cápita que los hombres a nivel mundial (OMS; 2014), hecho que configura un patrón de consumo intensivo masculinizado.

En términos generales, cabe entender que a pesar de que tanto hombres como mujeres consumen bebidas alcohólicas e incluso se ha producido un alza en el consumo de alcohol en mujeres y jóvenes a nivel global, lo cual se ha traducido en que el consumo entre sexos se torne equivalente en ciertas zonas del mundo. Sin embargo es necesario destacar que todavía persiste una estructura diferencial en el consumo de ambos sexos, siendo la abstinencia ética más común entre mujeres que entre hombres, o reproduciéndose la situación en donde los hombres consumen mayor cantidad de alcohol y en frecuencias más altas, embriagándose más veces que las mujeres (Wilsnack et al, 2000). Este escenario, en efecto también posee un correlato moral que legitima que la propia embriaguez masculina goce de mayor concesión por parte de la sociedad, actitud que contrasta con la crítica social de la embriaguez femenina (Eriksen, 1991; Ettore, 2004; Castaño, 2008) y la crítica del uso nocivo de alcohol por parte de las mujeres (Otto, 1981; Gomber, 1988; Pretorius et al, 2009 en CICAD, 2015). No obstante, y de manera paradójica, siguen siendo las mujeres las más afectadas por la violencia interpersonal y el comportamiento sexual de riesgo como consecuencia de los problemas con el alcohol y la conducta de consumo de parejas masculinas (Morojele et al, 2006; Kalichman et al., 2007 en CICAD, 2015).

En definitiva, se observa que el consumo de alcohol es una práctica generalizada mundialmente y se encuentra asociada a un patrón de consumo masculinizado caracterizado por consumos episódicos excesivos recurrentes, con alto consumo de alcohol y que se estructura en base a un *consumo sexuado* asociado a diferencias de género, estratos socioeconómicos, generacionales y geopolíticos. Dentro de aquel escenario, se ha producido un alza sostenida del consumo en la población femenina y juvenil, hecho que no obstante no ha transformado el estigma social y moral que todavía se vincula dicha práctica.



**Tabaco.** - En lo que respecta al consumo de tabaco, se calcula que actualmente existen más de 1.000 millones de fumadores en el mundo, dentro de los cuales el 80% vive en países de ingresos bajos o medios (OMS, 2015). Sumado a ello, se estima que un 20% de la población fumadora mundial son mujeres y un 80% hombres, no obstante, a lo largo de la última década esta diferencia entre sexos se ha ido reduciendo paulatinamente, habiendo casos de países en América y Asia en donde el consumo de tabaco se ha tornado equivalente (OMS, 2010; OMS, 2014). En ese sentido, ya se estima que aproximadamente 176 millones de mujeres adultas en todo el mundo son fumadoras diarias (Atlas Tobbaco, 2016). Dentro de lo anterior también, una de las tendencias que se aprecia a nivel global es que los adolescentes se inician en el hábito de fumar a edades cada vez más tempranas (Atlas Mundial de la Salud, 2016). En consecuencia, el aumento del consumo de tabaco entre las mujeres jóvenes de países pobres se ha vuelto clave (Atlas Tobbaco, 2009).

Tal como en el caso del alcohol, el alza del consumo femenino y juvenil de tabaco también opera bajo un patrón históricamente masculinizado y que paulatinamente se ha ido equiparando con respecto a la de los hombres (Wilsnack et al, 2000). No obstante, en el caso del tabaco la rápida equivalencia de consumo entre sexos ha mostrado que las diferencias asociadas a construcciones de género o generacionales han tendido a debilitarse.

**Psicofármacos.** - Finalmente, las tendencias internacionales en los últimos años han apuntado en señalar la creciente prevalencia de psicofármacos (tranquilizantes, ansiolíticos y antidepresivos fundamentalmente) y de opiáceos con fines no médicos en de la población femenina (UNDOC, 2016). Ejemplo de ello, es que en el caso de América del Sur, Centroamérica y Europa el uso de psicofármacos por parte de mujeres, logra superar el consumo de los hombres, convirtiéndose en las principales sustancias consumidas por parte de esta población (ONU, 2014). De hecho, la relación entre hombres y mujeres recetados con tranquilizantes se ha estructurado históricamente en proporción 2:1, lo que significa que el doble de mujeres que de hombres consumen psicofármacos (Burin, s.f.) y en efecto 2/3 de las prescripciones de psicofármacos están dirigidas a mujeres (Markez et al, 2004). Precisamente, aquello señala un creciente proceso de feminización del consumo de psicofármacos a nivel mundial anclado en el avance del proceso de medicalización de la experiencia femenina.

## **b. El Campo de las Drogas Ilícitas<sup>5</sup>**

En términos generales, se reconoce una tendencia global hacia la estabilización de su consumo desde la última década<sup>6</sup> (UNDOC, 2015). De igual forma, se calcula que uno de cada tres consumidores de drogas ilícitas es mujer, no obstante, se observa de manera paralela que las mujeres en general tienen tres veces menos probabilidades de consumir

---

<sup>5</sup> Durante las últimas dos décadas ha habido transformaciones en cuanto al estatus de ciertas sustancias y que dan remodelado la frontera entre el campo de las drogas lícitas e ilícitas y los modelos de gestión gubernamental de los consumidores y adictos. Así se han dado casos como la legalización de la producción, distribución y consumo de cannabis el 2012 en Uruguay o la despenalización de las drogas en Portugal durante el 2001.

<sup>6</sup> Este fenómeno se traduce en la estabilización de la cifra de consumidores en un 5% aproximado de la población general mundial, lo que equivale a que 1 de cada 20 personas entre 15 y 64 años ha consumido alguna droga ilícita durante el último año de este decenio. (UNDOC; 2015; UNDOC; 2016).





drogas ilícitas que los hombres. Lo anterior, señala una estructura similar al campo de las drogas lícitas marcado por un predominio masculino en las prácticas de consumo.

**Opiáceos y Marihuana.** - Dentro de aquel escenario, el consumo de opiáceos (heroína y opio) en la población general se ha mantenido estable a nivel mundial. A su vez, el consumo de cannabis, cuyos consumidores sumaron 183 millones en 2014 (UNDOC; 2015), sigue siendo la droga ilícita de consumo más frecuente en el mundo, hecho que se ratifica con el alto consumo y la constante alza de su ingesta en África occidental y central, Europa occidental y central y Oceanía, así como por sobre todo en América del Norte, especialmente Estados Unidos.<sup>7</sup> Sin embargo, no hay datos globales en torno a las diferencias de consumo entre sexos.

**Cocaína.** - El caso del consumo de cocaína, a pesar de haber tenido un período de estabilidad en la última década, también ha ido aumentando su ingesta, debido principalmente al aumento proporcional de consumidores con respecto al crecimiento demográfico mundial y al alza del consumo de esa sustancia en América del Sur -región de principal producción mundial de cocaína- y a la consolidación de Europa como segunda región de mayor consumo global (OMS; 2016). No obstante lo anterior, es probable que el consumo per cápita de cocaína haya disminuido<sup>8</sup>. Ello indica que el mercado de la cocaína se ha reducido en general, aunque en varios mercados nuevos sigue aumentando el número de consumidores sociales más que habituales (OMS; 2016). En lo que respecta a diferencias en el consumo por sexo y generación tampoco hay datos globales, que puedan compararse.

**Drogas Sintéticas.** - Por último y en cuanto a las drogas sintéticas: ya sea estimulantes de tipo anfetamínico y nuevas sustancias psicoactivas (NSP), el mercado mundial de drogas sintéticas sigue estando dominado por la metanfetamina con mayor prevalencia en Asia. Simultáneamente, Asia y Oceanía pueden estar convirtiéndose en el motor del mercado mundial de éxtasis, mientras que el consumo parece estar contrayéndose en América. No obstante, el escenario mundial muestra que hay un número creciente de países que ha notificado la aparición de una mayor variedad de NSP (OMS; 2016). Aquello también se traduce, en que el consumo de determinadas drogas como la cocaína y las sustancias sintéticas está actualmente más extendido geográficamente que en el pasado, siendo Europa, América del Norte y Oceanía las zonas con mayor alza en el consumo de NSP.

En síntesis, el consumo femenino y juvenil mundial de drogas puede entenderse a la luz de un doble movimiento. En primer lugar, como una paulatina alza del consumo de drogas lícitas como el alcohol, tabaco, la marcada feminización del consumo de psicofármacos y el sostenido crecimiento del consumo de cannabis, cocaína y NSP en el campo de las drogas ilícitas. Y en un segundo momento, la persistencia de la brecha de consumo entre sexos y generaciones a pesar del sostenido crecimiento del consumo femenino y juvenil. En ese sentido, casos como el alcohol y la cocaína son ejemplos paradigmáticos de

---

<sup>7</sup> Además, ha habido transformaciones en la potencia del cannabis la cual ha ido aumentando en muchos mercados durante el último decenio (UNDOC, 2015).

<sup>8</sup> El factor primordial de la disminución del consumo de per cápita estaría asociado a la reducción de la cantidad disponible para el consumo en los últimos años, vinculada principalmente a la disminución de la producción en la región andina.



drogas en tanto el crecimiento del consumo de estas sustancias no constituye una equivalencia en las prevalencias históricas entre sexos, hecho que recalca que existen construcciones de género, sociales y generacionales que siguen operando en su práctica.

Frente al fenómeno anterior, se ha comprobado que el acercamiento de la población femenina al consumo de drogas ilícitas en la experiencia urbana occidental es menor y en tal sentido, el consumo femenino está concentrado en el uso de drogas lícitas mientras que el consumo masculino se centra en el uso de sustancias ilícitas tal como en el contexto internacional (Romo, 2013). Es por tanto que a pesar del ingreso de las mujeres a muchos espacios sociales y simbólicos marcados por el predominio masculino como el campo de las drogas, todavía siguen vigentes diferencias en cuanto al consumo entre sexos sumado a que todavía persiste un estigma social asociada a las consumidoras tanto en drogas lícitas como el alcohol como en drogas ilícitas como la cocaína, fenómeno que revela la operación de primero construcciones de género asociados a la configuración de roles, normas y prácticas diferenciadas para cada sexo. (Romo, 2005; Llorca et al, 2013; Meneses y Charro, 2013; Vilariño et al, 2004; Jiménez y Guzmán Ordaz; 2012), y en segunda instancia también la operación de marcos morales de género y geografías de género [gendered geographies] (Jane & Holloway, 2016) en la sociedad urbana contemporánea.

Es por aquello que la construcción del *ser mujer* en nuestra sociedad, influye en la forma en que las mujeres se aproximan y consumen los distintos tipos de drogas y los espacios que construyen para ello. De esta manera, es posible entender que no son equivalentes los patrones de consumo femenino y masculino en relación a los modos de iniciarse y continuar en el consumo de las diferentes sustancias, la posible susceptibilidad de los daños o el contexto social en que se consumen (Romo; 2003, p. 24).

### III. El Consumo Femenino de Drogas en América y Chile

En lo que respecta al consumo de drogas tanto lícitas como ilícitas en América, no es posible hablar de un patrón único, dado que existen múltiples especificidades según las distintas áreas y subregiones del continente y las diferencias en torno a la propia geografía, las distintas políticas y legislaciones en torno a las drogas y las dinámicas socioculturales, económicas y tecnológicas de cada zona. No obstante, es posible señalar ciertos fenómenos relevantes.

Las características más destacadas del consumo americano son la prevalencia histórica de consumo de tabaco, alcohol y marihuana y la consolidación de los jóvenes como principales consumidores de drogas anclados en la creciente alza en el consumo juvenil y femenino en las últimas décadas. Ejemplo de ello, es que el inicio del consumo de drogas se produce a temprana edad, siendo el período escolar la etapa donde se inicia en mayor medida el consumo de sustancias psicoactivas en la población continental. (OPS, 2014) Paralelamente y vinculado a la experiencia de consolidación de los jóvenes como principales consumidores, se percibe la emergencia de un patrón de policonsumo de sustancias y la existencia de procesos de estigmatización de las mujeres consumidoras dentro de las culturas de consumo y las experiencias festivas.



### **a. Masculinización y Consumo Juvenilizado de Drogas**

El consumo juvenil contemporáneo en los contextos urbanos americanos se ha consolidado como fenómeno generalizado.

**Alcohol.** - El patrón de consumo de alcohol en América se configura en base a ser la zona con el consumo más alto per cápita de alcohol después de Europa y también tener la segunda tasa más alta de consumo episódico de alcohol.<sup>9</sup> Dentro de aquel panorama, el patrón de uso de alcohol en los estudiantes secundarios, muestra que alrededor de la mitad o más declara haber bebido alcohol en episodio de consumo excesivo. Esto implica que 1 de cada 2 consumidores de alcohol en el último mes presentan al menos un episodio de consumo excesivo. (OMS, 2014), hecho que ratifica la tendencia histórica de que América tiene las proporciones más altas de adolescentes (15 a 19 años) que beben alcohol, con el 53%. (OPS; 2015).

**Tabaco.** - Situación similar sucede en el caso del consumo de tabaco, dado que a pesar que ha habido una disminución sistemática en el uso de esta sustancia en casi todos los países, tanto a nivel de la población general como también en población escolar (CICAD; 2015), existen y países en Sudamérica como Chile donde ya se ha alcanzado el 10% de consumo de tabaco en población escolar. (CICAD; 2015).

**Cocaína.** - En lo que respecta al consumo de cocaína, por ejemplo, en todos los países las tasas de consumo en los jóvenes de 18 a 34 años supera a las tasas globales correspondientes a cada país y, por lo tanto, con algunas excepciones, el consumo de cocaína en América estaría concentrado en este grupo social. En específico, es en la población escolar de Argentina y Chile donde se visualiza un alza en los niveles de uso de cocaína. (CICAD; 2015). De manera similar a lo observado en otras poblaciones, los hombres alcanzan valores superiores a la tasa global en todos los países y consecuentemente, el consumo de cocaína es marcadamente superior entre los hombres con relación a las mujeres. (CICAD, 2015). Ejemplo de ello, es que el consumo de cocaína entre universitarios es mayor entre los hombres. En aquellos países de mayor prevalencia, como Brasil y Colombia, por cada mujer que consumió en el último año, tres hombres lo hicieron (CICAD, 2015). Aquello indica que el consumo de cocaína es una práctica masculinizada y constituye un campo de acción en que predominan los hombres jóvenes.

---

<sup>9</sup>En las Américas, las personas consumen un promedio de 8,4 litros de alcohol puro por año, es decir la ingesta es menor que en Europa, pero mayor que el promedio mundial. De hecho, el 16% de los bebedores tienen un fuerte consumo episódico de alcohol. (OMS, 2014). Además, tiene la mayor cantidad de personas que han consumido alcohol al menos una vez en su vida (más del 81% de las personas mayores de 15 años). A su vez que posee la porción más baja de abstemios de por vida, o de personas que nunca han consumido alcohol. (OMS, 2014; OPS, 2015).

En lo que respecta al gusto continental y las preferencias, la cerveza es la bebida alcohólica más popular, al representar el 55,3% del total del alcohol consumido. No obstante, las preferencias varían en cada subregión, en parte por los factores ambientales e históricos que favorecen la producción y el consumo de ciertas bebidas. Ejemplo de ellos es que en los países del Caribe se prefieren los destilados, mientras que el vino es más popular en la Argentina, Chile y Uruguay. Sumado a eso, el consumo de algunas bebidas alcohólicas también depende de los procesos culturales asociados al marketing de la industria del alcohol. Reflejo de lo anterior es el caso del whisky, el cual se ve cada vez más como símbolo de estatus en países como Brasil, donde algunos datos indican que los licores más tradicionales, como la cachaza, empiezan a verse sustituidos por el whisky y el vodka. (OPS, 2015)



**Marihuana.** - El caso de la marihuana, en lo que respecta a la prevalencia de uso en el último año es muy heterogéneo entre los países, con cifras inferiores al 5% en algunos de ellos y valores superiores a 20% en otros, no obstante, se observa que en la población general predomina un aumento en los niveles de consumo en la mayoría de los países. (CICAD; 2015). En cuanto al uso de marihuana en población escolar la tendencia en el tiempo muestra diferencias, aunque predomina el aumento del consumo de dicha sustancia. Es así como en Argentina, Chile, Uruguay, Costa Rica y países del Caribe presentan un aumento en la tasa de uso en el último año. No obstante, el consumo femenino juvenil internacional y nacional -tal como en el caso del tabaco- revela la tendencia actual de que el factor de género en esta sustancia ya no es una variable discriminante en el consumo, y actualmente existe una proporción 1:1 entre hombres y mujeres (Vinet et al; 2011). Aquello corrobora la postura de que las diferencias de género y generacionales tienden a expresarse en otras drogas tales como la cocaína, en tanto que la marihuana ha sufrido un proceso paulatino de legitimación cultural (Calafat en Gómez, 2012).

En el caso de Chile, las mayores prevalencias siguen la dinámica continental, siendo las sustancias más consumidas: el alcohol, tabaco y psicofármacos<sup>10</sup> y en el ámbito de las drogas lícitas, y la marihuana y la cocaína en el ámbito de las sustancias ilícitas. (SENDA, 2014). Simultáneamente es posible rastrear transformaciones en las tendencias en el uso de drogas asociadas a la consolidación del rango juvenil como el mayor consumidor de drogas en nuestro país (SENDA; 2012). Sin embargo y específicamente el consumo de la Región Metropolitana, se observa que en la zona urbana es donde la brecha entre el consumo femenino y el masculino tiende a ser mayor, mostrando que el consumo femenino en cuanto al uso de drogas ilícitas (marihuana y cocaína) es la mitad en comparación con el consumo de los hombres. (SENDA, 2012; SENDA, 2015).

Con respecto a los contextos en que se da el policonsumo, los jóvenes tienden a vincular el consumo de drogas con instancias de ocio y tiempo libre asociados a la diversión y reunión con los amigos, fundamentalmente en espacios privados. En tal sentido y tal como señala Funes (2004) el nuevo escenario de consumo juvenil se configura a partir de la generalización y masificación de determinadas pautas de ocio juvenil: la concentración en el fin de semana, el predominio de la noche sobre el día, su asociación a determinados lugares, etc. anclados en la creación de diversas culturas juveniles o los cambios en las anteriores, relacionadas con la diversión: predominio de determinadas músicas, estilos y estéticas, valoración de determinados estados de ánimo, etc. (p.126)

Estas pautas de sociabilidad juveniles se dan en espacios que suelen construirse en torno a momentos de tranquilidad o euforia y energía, entendidos como aquellos momentos en que el *carrete* se da en casa y es más *piola* y *tranquilo* y otro donde los *carretes* son *prendidos/intensos* con harta gente. (SENDA, 2012). En menor medida se ha observado que los espacios públicos también son preferidos por aquellas personas jóvenes que consumen drogas, quienes declaran consumir “en la plaza/calle con amigos”. A partir de estas tres primeras menciones, que constituyen cerca de la mitad de las personas jóvenes

---

<sup>10</sup>La prevalencia vida en el consumo femenino de psicofármacos, entendidos como el uso de tranquilizantes sin receta médica, actualmente rodea el 3.9%. No obstante, sólo recientemente se incorporaron como sustancia a la pesquisa de datos a la ENPG (2014), por lo que las cifras y tendencias son aproximadas.



que han declarado consumir drogas -además del tabaco y el alcohol-, se distingue el carácter colectivo asociado a la práctica del consumo (SENDA, 2012).

A su vez el consumo de alcohol y marihuana tiende a aparecer actualmente como algo cotidiano dentro del contexto universitario, lugar donde ha pasado a convertirse en una práctica naturalizada, siendo parte de la socialización que experimentan los estudiantes dentro de ese espacio. No obstante, no sucede del mismo modo con sustancias como la cocaína o la pasta base, las cuales son rechazadas fundamentalmente por asociarse a niveles de adicción mayor (CONACE, 2008). Dentro de aquello se constató además que las combinaciones más comunes son el alcohol + tabaco + marihuana y tabaco + alcohol + drogas de prescripción. Con respecto a los modalidades y características de este grupo de consumidores, éstos aprenden de las combinaciones de drogas a través de amigos, consumen en grupos mixtos, fuera de la universidad (clubes nocturnos) y lo hacen para relajarse o disfrutar de la compañía de amigos (Hernández; 2012).

Dentro de aquello, además existen situaciones sociales preferentes para el policonsumo. Entre ellos, la *previa* entendida como juntarse en algún lugar o sitio y allí ingerir cualquier tipo de bebida alcohólica mientras se hace tiempo, para ir o no, dependiendo del estado de alcoholemia, al *boliche*ailable es una práctica común para las y los jóvenes del Chile y Argentina (Del Zotto et al, 2015). En particular, el *carrete* emerge como una de las prácticas más representativas y extendidas en la juventud chilena de postdictadura, siendo un ámbito de sociabilidad transversal a los diferentes estilos y culturas juveniles (Matus, 2002; ACHNU, 2001; Silva, 1999 en Matus; 2005).

Finalmente, se ha establecido que eventos como fiestas electrónicas están asociadas al policonsumo –sobre todo de drogas sintéticas- en mayor proporción que otros contextos (Gómez, 2012).

#### **IV. El Paradigma Sociocultural: Culturas de Consumo de Drogas**

El proceso de construcción sociohistórica de la mujer consumidora sienta su génesis en la intersección de distintos ámbitos en transformación que marcan la emergencia de una discontinuidad respecto de otras formas precedentes de enunciar, percibir y construir la significación del fenómeno de drogas y que da como fruto un nuevo marco comprensivo para interpretar los grupos de consumidoras de drogas y la experiencia colectiva del consumo de drogas por parte de las mujeres.

Las drogas como vimos se han articulado en torno a una serie de derivas histórico-políticas y socioculturales en torno a su significación y a las representaciones que se derivan de ellas. Las maneras de abordar el “problema de las drogas” y la propia definición de drogas cambia de un sistema de representación cultural y epocal a otro (Raset, 2003) y aparece para Folgar (2000) como resultado de un largo proceso de construcción social que ha sido configurado a partir de múltiples cambios histórico-contextuales y al intercambio de significados culturales y sociales. Aquello permite precisamente historizar la misma definición de drogas y en definitiva problematizar la perspectiva gubernamental del fenómeno de las drogas como noción hegemónica.

De este modo podemos comprender que el concepto de drogas en sí mismo opera como una concentración de sentido en el proceso de configuración e instalación de una



representación social y simbólica, construcción que articula distintos campos semánticos en tensión o no y que conforman una red semántica (Koselleck; 1993) o una formación discursiva (Foucault; 1993) que posee densidad semántica, y por tanto se configura como un campo semántico en disputa.

Es por lo anterior, que las drogas difícilmente pueden ser definidas de forma concreta; más bien encontramos una multiplicidad de significados en los cuales están presentes ideologías políticas, valores, creencias y en definitiva marcos culturales que delinear la concepción que se quiere dar al uso de estas sustancias (Gómez, 2012; Slapak y Grigoravicius; 2007). Por tanto, el propio concepto de droga es un espacio de negociación, yuxtaposición y confrontación de distintas redes de sentido que puján dentro del campo semántico que moviliza este concepto. En otras palabras, la problemática por la definición de las drogas moviliza ciertamente ciertas posiciones epistémico-políticas que a través de ensamblajes y tecnologías semiótico-materiales produce discursos y efectos de veridicción a partir de saberes que siempre están en tensión y que dan como resultado un objeto donde operar. En ese sentido, cabe recalcar que:

*“(…) Las diferentes perspectivas o versiones sobre el problema drogas, se estrategizan, conformando una trama de conexiones táctico-estratégicas entre objetos, retóricas, eventos, tecnologías, mediante la cual se enrolan diferentes actores, de manera tal, que intereses muy diversos quedan vinculados –por efectos de traducción/articulación- en problemas y soluciones comunes. Dichas estabilizaciones, van a producir un cierto sentido común respecto a lo quedará pautado como “hecho” o “verdad” respecto al problema drogas” (Sepúlveda, 2012, p. 86)*

En consecuencia, las drogas, por tanto, como definición, pasan a funcionar más como un estereotipo que como un concepto; como creencia, más que como descubrimiento (Del Olmo, 1989), o como un concepto no científico, instituido a partir de evaluaciones morales o políticas y como un efecto de interpretación que filosóficamente lleva en sí mismo la norma o la prohibición (Derrida, 1997). Es por tanto necesario, destacar que cualquier aproximación al consumo de drogas debe tener en cuenta la distinción entre la construcción de un discurso y una definición que surgen desde lo institucional y los medios de comunicación y se enmarcan dentro de la lógica del control social y una la existencia de los “discursos de la droga”, asociados a las experiencias, creencias y sentidos de los propios consumidores. Estos últimos, en todo caso, más que ser discursos contestatarios o subversivos, tienden a establecerse sobre la base de un discurso hegemónico sobre las drogas (Ibañez en Copa Uyuni, 2010, p. 4).

A partir de lo anterior, podemos identificar que ahondar en el fenómeno de las drogas es reconocer un entramado complejo discursos, prácticas y actores en tensión. Ante esta polisemia del fenómeno, comprendemos la diversidad de definiciones que responden al concepto de droga (Del Olmo, 1989; OMS, 2012; SENDA, 2015 entre muchas otras), no obstante una definición expresiva de la complejidad del fenómeno puede encaminar a entender las drogas como aquellas sustancias químicas, que se incorporan al organismo humano, con capacidad para modificar varias funciones de éste (percepción, conducta, motricidad, etc.), pero cuyos efectos, consecuencias y funciones están condicionados, sobre todo, por las definiciones sociales, económicas y culturales que generan los conjuntos sociales que las utilizan (Romaní, 1999: 53). En ese sentido, es crucial además



entender que las consecuencias, funciones, efectos y significados de estas sustancias son el producto de las definiciones sociales, culturales, económicas y políticas que las diferentes formaciones sociales (grupos, colectivos e individuos) elaboran, negocian y/o disputan en el marco histórico en el que se sitúan sus prácticas. (Sepúlveda; 2011) Precisamente, esta definición permite profundizar la relación entre la sustancia, la práctica de consumo y el contexto sociocultural que la sustenta, complejizando la distinción tipológica entre drogas lícitas e ilícitas<sup>11</sup>.

Teniendo en cuenta aquello, es posible delimitar tres familias de paradigmas de comprensión y gestión en torno a las drogas según su perspectiva epistemológica, postura política-moral y la noción de drogas y efectos asociados que sustenta su intervención: a) Jurídicas b) Sociosanitarias y/o de Salud Pública c) Socioculturales

**a. Modelo Jurídico.** -Asume que las drogas que no están catalogadas como legales son fuente de graves daños físicos, psíquicos y sociales, y por tanto deben quedar fuera del alcance de los ciudadanos y por tanto deben prohibirse. Por tanto, pretende proteger al individuo y a la sociedad de los males derivados de las drogas no institucionalizadas. (Pons; 2008). En ese sentido, los consumidores de drogas ilícitas o no institucionales son considerados sujetos desviados o fuera de la norma. Su interés es subrayar la

---

<sup>11</sup> En lo que respecta a la conceptualización en torno a los niveles de consumo, entenderemos consumo de drogas como la ingestión de una sustancia por parte de una persona en un momento dado (Pons; 2008). En cuanto a la distinción clínica entre consumos abusivos y consumos recreativos, se hace fundamental problematizar aquella frontera entendiendo que el consumo se da en el contexto de una sociedad sobremedicalizada, en donde el carácter terapéutico de una droga todavía suscita debate. En tal sentido, la categoría de abuso de drogas, correspondería generalmente tal como señala Camí (2003) a un juicio de valor que hace referencia a una pauta de ingestión de drogas en cantidades y circunstancias que se desvían de la pauta social o médica de una cultura. En ese sentido, aquella distinción opera bajo la noción de desaprobación social y estigma y no cumple una función descriptiva de una forma específica de consumo. Las distintas distinciones y tipologías de consumo por tanto operan como dispositivos médico-jurídicos que construye distintas tipologías de consumo en base a criterios clínicos y que constituyen pliegues de saber/poder que hacen emerger consumos y por tanto sujetos consumidores válidos para la gestión gubernamental.

En lo que respecta al uso del término de drogodependencias también puede ser reelaborado. En tal sentido, si bien la dependencia es definida como aquel estado de adaptación del organismo resultado del consumo repetido de determinadas drogas (OMS; 2008), es necesario comprender que esta fenómeno es siempre frutos de la interrelación entre contextos, los sujetos y las sustancias por tanto siempre intervienen las características de la persona y del entorno en el que se realiza el consumo. La dependencia, por tanto, se caracteriza por una compulsión a seguir tomando el fármaco de forma periódica o continuada, con independencia de la aparición de efectos tóxicos. La dependencia además cabe recalcar es un fenómeno que se presenta con una enorme variabilidad interindividual (Camí, 2003. p. 147). Es por esto que es preferible utilizar nociones como consumo y consumo dañino, atendiendo no al dispositivo gubernamental de riesgo operante en el campo de las drogas (Sepúlveda; 2011) si no al daño validado por las y los propios consumidores en las distintas vicisitudes de su práctica.

Finalmente en torno a la clasificación de las drogas, Thomas Szasz (1992) categoriza las drogas de acuerdo con su disponibilidad o modo de distribución de la siguiente manera: a) poco o ningún control del Estado, como el café o el acetaminofen; b) reguladas para personas mayores de edad, como el alcohol o el tabaco; c) con control médico cuando se necesita de una receta médica para su compra, como las benzodiacepinas o los antidepresivos; y d) con control estatal cuando hay una prohibición y sanción penal de su producción, distribución y venta, como la marihuana, cocaína o éxtasis. Clasificación similar hace Pons (2008) valiéndose de la clasificación de Berjano y Musitu (1987):

- Sustancias institucionalizadas: mantienen un estatus de legalidad controlada en cuanto a su producción, distribución, publicidad y consumo, además de recibir valoraciones mayoritariamente acríicas del medio social. Es el caso del alcohol y el tabaco.

Sustancias no institucionalizadas: mantienen un estatus de ilegalidad en los rubros señalados, además de recibir valoraciones mayoritariamente críticas del medio social.

- Sustancias institucionalizadas con posibilidad de uso "desviado": sustancias elaboradas con finalidades médicas, que pueden "desviarse" de su propósito original para ser consumidas con una finalidad recreativa.



responsabilidad personal en el acto delictivo, y la responsabilidad de intervención coercitiva que tiene el sistema judicial, que deberá responder mediante sanción legal para garantizar, en la medida de lo posible, la salud pública y la seguridad colectiva. (Ibid; 2008).

Este modelo no se orienta hacia el análisis de los factores causales del consumo o las drogodependencias. La droga es considerada una sustancia peligrosa que posee riesgo para los consumidores y puede causar daño, haciendo peligrar la integridad física de los individuos y la salubridad colectiva.

El caso chileno y la Ley 20.000 que regula y sanciona el tráfico y circulación de drogas en Chile se basa en un paradigma jurídico de las drogas sin embargo posee ciertos vacíos dado que permite el porte o la posesión de drogas para consumo personal, exclusivo y próximo en el tiempo debe ser demostrado por el o la acusado/a.<sup>12</sup>

**b. Modelo Sociosanitario o de Salud Pública.** -Considera la dependencia de las drogas como una enfermedad caracterizada por una pérdida del control del individuo sobre su consumo. Esto significa que la dependencia de las drogas es considerada un fenómeno vinculado exclusivamente a procesos internos del propio sujeto y para entenderla bastará apelar a la interacción entre la biología humana y las características farmacológicas de las drogas. Este modelo deja de lado los factores sociales del consumo y las posibles drogodependencias, por tanto, asume una noción biologicista de las drogas y en donde la consumidora pasa a considerarse una “enferma”. Pons (2008) plantea que una de las principales características de este modelo es que apenas contempla el consumo abusivo no adictivo, es decir, centra su atención en la drogodependencia. En términos generales, se interesa por el estudio del consumo de drogas como categoría patológica y no como conducta y por tanto es un modelo que está orientado a la enfermedad más que en la salud (Friedman en Pons, 2002).

La prevención de cualquier de cualquier enfermedad debe basarse en los conocimientos acumulados por la ciencia acerca de qué factores causan los problemas de salud. (Pons, 2008).

Anclado al modelo jurídico vemos a partir de la incorporación de la industria farmacéutica y la corporación médica un creciente proceso de medicalización (Foucault, 1979; Romani; 1999), el cual se torna uno de los ejes motores del nuevo paradigma y el cual entendemos como un fenómeno que incluye diferentes procesos históricos de largo alcance y a través

---

<sup>12</sup> Extracto Artículo 4º, Ley 20.000 Que Sanciona el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas:  
“(…) El que, sin la competente autorización posea, transporte, guarde o porte consigo pequeñas cantidades de sustancias o drogas estupefacientes o sicotrópicas, productoras de dependencia física o síquica, o de materias primas que sirvan para obtenerlas, sea que se trate de las indicadas en los incisos primero o segundo del artículo 1º, será castigado con presidio menor en sus grados medio a máximo y multa de diez a cuarenta unidades tributarias mensuales, a menos que justifique que están destinadas a la atención de un tratamiento médico o a su uso o consumo personal exclusivo y próximo en el tiempo. En igual pena incurrirá el que adquiera, transfiera, suministre o facilite a cualquier título pequeñas cantidades de estas sustancias, drogas o materias primas, con el objetivo de que sean consumidas o usadas por otro.”





de los cuales podemos detectar que ámbitos cada vez más amplios de la vida personal y social de la gente va siendo objeto de preocupación, estudio, orientación, y en definitiva, de control por parte de la corporación médica (Romaní, 1999). Pudiendo ser objeto de este proceso pequeñas dolencias físicas hasta estilos de vida.

De esta manera y como intersección de dos dispositivos de gobierno, vemos el nacimiento de un paradigma médico-jurídico del cual se deriva una representación del consumidor que transgrede la ley para adquirir una sustancia prohibida, por lo que es un delincuente. Se dirige a la medicina para ser ayudado a abandonar su consumo, por lo que es un enfermo. Y finalmente ya que su voluntad está alienada por su dependencia, se comporta de manera irresponsable y por tanto se convierte en un interdicto convirtiéndose en un paciente psiquiátrico (Ralet, 2003).

**c. Sociocultural.** - Comprende el consumo de drogas como parte de una práctica anclada a un contexto sociocultural determinando, es decir, el consumo de drogas existente en otras culturas, se diferencia del que conocemos hoy, en lo que hace a su estructuración cultural. Las sustancias conocidas en las sociedades tradicionales, llegan a nuestra cultura de la mano del saber médico y farmacológico con el nombre de drogas. (Bilbao: 2003: 16). En ese sentido, los significados, el modo de consumo, el comportamiento y la definición de consumos problemáticos dependen de la percepción cultural que se tenga de ella (Vega Fuente en Romo, 2013; De Remetería, 2014).

A su vez, es necesario entender que el fenómeno del consumo se origina en la interrelación triádica entre: sustancia, individuo y contexto sociocultural (Escohotado, 2000). Ello supone un distanciamiento de los paradigmas médico-sanitarios y por tanto un alejamiento del determinismo farmacológico (Robles, 2012) presente en los estudios epidemiológicos.<sup>13</sup>

En consonancia con lo anterior, indagar en el consumo femenino de drogas desde una perspectiva sociocultural comprende rastrear la construcción de las mujeres consumidoras de drogas, intentando visibilizar los entramados de género que moldean los usos, clasificaciones, funciones y representaciones sociales específicas con que se dota una cultura para dar sentido a la práctica del consumo de drogas dentro de un determinado marco sociocultural.

A partir de lo anterior, asumir una perspectiva antropológica al tratar el *problema de las drogas* y el consumo juvenil femenino en contextos urbanos y las distintas

---

<sup>13</sup> Un modelo de gestión epistémico-político que se intersecta con el modelo sociocultural y que plantea un distanciamiento crítico de los paradigmas punitivo y sociosanitario es el modelo de Reducción de Daños al cual este proyecto adscribe y el cual comprende una serie de aportes heterogéneos en torno a la descriminalización de los consumidores de droga e intenta erigirse como un modelo superador de los deficientes resultados del modelo jurídico-sanitario en términos de reducción de consumo, gastos económicos y en términos sociales aumento de la criminalización, marginalización como también patologización de los consumidores y consumidoras de drogas. (Pons; 2012) Las premisas básicas de esta perspectiva apuntan a concebir que la persona tiene derecho a consumir drogas, siendo el consumo de drogas inevitables. El rol de los profesionales y autoridades debe apuntar a reducir el daño psicosocial y físico, no el consumo mismo como práctica. Además de que no se rechaza la abstinencia como meta, pero depende de la situación del consumidor y de la minimización del daño para la comunidad y consumidor/a (Riley y O'Hare en Pons, 2000).



transformaciones que han sufrido los patrones de consumo contemporáneo es asumir que las sustancias, el consumo y la persona consumidora serán entendidos y vividos de diferente manera dependiendo del contexto sociocultural en el que nos encontremos. (Folgar; 2000). El contexto sociocultural es por tanto fundamental para entender estas diferencias en tanto los múltiples estados y representaciones femeninas varían de cultura en cultura, pudiendo ser múltiples las codificaciones que se dan entorno a estas prácticas y a las y los sujetos que las realizan según estructuras de poder como clase, edad, sexualidad, raza u otros.

En consecuencia, lo fundamental es entender cómo la práctica de consumo dota de sentido a la experiencia juvenil femenina, construyendo y negociando marcos de comportamiento, codificación, sanción, permiso y/o fuga frente al consumo de drogas femenino juvenil. En ese sentido, la cultura debe entenderse como aquella serie de prácticas que van entrelazándose para constituir redes o tramas de sentidos con que los individuos y grupos les dan significados a los fenómenos vividos a través actos de comunicación y que pueden llegar constituir, tal como indica Goodenough (1975), patrones, explícitos o implícitos para la conducta, adquiridos y transmitidos históricamente mediante símbolos, incluyendo artefactos, conceptos, sistemas de valores y modelos. En su dimensión concreta, las culturas operarían como un repertorio de prácticas a partir del cual las jóvenes consumidoras construyen marcos normativos de, creencias, valores, modelos y expectativas en torno a cómo vivir y consumir ciertas sustancias psicotrópicas como proceso de agencia social y cómo a su vez estas entidades simbólicas y materiales guían a su vez las prácticas de los sujetos en un proceso dialéctico e interconectado.

Sumado a lo anterior, las culturas se nos aparecen también como campos simbólicos en constante construcción y movimiento, el cual puede considerarse como espacio conflictivo en la que, desde diferentes posiciones, se definen y redefinen de manera constante y conflictiva los sentidos y las interpretaciones. Es por tanto que las culturas de deben ser entendidas como una constelación de redes de sentido ancladas en las prácticas que no existen como entidades delimitadas y coherentes, si no que constituyen una multiplicidad de *modos de hacer* que se interrelacionan y en donde pueden existir culturas hegemónicas y otras subalternas y parcialmente sumergidas en un entramado hegemónico (Kessing; 1993). Aquello, en otras palabras, permite desmitificar los procesos de consumo entendidos solo como absorción acrítica de contenidos y prácticas derivadas del mercado, permitiendo reposicionar una noción de agencia de los sujetos consumidores como actores capaces de intervenir en la recepción de los discursos.

## **V. Culturas de Consumo, Interseccionalidad de Género y Drogas**

El reconocimiento de la función del contexto sociocultural en el consumo de alcohol y cocaína en las jóvenes mujeres urbanas plantea la importancia de indagar en las diversas culturas de consumo (CC) que se despliegan como prácticas culturales y que modelan las distintas experiencias, normas, valores y significados del consumo femenino juvenil.

Dado lo anterior, es necesario entender que las culturas de consumo juveniles elaboran redes de significación construidas y negociadas en torno al consumo de drogas por parte de las jóvenes mujeres que configuran saberes, sistema de valores, roles y patrones de acción históricamente y contextualmente construidas y que sirven como marco de sentido



para las propias jóvenes mujeres consumidoras dentro del contexto juvenil contemporáneo.

Se hace por tanto importante destacar que las diferencias y asimetrías que se dan en el consumo de drogas entre hombres y mujeres están atravesadas por diferencias de género, pero también y para entender al sujeto consumidora en su condición de joven y mujer que realiza una práctica de consumo estigmatizada en un ciertas coordenadas espacio-temporales debe entender que el género como perspectiva y categoría analítica es insuficiente para dar cuenta de las distintas coordenadas en que se desenvuelve la experiencia.

En ese sentido, cabe entender los sistemas de género como el conjunto de disposiciones por el cual una sociedad en particular transforma el dato biológico de la sexualidad en un producto de la actividad humana que se encarga de satisfacer ciertas necesidades de esta sociedad. Es, por tanto, que también estos constituyen sistemas específicos y mutables que cambian de sociedad en sociedad. Precisamente esto implica que cada sociedad tiene un conjunto de actividades, valores, prácticas, símbolos y normas sociales que se elaboran a partir de las diferencias sexuales y que se asocian a uno u otro sexo con el fin de satisfacer ciertas necesidades sociales y mantener ciertas formas de relacionarse (Rubin, 1986, p. 84). El género, es entonces un constructo sociocultural de las diferencias sexuales que pretende ver las distinciones de lo femenino y lo masculino, así como su relación tanto intra como inter género, permitiendo ver dinámicas de poder y relaciones de desigualdad. Adoptar una perspectiva de género con respecto al consumo juvenil de drogas, implica, por tanto, reconocer una forma primaria de relaciones de poder (Rubin, 1986; Scott, 1990), dando cuenta las posiciones dependientes y en inferioridad que se encuentran las mujeres con respecto a los hombres, y las jóvenes con respecto a los y las adultos. Por tanto, la potencialidad del género como categoría analítica radica en su utilidad para reubicar y comprender las diferencias e interacciones entre los sexos en relación a los usos –y, también, los no usos– de drogas dentro de las condiciones estructurales y simbólicas asimétricas y jerárquicas actuales, donde las mujeres suelen ocupar posiciones de desventaja y subordinación (Jiménez y Guzmán Ordaz, 2010).

No obstante, esta definición de género si bien acierta a posicionar el género como construcción sociocultural y como estructura de poder no logra captar las diferencias entre los distintos grupos y sujetos mujeres. A raíz de esto, es que la interseccionalidad de género enfatiza la necesidad de reconocer que otras diferencias además del género son cruciales para identificar los diversos contextos de desigualdad en donde se encuentran localizadas mujeres y hombres. En ese sentido, y tal como lo plantea Kimberlé Crenshaw (1989), la interseccionalidad apunta a la expresión de un sistema complejo de estructuras de opresión que son múltiples y simultáneas, y en donde las estructuras de poder como la raza, clase, generación, orientación sexual, nacionalidad, religión, etnia entre otras se interrelacionan y cruzan para dar como resultado distintos escenarios de desigualdad en que los sujetos y/o grupos cuya situación de exclusión responde a la imbricación de diversos sistemas de opresión (Jiménez y Guzmán Ordaz; 2012).

Sumado a aquello, la adopción de esta perspectiva comprende visualizar la persistencia de roles de género en la estructuración y vivencia del consumo de drogas, recalcando la



invisibilización de las particularidades del consumo juvenil femenino a través de la aplicación de sesgos androcéntricos, adultocéntricos y heterosexistas, entendidos como la preeminencia y generalización de la experiencia, motivaciones, prevalencias, significados del hombre, heterosexual, adulto, o lo masculino o la masculinidad en el consumo de sustancias psicotrópicas.

La experiencia interseccional por tanto señala otros sistemas de opresión y discriminación que actúan como estructuras de poder que generan y reproducen asimetrías en la sociedad. Dentro de aquello, un eje crucial en el consumo de drogas y dada la prevalencia que se observa en la población juvenil es el sistema generacional, la construcción de las juventudes y la construcción de los espacios como territorios de consumo.

En primer lugar, es importante destacar que la juventud es una categoría política que -al igual que el sistema de género- que es producida por un entramado de relaciones de poder que conforman *regímenes de juvenilidades* (Aguilera Ruiz; 2014), que a través de distintos dispositivos de gobierno produce un determinado sujeto como efecto de una clasificación y delimitación de la experiencia humana. En ese sentido, la juventud como categoría política producida constituye un entramado social heterogéneo, múltiple y que envuelve distintos significados dado su operación contextual (Duarte; 2000). En ese sentido, esta construcción sociohistórica en primer término debe entenderse como un concepto que engloba diferentes experiencias de jóvenes y por tanto y tal como argumentan Margulis y Urresti (1998) enfatiza las distintas maneras de ser joven. En consecuencia, no existe una única juventud. Cada sociedad define a la «juventud» a partir de sus propios parámetros culturales, sociales, políticos y económicos, por lo que no hay una definición única (Alpizar y Bernal, 2003). Es por tanto que debe hablarse de juventudes, como categorías múltiples que varían en relación con características de clase, el lugar donde viven y la generación a que pertenecen. En consecuencia, no es posible considerar a las jóvenes como un grupo homogéneo, totalizado y estabilizado sino más bien como una construcción (producción) relacional, en constante transformación y modulada por los distintos sistemas de clasificación y estructuras de poder.

En cuanto a las culturas juveniles, Feixa (1990) refieren la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes, son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o en espacios de intersección de la vida institucional. Se refieren además a la aparición de «micro-sociedades juveniles», con grados significativos de autonomía respecto de las «instituciones adultas», que se dotan de espacios y tiempos específicos y que se configuran históricamente, en los países occidentales. Asimismo, la noción de culturas juveniles remite a la noción de culturas subalternas, como culturas de los sectores dominados, y se caracterizan por su precaria integración en la cultura hegemónica, más que por una voluntad de oposición explícita (Feixa, 2009). Las culturas juveniles por tanto se vinculan con la no integración o integración parcial en las estructuras productivas y reproductivas como una característica esencial de la juventud.

Por otra parte, otro eje clave de intersección es el territorio. Los territorios psicotrópicos como factor clave en la estructuración del consumo juvenil urbano de drogas, lo entendemos siguiendo a Fernandes (2015) como un:



*“atractor de individuos que tienen intereses en torno a las drogas; contiene un programa comportamental orientado hacia los aspectos instrumentales ligados a un estilo de vida en las que aquellas tienen un papel importante; tiene como característica comunicacional central la interacción mínima, y se estructura como intersticio espacial; tiene características de territorio secundario, y la movilidad de que es capaz, como respuesta a las amenazas externas que se le dirigen, lo configura a veces como un territorio interactivo o portátil; es el eslabón final de la maquinaria de distribución de las drogas, en todo caso, aquél que le da alguna visibilidad.” (p. 53)*

En ese sentido los territorios psicotrópicos son un conjunto de espacios simbólicos liminales para el despliegue de las drogas y los cuales se caracterizan por ser multiformes y dinámicos, flexibles a las hostilidades de la gestión gubernamental y en donde se visibilizan y practican formas de ser y/o experiencias paralelas, alternas, que pueden ser fugaces y portátiles y en donde se establecen códigos de comportamiento y normas de socialización entre las y los participantes.

En consecuencia, lo fundamental es entender cómo la propia práctica sociocultural de consumo dota de sentido a la experiencia juvenil femenina, construyendo y negociando marcos de comportamiento, codificación, sanción, permiso y/o fuga frente al consumo de drogas femenino juvenil y a los procesos de estigmatización y normalización que los atraviesa.

## **VI. Pregunta y Metodología de Investigación**

En lo que respecta a hipótesis explicativas, son múltiples las teorías que intentan explicar las diferencias en el consumo de drogas entre hombres y mujeres en la actualidad. En ese afán, una primera serie de autores han destacado la transformación de los roles femeninos ocurridos durante el siglo XX como uno de los puntos claves que permiten explicar las tendencias divergentes en el uso de drogas (Babcock, 1996; Pérez y Correa; 2011). Aquello operaría atendiendo a que la tendencia a una mayor igualdad entre mujeres y hombres daría la oportunidad al ejercicio de una mayor libertad y una mayor tolerancia frente a conductas como el consumo de drogas antes estigmatizadas. Por tanto, para esta teoría los roles tradicionalmente femeninos constituyen factores inhibidores que inciden en el menor consumo de drogas y por tanto todavía estarían vigentes en la sociedad (García-Mina y Carrasco, 2006). Otra hipótesis señala que es posible explicar las diferencias de consumo -centrado en el caso del alcohol- argumentando que el consumo es una práctica primordialmente masculina y se relaciona a prácticas de reafirmación de la virilidad, relacionado con signos de poder (aguante, resistencia) y de violencia (McDonald; 1994). Una tercera explicación por su parte, apunta a entender el consumo de alcohol como una práctica de desinhibición sexual y en donde los hombres ejercen un control de la sexualidad femenina a través de la construcción negativa de la mujer bebedora con el fin de evitar encuentros sexuales con otros hombres, reforzando el estigma de la mujer bebedora. En la cuarta hipótesis, autores como Wilsnack et al (2000) plantean que la génesis de la diferencia en el consumo de alcohol se centra en la responsabilización de las mujeres en las labores domésticas y de cuidados producto de la actual división sexual del trabajo doméstico, fenómeno que



termina por clausurar o mermar los espacios y tiempos de ocio y recreación de las mujeres.

No obstante, y en términos analíticos, si bien este conglomerado de hipótesis logra explicar de manera plausible las diferencias de consumo argumentando la asimetría de acceso, estatus y moral de las y los consumidores según un entramado de género que varía generacionalmente y que opera en torno a territorialidades sociales definidas en torno al binomio público/privado, éstas finalmente no han logrado ahondar en las especificidades del consumo femenino. De hecho, algunos autores en esa línea han sugerido que el consumo femenino bajo la constitución de roles tradicionales posee una trayectoria ligada a una práctica más privada, oculta y menos registrada (García-Mina y Carrasco, 2007), naturaleza que sería fortalecida por el carácter androcéntrico de la investigación en drogas y la hegemonía de perspectivas patologizantes que no prestan atención al entramado de prácticas socioculturales de consumo femenino de drogas y que en conjunto estructurarían un escenario de invisibilización del consumo femenino a lo largo de la investigación científica. Y más allá de la invisibilización histórica de las mujeres consumidoras, se presenta un ejercicio de violencia epistémica, entendiendo que los distintos dispositivos operantes en el campo de las drogas alteran, niegan y en casos extremos, extinguen los significados de la vida cotidiana, jurídica y simbólica de individuos y grupos, expropiándolo de su posibilidad de representación (Sepúlveda; 2011).

Simultáneamente, existe un sesgo androcéntrico y adultocéntrico específicamente en las principales investigaciones en drogas (Garber y McRobbie en Feixa; 1995; Ettore, 1989; Alpízar y Bernal, 2003), lo cual configura un cuadro de invisibilización de los motivos, deseos y significados que influyen la estructura de uso de las consumidoras y que a fin de cuentas oscurece las distintas formas en que las jóvenes construyen su aproximación a las sustancias. En ese sentido, se hace necesario romper con la identificación mecánica entre los hechos de los hombres y los hechos de la humanidad, de una sociedad y de una cultura (González; 2013), haciéndose necesario indagar en las prácticas socioculturales que moldean y dota de sentido a la experiencia de consumo juvenil femenino y que norman, dinámicas, diferencias y valores de este consumo en relación al masculino y adulto. Además, se hace necesario la visibilización de la mujer como protagonista del espacio festivo desde estudios etnográficos (Matus; 2005). En consecuencia, existe una carencia descriptiva y analítica entorno a la experiencia femenina juvenil de consumo.

Por otra parte, el actual fenómeno de visibilización y crecimiento del consumo femenino en el campo masculinizado de las drogas y la creciente juvenilización del consumo reconocen una tensión de los entramados de género y generacionales asociadas a la incorporación de nuevos sujetos en campos antes inexplorados, hecho que reconfiguran los territoriales sociales y simbólicos ya delimitados. Aquello abre la interrogante en torno cómo se da la emergencia de nuevas dinámicas sociales y nuevas experiencias femeninas enmarcadas subjetiva e institucionalmente en una preocupación por el consumo juvenil por parte de los Estados y que se traduce en políticas prohibitivas focalizadas en aquel grupo social. En ese sentido, lo central es la indagación de las prácticas, mecanismos y patrones de consumo que guían y dan forma a estas experiencias en contextos de asimetría, estigmatización y subalternidad y cómo las jóvenes actúan reproduciendo, resistiendo y negociando los discursos hegemónicos en el



marco de una conflictividad social anclada a su proceso de incorporación masivo de las mujeres y adolescentes al campo masculinizado de las drogas.

A partir del anterior, la pregunta de investigación quedo definida en ¿Cómo se estructuran las culturas de consumo de drogas de las jóvenes consumidoras de la Región Metropolitana? Y a partir de eso, el objetivo general que se desprende apunta a caracterizar las culturas de consumo de drogas de las jóvenes consumidoras de la Región Metropolitana a través de:

- I. Describir las prácticas de consumo de drogas de las jóvenes de la Región Metropolitana.
- II. Identificar valores asociadas al consumo de drogas de las jóvenes de la Región Metropolitana.
- III. Identificar significados que le atribuyen las jóvenes de la Región Metropolitana a su práctica.

Para ello, se siguió una estrategia metodológica de perspectiva cualitativa combinando la técnica de entrevistas en profundidad y la etnografía multilocal (Marcus, 2001) en la indagación de las culturas de consumo y experiencia de consumo de alcohol y cocaína de 10 mujeres jóvenes de la Región Metropolitana.

Para resolver el obstáculo referente a la investigación de *poblaciones ocultas* hemos utilizado procedimientos de muestreo intensivos que se basan en diseños de cadenas de referencia (Spren, 1992). Estos diseños presuponen la existencia de vínculos en la población estudiada y se basan en las conexiones que establecen los participantes en el estudio, es decir, las propias personas citan a otras en un efecto en cadenas. Esta técnica de recolección también se denomina *bola de nieve* (Biernacki & Waldorf, 1981). No obstante, y dada la naturaleza de la presente investigación, además optamos por complementar la técnica de bola de nieve con la determinación de perfiles etnográficos bajo criterios tipológicos (Funes y Romaní, 1985; Spotts & Shontz, 1980) que posibiliten mayor heterogeneidad de la muestra y así una mayor representatividad. La determinación de los perfiles etnográficos se dará siguiendo el criterio de niveles socioeconómicos y que agruparemos en tres segmentos simplificados: estrato alto, medio y bajo.

Con respecto al criterio de selección de las participantes, éste fue haber consumido alcohol y/o cocaína el último año. En cuanto a la estrategia de muestreo este se dio en torno a una estrategia de selección no representativa y guiada por principios de saturación, mientras que el análisis se delineó en base al método de análisis de contenido.

Finalmente, la estructura del texto se articula en torno a tres capítulos que abordan las prácticas de consumo de alcohol y cocaína como un circuito de aprovisionamiento y distribución estructurada en torno a una economía moral y libidinal basada en la reciprocidad y en deseo masculino y que deriva posteriormente en cadenas de rituales de consumo como parte de una acción simbólica de transgresión que inaugura múltiples tensiones. En el segundo capítulo se abordan los valores asociados al consumo de alcohol y cocaína en función de códigos hegemónicos y alternativos y cómo a partir de ese juego se dan dinámicas de conflictividad, ambivalencia y resistencia en las mujeres



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología



consumidoras y que decantan en la configuración de cierto *self* moral que guía el comportamiento femenino en los circuitos de consumo metropolitanos. Finalmente, el tercer capítulo aborda los significados sociales de las culturas de consumo desde una perspectiva interpretativista que indaga en la función social de las sustancias y cómo se vincula aquello a la una biopolítica del consumo como forma de gobierno en el campo de las drogas y juventudes.

## **CAPÍTULO I: *Modos de Beber, Modos de Jalar***

Las prácticas se comprenden como operaciones diarias de las consumidoras, es decir, los '*modos de hacer* y de *utilizar*' las sustancias descritas. De manera más específica, las prácticas se definen como esquemas de operaciones, de manipulaciones técnicas y actos que apuntan al uso, apropiación y práctica de todo objeto producido y que se caracterizan





por constituirse como *maneras de hacer* fragmentarias, insinuadas, escondidas y muchas veces dispersas y que no necesariamente responden a marcos de comprensión institucionales y/o ideológicos (De Certau, 1996). No obstante, determinadas prácticas de consumo pueden operar con una lógica de cálculo en el marco de determinadas culturas de consumo. En ese sentido, las culturas de consumo operan como un repertorio de prácticas que un sujeto y/o grupo maneja y que posee algún significado asociativo o simbólico, el cuál refiere tanto a las experiencias previas, las condiciones y valores en que sustentan su práctica, los nuevos significados, las dinámicas que se crean y ponen en juego a partir de éstas y los procesos de cálculo racional que cada sujeto hace al interior de estas entidades según las nociones y relevancia que le dan a los proceso de maximización de gratificación, reducción de la frustración, etc. en sus actos de consumo.

Sumado a lo anterior, las prácticas también se insertan en un entramado de tácticas y estrategias. Según de De Certau (1996), las estrategias son las acciones que, gracias al postulado de un lugar del poder (la posesión de un espacio propio), elaboran lugares teóricos (sistemas y discursos totalizantes) que se apoyan en el privilegio de las relaciones espaciales. O por los menos se esfuerzan en reconducir al espacio las relaciones temporales a través de la atribución analítica de un lugar propio a cada elemento particular y de la organización combinatoria de los movimientos específicos de algunas unidades o conjunto de unidades.

Las prácticas secundarias, al contrario, actúan a través de tácticas, porque no poseyendo el poder de definir un lugar autónomo como propio, no pueden hacer el cálculo de las relaciones de fuerza en cuanto no pueden definir 'el otro' como totalidad visible. Las tácticas tienen como recurso principal por tanto el tiempo, la hábil utilización de las ocasiones que presenta permite a estas prácticas insinuarse en los intersticios de los espacios del poder. En el marco de conflictos entre fuerte y débil, las tácticas son las únicas acciones permitidas al débil. En el contexto de aquello, abordar las culturas de consumo desde una comprensión táctica permite situar el consumo de drogas en el marco de una sociedad de consumo donde persiste una representación gubernamental de las drogas que invisibiliza las lógicas de operación y significación de las propias consumidoras. Además, y tal como plantea Gatti (2007) las y los consumidores no sólo tienen una recepción pasiva y totalmente receptiva a la lógica hegemónica del consumo de objetos en el proceso de consumo, sino que también y de manera contradictoria y solapada se delinear líneas de reapropiación, resistencia y resignificación de muchos productos y mercancías.

En síntesis y como recalca Goodenough (1975) las valoraciones y asociaciones simbólicas de las formas – en este caso prácticas- dependerán tanto de la experiencia y las variables estructurales, como de los propios individuos.

En lo que respecta a las culturas de consumo y prácticas de consumo de drogas, cabe precisar en primer término que entenderemos a las distintas sustancias englobadas en el concepto de drogas como *mercancías simbólicas*, a partir de las cuales se anudan dos claves teóricas complementarias.

La primera lectura aborda las culturas de consumo desde una perspectiva de las necesidades materiales como la producción simbólica, la producción de significado y su



relación con el poder (Narotzky, 2003). Esta lectura *simbolista* basada en una perspectiva culturalista en clave semiológica y estructuralista, entiende que los objetos o mercancía consumidas son marcadores simbólicos o depositarios de significados (Valenzuela; 2010). En ese sentido, las mercancías son signos que codifican ideologías y el consumo es la práctica que entrega información sobre la identidad del consumidor y su estilo de vida (Campbell 1995b en Valenzuela, 2010). Estos significados a su vez generan similitudes o diferencias entre grupos, constituyéndose como un factor unificador o diferenciador de grupos y/o sujetos. En ese sentido, las drogas se comprenden como símbolos a partir de los cuales las culturas juveniles constituyen sus prácticas y su experiencia colectiva de consumo.

No obstante, también se torna pertinente rescatar la crítica de Valenzuela (2010), quien apunta a que los objetos no contienen significado en absoluto, es la sociedad la que la carga de significado. En tal sentido, se da un proceso de reificación de las mercancías. Ante estas críticas, es necesario por tanto releer el consumo desde el estatus y la estructura social de las consumidoras, ejercicio a partir del cual la dimensión social profundiza y complementa la dimensión simbólica. Sumado a eso y desde la misma perspectiva, Narotzky (2003) enfatiza la dimensión oculta del consumo, como una red de relaciones y entramados que sostienen el acto individual y aparentemente autónomo y soberano de la consumidora. De esta forma, a partir de cómo se vayan articulando las relaciones sociales entre las personas que producen y distribuyen lo que consumimos, se obtendrán valores tanto materiales como culturales distintos que pasarán a incorporarse en los objetos mismos y contribuirán a delimitar su capacidad de significar. A su vez, los distintos momentos de producción/consumo serán homólogos o diferenciales dependiendo de las relaciones sociales específicas que están implicadas en la construcción del valor final del objeto o recurso (Warde 1992 en Narotzky, 2003). En otras palabras, las culturas de consumo operan en concreto como última cadena de un complejo sistema de valoración de mercancías, a partir del cual las drogas fijan una trayectoria, desplazándose e integrándose a circuitos de adquisición, distribución y consumo mercantiles o no mercantiles.

Es por tanto la interacción entre estos principios lo que modelará el valor simbólico (valor de uso) y el valor económico (valor de cambio) de los procesos de consumo. En particular, es el estatus legal (penalización/legalización) y el estatus social (tolerancia/rechazo) de las sustancias dentro de una sociedad los factores que influyen con mayor fuerza en la valorización de las drogas y el valor de cambio y el valor de uso que posean. Así, por ejemplo, el caso del alcohol muestra que una sustancia legal y ampliamente consumida en Latinoamérica posee un valor simbólico menor dentro de una sociedad que una droga ilícita como la cocaína, sustancia que es fruto de una industria mercantil ilícita y estigmatizada. Sumado a lo anterior, Narotzky (2003) también señala que el valor social de los bienes o mercancías depende de la forma específica de distribución que una determinada persona o grupo pueda usar para acceder a ellos, es decir, de la capacidad real de elección que tenga para optar entre las distintas posibilidades disponibles. En tal sentido, el acceso a ciertas redes de distribución seguras y con amplia oferta también puede explicar diferencias de consumo entre grupos de jóvenes.



A partir de lo anterior y reconociendo ambas perspectivas, es preciso señalar que las mercancías cumplen un doble papel: primero actúan como proporcionadores de subsistencias y establecedoras de las líneas de las relaciones sociales y en segundo término actúan -en sus usos prácticos- como entes que permiten hacer visibles y estables las categorías de una cultura (Douglas e Isherwood, 1979). En otras palabras, se pone énfasis en los significados sociales de las posesiones materiales y en las relaciones sociales que sostienen entre jóvenes. Desde esta perspectiva, se pone entre paréntesis la lógica instrumental de las mercancías para asumir en cambio que la función esencial del consumo es su capacidad para dar sentido a las culturas de consumo. En ese sentido, el consumo se configura como nodo de producción de sentido (Barbero; 1987 en Sunkel; 2002), es decir, se constituye como una forma para construir un universo inteligible con las mercancías que se eligen (García Canclini, 1991).

Las drogas por tanto deben considerarse desde los significados que simboliza para los actores que las utilizan como de las relaciones sociales que sustentan entre jóvenes. A partir de esas premisas, es posible rastrear procesos de dominación, resistencias, ambivalencia y otras hibridaciones en los distintos territorios de despliegue de consumo al interior de las sociedades del capitalismo tardío.

En definitiva, las culturas de consumo de alcohol y cocaína se entienden como el entramado de relaciones sociales, de género, generacional, de clase y territorial que comprenden la serie de *modos de hacer* en torno a la droga y que engloban a todas las acciones y actividades asociadas a la adquisición, preparación, ingesta, y actividades de postconsumo de las distintas drogas. A partir de aquello puede comprenderse que el proceso de consumo de alcohol y cocaína es una cadena o secuencia de consumo, en donde hay pasos, procedimientos, roles y guiones sociales específicos en cada fase del consumo.

## I. Prácticas de Preconsumo

La fase inicial del proceso de consumo tanto de alcohol como cocaína es el ejercicio adquisición o aprovisionamiento de las sustancias. En el contexto metropolitano y nacional, la vía de adquisición más frecuente es dentro de los circuitos mercantiles de comercio lícito e ilícito, siendo la compra/venta la modalidad más utilizada.

En términos analíticos, esta modalidad está directamente relacionada con los procesos de elección social dentro del marco de una economía de mercado. En ese sentido, y tal como señala Narotzky (2003) la capacidad de elección de un actor social en cuanto a las modalidades de distribución disponibles está condicionada siempre por su posición en la estructura económica y social general y factores como: 1. El nivel de equipamiento público y doméstico del consumidor. 2. Su disponibilidad de tiempo y su línea de crédito 3. La capacidad de información del consumidor respecto a los productos, a vías de aprovisionamiento alternativo, ventas especiales, etc. las cuales dependerán a su vez de su nivel de educación, territorios donde se desenvuelve, etc. 4. La condición física y el estado de salud. 5. Las fuentes y la forma de los ingresos.

A partir de lo anterior, es posible vislumbrar que los procesos de elección y compra de alcohol y cocaína responden a múltiples factores que se articulan en torno a



racionalidades y lógicas específicas de adquisición y que además configuran economías morales y libidinales específicas en torno a las culturas de consumo.

### **a. Adquisición: Circuitos Mercantiles y Subcircuitos no Mercantiles**

El proceso de compra tanto de alcohol como de cocaína se estructura en torno dos principios transversales que se anclan en determinaciones espacio-temporales.

El primero hace referencia al principio de proximidad vinculado a la maximización del tiempo utilizado en adquirir una sustancia y que se traduce concretamente en la valoración de lugares de adquisición cercanos a las consumidoras o a los puntos de encuentro o de *carrete* juvenil. Aquello se sustenta en una lógica que concibe el tiempo como un bien escaso y de rápido consumo, por tanto, se produce una búsqueda por “ahorrar tiempo” de compra en el marco de los múltiples desplazamientos que algunos grupos juveniles realizan dentro del circuito juvenil de carrete metropolitano y que los lleva a moverse *de carrete en carrete*. Por su parte y en segundo lugar, el principio de portabilidad se comprende como los procesos de maximización del espacio cuya consecuencia es la valoración y búsqueda de soportes físicos de drogas (latas, cajas, botellas, bolsas, etc.) que cumplan con los requisitos de ser de tamaño reducido, fácilmente desagregables, de fácil consumo y de rápido resguardo ante posibles sanciones legales o traslados del grupo de un lugar a otro. Aquellos dos principios son determinantes semiautónomos que rigen la mayoría de los casos de adquisición y consumo de las jóvenes.

Cabe comprender, por tanto, que los principios de proximidad y portabilidad operan como *claves tácticas* vinculadas a la movilidad y temporalidad juvenil que estructuran las distintas fases del consumo al interior de las culturas de consumo y que articulados y mediados por otros factores constituyen premisas básicas para *los modos de hacer* de las jóvenes.

**Compra Alcohol.** – En lo que respecta a las vías de adquisición de alcohol, la vía más utilizada entre las jóvenes es la compra a través del circuito mercantil del comercio lícito en lugares como botillerías, bares, supermercados, almacenes, discotheques, etc. Dentro de ese abanico de lugares de adquisición, las botillerías y supermercados son los lugares de compra más frecuentados por las consumidoras, hecho que puede explicarse por la gran cantidad de lugares de expendio de alcohol en la Región Metropolitana. En efecto, se calcula que existen 4.288 patentes de venta de alcohol extendidas, lo que implica que en algunas comunas exista una botillería por cada 600 habitantes (Hidalgo; 2016). En ese sentido, las *botis* y los *super* se configuran como una red de nodos territoriales multicéntricos que funcionan como puntos de adquisición masiva de alcohol para las jóvenes y grupos juveniles, los cuales pueden acceder a bebidas alcohólicas con soportes de fácil traslado (cajas de vino, botellas de licor, petacas, latas de cerveza, etc.), hechos que refuerzan el principio de portabilidad de las culturas de consumo juvenil.

En lo que respecta a las formas de adquisición, éstas siguen fundamentalmente un patrón de elección colectiva y/o individual basada en distinciones simbólicas asociadas al gusto y al capital económico preferentemente.



A partir de lo anterior, la elección de la bebida alcohólica a consumir se estructura en base a la interrelación de distintos factores entre los que destacan a) precio de la bebida alcohólica b) calidad de las sustancias y el valor simbólico asociado a esos atributos c) expectativas de consumo y d) estilo de la cultura juvenil a la que se pertenece y los valores asociados a aquella. Frente a este escenario, las distintas culturas de consumo privilegian distintos factores a la hora de adquirir una bebida alcohólica.

Ejemplo de ello es que, en las culturas de consumo ligadas a estratos altos, la *calidad*<sup>14</sup> de la sustancia es un factor estructurante del consumo. Aquello plantea que la elección y la compra de alcohol en las culturas de consumo ligada a estratos altos se sostienen en la estimación del valor simbólico (calidad) en detrimento del valor de cambio (precio) de la sustancia.

*“Ahí hay mucho copete en Vitacura. Los jóvenes compran pura carne y puro pisco. Botellas, botellas, botellas de Alto del Carmen. Y se revientan caleta igual. “(V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).*

En particular, las culturas de consumo asociadas a estratos altos y medios privilegian el consumo de *pisco* y de determinadas marcas consideradas de mayor calidad que el promedio<sup>15</sup>. Como contracara de lo anterior, para las culturas de consumo vinculados a estratos medios y bajos, el precio es primordial a la hora de la elección, determinando incluso la bebida alcohólica a consumir y el lugar donde se adquiere la sustancia. Aquello, no obstante, no significa que las culturas de consumo de estratos bajos no consuman *pisco*, sino más bien presentan mayores barreras de acceso y por tanto su elección se ve modelada de antemano. De este modo, estas culturas deben desarrollar flexibilidad en el proceso de elección para moverse dentro un espectro de elección condicionado.

---

<sup>14</sup>La calidad de una bebida alcohólica se refiere fundamentalmente a un cierto atributo que es destacado por ciertas consumidoras. En el caso de la Región Metropolitana, calidad se asociaba a los atributos de *rico, de buen sabor*. Estas nociones deben entenderse en el marco de las teorizaciones de P. Bourdieu (1988) en torno al gusto social y su relación con el habitus. En ese sentido, el gusto estético se comprende como la facultad de juzgar los valores estéticos de manera inmediata e intuitiva, sino, incluso, ampliándolo a cualquier otro criterio de distinción y elección, como puede ser el gusto elemental de los sabores alimenticios. Más adelante se relacionan las disposiciones estéticas con las condiciones sociales vigentes, es decir, con el sistema general de disposiciones (Bourdieu, 1988, pp. 247-248). A partir de eso el gusto se expresa como “la propensión y aptitud para la apropiación (material y simbólica) de una clase determinada de objetos o prácticas enclasadadas y enclasantas, es la forma generalizada que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas, que expresan, en la lógica específica de cada uno de los subespacios simbólicos – mobiliario, vestido, lenguaje o *hexis* corporal- la misma intención expresiva” (Bourdieu 1988, pp.172- 173). En otras palabras, la noción de *rico, o de buen sabor* son una serie de atributos (re)producidos históricamente y que se enmarcan en procesos de legitimación social de la elite nacional a través del consumo simbólico de ciertas sustancias que se traducen en la valoración de alcoholes generalmente de procedencia extranjera, con menor grado alcohólico, textura más suave y menor cantidad de aditivos que otro tipo de bebidas. A partir de eso se inicia un juego en que el gusto une y separa; al ser el producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, une a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero distinguiéndolos de todos los demás en lo que tienen de más esencial: el gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se quiere mostrar a los otros, de aquello por lo que alguien clasifica, se clasifica y le clasifican (Bourdieu 1988, pp.53).

<sup>15</sup> Marcas de pisco como *Alto del Carmen* o *Mistral* están asociadas con las culturas de consumo de estratos medio-altos mientras que las marcas de pisco como *Campanario, Capel*, etc. (de menor precio que las primeras marcas) están asociadas a culturas de consumo de estratos bajos.



*“Putá en la U yo tomaba Santa Helena, tomaba Báltica <sup>16</sup>por qué era lo que el bolsillo permitía comprar. En cambio, esos amigos ahora que ahora uno los ve con su plata. Hay algunos que por ejemplo han dejado de tomar” (A, 25 años. Psicóloga. Santiago Centro.)*

Tal como vemos en la cita anterior, las preferencias de compra de las *lais* asociadas las culturas de consumo electrónica/house o de estratos altos se aglutina en torno a tragos como la *piscola* (mezcla de pisco con alguna bebida Cola o blanca) mientras que las *piantes* o *ratas* que son parte de culturas de consumo con menor capital económico o que tienden a hacer uso con mayor frecuencia de espacios públicos a través del consumo cerveza o vino. Aquellas categorías (*lais*; *cuicas/piantes*; *ratas*) ciertamente son posiciones nominales que se dan en un esquema relacional que va mutando y que no posee posiciones fijas *a priori*. Es así que, alguien perteneciente a un estrato bajo y considerada *lais* puede pertenecer a una cultura de consumo que no gaste mucho en la compra de alcohol, hecho que la traslada a identificarse como *rata*, es decir como parte de un conjunto de consumidoras que ahorra y gasta poco, aprovechándose de las oportunidades que le brinda el contexto de consumo.

Distinción similar acontece en torno al consumo de jóvenes en etapa universitaria y jóvenes trabajadoras ya egresadas de aquellas instituciones:

*“De tomar el Chimbombo ahora me tomo un vinito en botella de los de vidrio, de una cerveza la Báltica ahora a una Bear Beer, cachai. Uno se va poniendo más sofisticado. Así como que me tomo una cerveza mala y me la tomo con culpa porque me duele. ¡Otra vez esta cerveza! cachai. Entonces la otra que es más rica no tomái’ tanto. A lo mejor, tomái’ menos porque es más caro, pero tomái’ rico.” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa)*

En efecto, se produce una frontera en las prácticas de consumo y adquisición de bebidas alcohólicas que deviene en una delimitación generacional y una clasificación entre jóvenes *más chicas* como consumidoras de cierta cerveza o vino (más barato y de ciertas marcas con menor estatus) y las jóvenes *viejas* como consumidoras que pueden acceder a mejores bebidas alcohólicas y de mayor precio.

En consecuencia, el juego *precio-calidad* es un eje articulador relevante dentro de los procesos de elección y adquisición de alcohol en tanto delimita una racionalidad económica específica basada en la construcción de distinciones simbólicas a partir de preferencias de compra de alcohol y a las cuales están asociadas a estatus y roles sociales determinados que operan como mecanismos de (re)producción de diferencias sociales (de clase, generacionales) entre los distintos grupos juveniles.

**Compra Cocaína.** - De modo similar al alcohol, el modo de adquisición más generalizado de cocaína es la compra vía circuito mercantil en los grupos juveniles. No obstante, la naturaleza ilícita de esta sustancia propicia que el proceso de adquisición se produzca bajo dinámicas diferentes a la adquisición de alcohol.

---

<sup>16</sup> Marca de vino y cerveza respectivamente consideradas las más baratas del mercado y con menor estatus social entre los grupos juveniles. No obstante, son bebidas alcohólicas de consumo masivo en ciertos grupos juveniles en la Región Metropolitana.



En primer lugar, el propio estatus de ilegalidad que detenta la cocaína y las prácticas de compra/venta asociadas condiciona directamente a que los puntos de adquisición sean menos en número que los de alcohol. En tal sentido, los puntos de adquisición de cocaína no constituyen una red multicéntrica de nodos como las del alcohol sino más bien se constituyen como puntos territoriales específicos dentro del panorama metropolitano que implican necesariamente un conocimiento previo de su localización y el seguimiento de un cierto código de acercamiento (discreción, espera y confianza) hacia los vendedores.

Sin embargo, y como contracara de los fenómenos de sanción social, moral y legal en la compra de cocaína, también se establecen redes de confianza y seguridad entre el vendedor y la consumidora que contrarrestan los peligros de la compra y hacen posible la propia transacción. Precisamente este tipo de mecanismos sociales se rigen en torno a una *lógica colaborativa* entre la consumidora y el vendedor cuyo fin es disipar cualquier sospecha de sanción legal o infiltración policial por parte del vendedor y burlar el estigma social que podría darse de la comprar de *jale* a personas desconocidas. Como consecuencia de esta situación, la compra de *jale*, *mote* o *falopa*<sup>17</sup> se hace siempre de manera *oculta* ya sea en espacios privados como las propias casas de los vendedores o en espacios públicos con poca concurrencia, de rápida salida para ambas partes o que sean espacios tradicionalmente apropiados por los jóvenes como los circuitos de diversión juvenil. Precisamente aquello reduce el peligro inherente a la adquisición de una sustancia ilícita trocándola por formas y redes de confianza y protección entre la compradora y el vendedor que impiden episodios de sanción.

Ejemplo claro de la relevancia de la existencia de redes de confianza en la adquisición de cocaína, son las jóvenes de culturas de consumo que se desenvuelven en mayor medida en la calle o en espacios públicos tal como los grupos *punk/hardcore*, grupos *alternativos*, y otros grupos sin atributos identificatorios rígidos que ocupan el espacio público como territorio psicotrópico común. En este tipo de culturas de consumo, ya están formalizados los distintos canales de adquisición de cocaína y en consecuencia ya existe una relación históricamente cimentada que excluye cualquier problema con el *casero* o *paisa*<sup>18</sup>. En ese sentido, siempre *hay mano*, siempre hay posibilidad de compra segura y confiable.

No obstante, y de manera simultánea, el estatus ilegal de la cocaína determina la configuración de un mercado ilegal que opera con una lógica de desregulación de la oferta, fluctuación de precios y tendencia al monopolio, etc. Aquel funcionamiento trae como consecuencia el alza del precio de la sustancia, hecho que se constituye como una barrera de acceso a la adquisición de la sustancia, lo cual trae, como efecto concreto, diferenciación social entre los grupos juveniles.

---

<sup>17</sup> Nombres coloquiales para la cocaína. *Jale* tiende a ser un apelativo de la cocaína utilizado en los estratos medio-altos de la sociedad chilena, mientras que *mote* o *falopa* es un nombre utilizado de manera más frecuente en estratos bajos y populares. *La guatona con moño* es también otra forma de referirse a la cocaína haciendo alusión a la bolsa de plástico transparente en que se venden y transportan las microdosis de la sustancia.

<sup>18</sup> El adjetivo de *casero* nace de la homologación del nombre y tipo de relación que se da entre los compradores y los vendedores de las ferias libres en Chile y que se caracteriza por la confianza, conocimiento mutuo y por prácticas como la *yapa*. *Paisa* por otro lado, es la abreviación de *paisano*, que es la forma coloquial en que se llaman los hombres colombianos entre sí, y que se replica en Chile como forma de decirle a los vendedores de cocaína origen colombiano.



Es así que las culturas de consumo asociadas a estratos altos tal como la cultura electrónica/house, grupos *alternativos* o de estilos<sup>19</sup> similares son las que poseen mayor facilidad de acceso a la sustancia y adicionalmente a una sustancia de mayor *calidad*<sup>20</sup>. En ese sentido, la lógica de distinción simbólica del alcohol se repite y es la *calidad* el eje clave del proceso de elección en torno a la compra de cocaína en las culturas de consumo de estratos altos.

*“[...] Porque yo creo que la cocaína que se vende aquí no tiene nada que ver con la que se vende allá. Debe ser full distinta. Y yo creo que la de acá está full mezclada con polvos royal po’. Esa es como la diferencia y al final yo creo que ellos consumen mucho más que los que son pobres, porque tiene más plata. Tienen más calidad y más cantidad.” (V, Estudiante de Comercio Internacional/Empaque en Supermercado. 23 años, San Joaquín).*

En efecto, la valoración de la *calidad* por encima del *precio* conlleva a que la cultura de consumo de estratos altos tenga acceso a una mayor red de adquisición de drogas, posibilidad que ayuda a la consolidación de cadenas de policonsumo estables y la ampliación del consumo a otro tipo de sustancias de mayor valor o más difíciles de adquirir (drogas sintéticas, por ejemplo).

Sumado a aquello, puede esbozarse otra diferenciación entre las distintas culturas de consumo y de las mujeres consumidoras, la cual se basa en la brecha temporal en los ciclos de compra de cocaína. Esto en vista de que, si bien la práctica de compra colectiva de alcohol y cocaína (o *vaca*) es una práctica de sociabilidad común dentro de los grupos juveniles metropolitanos sobre todo de culturas de consumo de estratos bajos, se da que estas culturas de consumo -en este caso grupos *underground* o grupos asociada a un circuito diversión periférica entre otras- deban operar bajo condicionamientos económicos. Esto se manifiesta en que el consumo debe ser planificado en el tiempo y no responde a la dinámica del momento, por lo que se transforma en un *consumo especial, un consumo planificado, un consumo de excepción*:

Así lo comenta también R.:

*“Después cuando me junté con mis amigos, empezábamos a hacer vaquita pa’ ir a comprar y ahora a veces cuando ando con plata y juntamos como que...nos anticipamos. No compramos el mismo día. No es cómo ¿cuánta plata tenís? Y ya compramos falopa y la hueá [sic]... No nace en el momento.” (R, Estudiante de Ingeniería en Química. 21 años, La Reina)*

*“Igual el jale es pa’ ocasiones especiales...se deja el raspadito de año nuevo pa’ después. Pero si invertíai’ tus lucas pa’ comprar la hueá [sic], onda tanta plata era pa’ esa mierda [sic].” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/ Vendedora. Puente Alto).*

En contraposición, la cocaína se asocia a un fenómeno de espontaneidad y pragmatismo en la experiencia de las jóvenes de estratos altos y medios:

<sup>19</sup> Por estilo juvenil entenderemos la “manifestación simbólica (...) expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad de grupo” (Feixa; 1996).

<sup>20</sup> La noción de calidad en la cocaína debe entenderse -según el relato de las consumidoras- como la ausencia de dolores nasales al ser ingerida, el rápido despliegue del efecto y fundamentalmente la ausencia de resaca física después del consumo.





*“Es que, si me llega cocaína yo la acepto, pero como que no es algo que yo voy a decidir. Onda en este carrete quiero que haya jale. Eso si hay ocasiones en que yo le he dicho a mi pololo, así como: Oye un día vayamos a bailar jalaos’. Porque igual es entretenido po’ (M, Estudiante de Sociología. 23 años, Vitacura)*

En tal sentido, el uso del capital social de las culturas de estratos altos le da mayor acceso a una red de drogas ilícitas, logrando burlar las barreras de acceso que se producen a raíz del estatus ilegal de la sustancia. En oposición, las culturas de consumo de estratos bajos o de grupos juveniles asociados a los circuitos de diversión periféricos acceden de manera más indirecta a sustancias muchas veces de menor calidad. Este escenario, tal como el alcohol, (re)produce las diferencias sociales a través de distinciones simbólicas de acceso y gusto que se reflejan en una distinta valoración de las prácticas de consumo.

**Invitación Alcohol y Cocaína.** - Otra forma de adquisición que aparece dentro de las culturas de consumo de alcohol y cocaína es la *invitación*. Este acto generalmente se hace por parte de una/o de las o los integrantes de los grupos juveniles el o la cual compra la cocaína o alcohol para todo el grupo con su dinero individual o en otros casos aporta el dinero para que las/los otros/as vayan a comprar la sustancia elegida. Aquello responde a dinámicas contingentes ya sea el pago reciente del salario asociado a su dilapidación festiva o dinámicas estructurales como mayor flujo económico asociado a una mejor posición socioeconómica.

La invitación en el caso de las mujeres consumidoras se da como una práctica transversal que se ve modelada por los factores que enunciábamos antes y que se inserta como una práctica de reciprocidad dentro un circuito mercantil de intercambio de drogas más amplio. Así lo muestran los distintos relatos:

*“Nunca lo he hecho. Siempre he estado pechando. Pechando jale. “(C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/ Vendedora. Puente Alto)*

*“Y en general todos mis amigos invitan caleta, todos se rajan. Puede quizá pasar una semana entera en que quizá no puse ni un peso, pero igual tomé hartó.” (H, 28 años. Guionista de TV. Providencia).*

Las invitaciones según la experiencia etnográfica responden a dos principios diferentes: en el primer caso la invitación es parte de un ciclo de dones y contradones (Mauss, 2009), en donde la sustancia opera como regalo en el sistema de intercambio de favores entre jóvenes y que apuntaba a generar confianza e identificación con el grupo a través de prácticas rituales de comensalidad en una lógica de reciprocidad.

Y en el segundo caso, comprendiendo que el consumo de cocaína se inserta en un régimen heteronormativo<sup>21</sup> de circulación, en algunos episodios la invitación o regalo

---

<sup>21</sup> Entendemos régimen heteronormativo como un régimen social, político y económico que impone las prácticas heterosexuales mediante diversos mecanismos médicos, artísticos, educativos, religiosos, jurídicos, etc. y mediante diversas instituciones que presentan la heterosexualidad como necesaria para el funcionamiento de la sociedad y cómo el único modelo válido de relación sexoafectiva y de parentesco. Este régimen se retroalimenta con mecanismos sociales como la marginalización, invisibilización o persecución. Tiene como base un sistema binario y jerarquizado, en donde todos los seres humanos recaen en dos categorías distintas y complementarias: hombre y mujer; las cuales codifican que cada sexo tenga ciertos roles naturales en la vida (Rich; 1985). En el caso de la invitación como práctica de adquisición,



apunta a la generación de un don y contradon sexual de parte de las jóvenes. Aquello se visibiliza con mayor fuerza en las mujeres consumidoras de estratos bajos:

*“Antes igual tomaba con el desconocido y me acuerdo de a veces haber ido sola a un carrete, o a una tocata y puta por ser mujer es más fácil carretear también po'. Te ofrecen copete. Yo hueón (sic), salía con \$500 y llegaba, pero... había entrado a 3 fiestas, había tomado lo que había podido, fumado. Todo. Y lo hacían por su qué.” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa).*

En las culturas de consumo metropolitano sobre todo a las ligadas a las discoteques/pubs, las drogas actúan como mediadores de la relación sexual. En ese sentido, esta es una de las formas en que las mujeres de culturas de consumo de estratos bajos eluden la barrera de acceso de la cocaína y logran adquirir la sustancia.

### **b. Distribución: Masculinización e Intermediación Autónoma**

Dentro del proceso de adquisición del alcohol y la cocaína ya sea en sus versiones de compra o invitación, existe un patrón marcado asociado a la propia naturaleza masculinizada de las culturas de consumo de drogas metropolitana en la mayoría de las fases de consumo que hemos estudiado y que persiste con mayor fuerza en la cocaína en particular. En ese sentido, en la mitad de los casos es una figura masculina (pololo, pololo de otra amiga, amigos, familiares hombres, desconocidos) la que adquiere, media y provee la cocaína:

*“Es que realmente tengo un amigo que es culpable de todo (risas). El que sale con la carta bajo la manga. Él es un personaje. Yo veo a ese hueón, me veo, así como...ssssh (hace el sonido como que jala). Él siempre tiene porque él ya consume po', cachai. Es como verlo...de todas las veces que lo he visto una vez no ha tenido.” (R, Actriz. 27 años, Ñuñoa)*

Precisamente dentro de esta cadena de adquisición y aprovisionamiento, la figura del vendedor (*dealer*, *tr.* distribuidor) es un eslabón oculto o muchas a veces desconocido para las consumidoras, por lo que en muchos casos es el hombre quien provee, el que realiza el contacto y hace la compra. Aquello refuerza una cadena masculinizada de adquisición, en donde el vendedor y el proveedor suelen ser figuras masculinas que median la compra y que se relacionan en torno a dinámicas de compadrazgo, amistad y/o posibles episodios de violencia sobre todo en los puntos de adquisición asociados a estratos bajos y zonas periféricas.

No obstante, paulatinamente y a partir de los diálogos y la experiencia en las culturas de consumo de cocaína, las jóvenes tienen cada vez mayor acceso a saberes en torno a la sustancia por medio de los jóvenes de los distintos grupos juveniles de la ciudad. Ejemplo de ello, es que varias entrevistadas señalan que figuras masculinas como guardias, taxistas son distribuidores y vendedores habituales de cocaína.

---

este se muestra como una suerte de don/contradon sexual, en que hombres “invitan” a mujeres a un *copete* o *jale* con el fin de que su regalo sea *devuelto* en forma de relación sexual.



*“De nombre. Sé que es un loco que llega en taxi. Sé que el loco tiene amigos muy coqueros que son amigos de este taxista. (...) he cachado que muchos taxistas que venden coca. Porque es como a domicilio al final poh’. Hacen la carrera y la hacen terrible piola. Y sé que hay un loco, que este hueón [sic] siempre llama. Pero yo nunca lo he visto, nunca he hablado con él.” (M, 23 años. Estudiante Sociología, Vitacura)*

Como se observa, las jóvenes han ido adquiriendo saberes que le permiten *moverse* por las distintas redes de adquisición e identificar en la geografía urbana a las figuras que probablemente pueden vender cocaína.

En otra serie de casos, la figura masculina o femenina de provisión pierde relevancia en el proceso de compra y distribución gracias a que ciertas jóvenes acceden a comprar la cocaína directamente con el vendedor.

*“Lo que pasa es que yo iba harto a carretear a una plaza en Providencia y había un loco que vendía jale y yo le compraba a el primero. Y bueno este loco que vendía jale, él dealer le pasaba a el pa’ que vendiera. Y un día me lo presentó este loco...el dealer fue a la plaza a tomarse una cerveza y el loco me lo presentó. Y yo le dije ¿te puedo empezar a llamar a ti en vez de a este otro hueón? Porque yo sabía que era de la mano, porque él era el hueón que repartía la hueá. Y el loco es terrible tela, me dijo si y me dio su número y eso fue hace como 2-3 años y desde ahí. Ahora voy a su casa, nos hemos tirado unas líneas juntos tomándonos una chela.” (L, Vendedora tienda de Música. 23 años, Providencia).*

Se observa además que un tercio de las mujeres logran la autonomía en la gestión de las redes de compra de cocaína con respecto a la figura masculina por lo que pueden ir cambiando de punto de adquisición según sus necesidades y según el principio de proximidad. En efecto, aquello repercute en la construcción de diferencias entre las jóvenes consumidoras, dentro de las cuales las consumidoras de los estratos altos de mayores de 25 años y que ya están insertas plenamente en el mercado laboral logran comprar cocaína sin intermediarios, fenómeno que supone una etapa transicional, en el cual los hombres a pesar de que todavía cumplen un rol de proveedores en la compra y adquisición de cocaína en los grupos juveniles paulatinamente han sido desplazados de estas tareas y han dado paso a la incorporación de las jóvenes en la compra y gestión de las redes de aprovisionamiento de cocaína en los circuitos mercantiles ilícitos.

En términos generales, las distintas formas en que se da la masculinización de la cocaína dentro de las culturas de consumo, supone un escenario anclado en el predominio, mediación y provisión de la sustancia asociada a redes de hombres. No obstante, la incorporación de las mujeres en las redes de adquisición y compra de cocaína ha producido la génesis de una tensión y una crisis de los roles de género contemporáneo en el campo de las drogas en tanto cuestiona el rol proveedor masculino, en donde las propias consumidoras estructuran lazos de confianza con el vendedor de forma que se vuelve innecesaria la intermediación o provisión masculina. Y esto no solo se circunscribe a la tensión en torno al sujeto que hace la transacción, sino que también implica la tensión en torno a la propia dinámica de adquisición. Ejemplo de ello, es la relación que se establece con el *dealer* y que tensa los modelos de género contemporáneos tal como la necesidad de protección de la mujer, o el uso de la violencia como recurso constante dentro de la relación de compra/venta entre hombres.



En definitiva, los procesos de adquisición del alcohol y la cocaína se insertan en circuitos mercantiles que operan en dos circuitos construidos en torno a la norma legal: uno dentro del mercado legal y por tanto sujeto a una elección de consumo vinculado a un más fácil acceso a la sustancia; y el otro mercado ilícito que opera bajo una lógica desregulada y en donde las barreras de acceso son más potentes, de modo que el uso del capital social como forma de ampliar la elección de consumo pasa a ser un factor relevante. En ese sentido, ambos circuitos se basan y amplifican en dinámicas de configuración de estatus intragrupales y delimitaciones fronterizas intergrupos a partir del consumo. En una segunda instancia, encontramos una dinámica de riesgo y desconfianza articulado en torno a sanciones morales, legales y sociales en torno al consumo femenino

Por su parte y en lo que se refiere al fenómeno de la invitación, es una práctica que se construye como un eslabón no mercantil dentro de un circuito de mercantilización de droga más amplia y se sustenta en una economía moral basada en dos lógicas que actúan simultáneamente: un principio de reciprocidad en pos de la consolidación de lazos de confianza e identificación con el grupo de las culturas de consumo y otra lógica basada en un principio libidinal en donde el deseo masculino tiene prioridad, lo que supone que el cuerpo femenino es susceptible de ser intercambiado por una sustancia psicotrópica, de *ser consumido* en pos de un *plus de goce* del hombre. Sin embargo, la incorporación de las mujeres en la fase de adquisición masculinizada ha ido erosionando aquella economía libidinal a la par que ha puesto en crisis los roles de género en el campo de las drogas.

## II. Prácticas de Consumo

Posterior a la etapa de adquisición del alcohol o cocaína, se produce la etapa de consumo de las sustancias propiamente tal. En ese sentido, las distintas prácticas de consumo se deben entender como cadenas de rituales de interacción (Collins, 2009)<sup>22</sup> a partir de las

---

<sup>22</sup> Cabe destacar que los rituales de interacción son situaciones de copresencia física, los cuales demarcan a los participantes de un Otros. Así mismo, éstos varían conforme a dos dimensiones mayores: el grado de coincidencia de los participantes en un foco de atención compartido y la intensidad del eslabonamiento emocional que surja entre ellos (Rizo, 2015). Asimismo, los rituales de interacción son mecanismos que forjan una emoción y una atención conjuntas, generando una realidad temporalmente compartida y un estado de intersubjetividad intensificada (Collins, 2009). En tal sentido, el núcleo central de todo ritual de interacción implica un proceso en que los participantes de dicho ritual desarrollan un foco de atención común y en el que sus ritmos corporales y, sobre todo, sus emociones, entran en "consonancia recíproca" (Collins, 2009, p. 71). Es importante destacar que el concepto de energía emocional es central para la comprensión del modelo. Collins, al respecto, afirma que los rituales eficaces no sólo crean y recrean símbolos de pertenencia grupal, sino que también infunden energía emocional en sus participantes. Por el contrario, los llamados rituales fallidos drenan esta energía. En consecuencia, la energía emocional se acumula en recuerdos, ideas, creencias y símbolos y se recicla en redes conversacionales, en diálogos interiores y en cadenas de rituales de interacción que tengan lugar posteriormente. A mayor identificación personal con los símbolos del grupo, mayor pervivencia individual de la memoria simbólica y del sentimiento de pertenecer a él. Es decir, la energía emocional proporciona energía, sobre todo "para resolverse a tomar la iniciativa en la interacción emocional, para poner entusiasmo en ella y para pautar el nivel colectivamente compartido de consonancia emocional" (Collins 2009 en Rizo; 2015). Dentro de la tipología que construye el autor, el policonsumo de sustancias dentro de las culturas de consumo se pueden entender como rituales naturales, es decir, como aquellas interacciones que sí generan un foco de atención compartido y consonancia emocional, "sin necesidad de protocolos formalmente estereotipados y rituales formales a los que se rigen por un aparato de procedimientos ceremoniales que todos reconocen" (Collins, 2009, p. 74-75).

A su vez el desarrollo de la cadena de rituales de interacción comprende el manejo de impresiones, en donde los agentes representan papeles y roles construidos socialmente en base a guiones sociales como prácticas performativas en el contexto de la vida cotidiana. Siguiendo a Goffman (1959) y su metáfora dramática, las interacciones rituales y la naturaleza de los agentes como actores es un ingrediente crucial del moldeamiento del comportamiento de los actores en



cuales se representan papeles y roles de acuerdo a un guión social determinado y que construyen un código moral que viabiliza ciertas dinámicas al interior de los grupos juveniles y entre las distintas consumidoras, codificando así la manera en que se procesan colectivamente los efectos y la *buena y correcta* forma de habitar el cuerpo y el territorio cuando se está *borracha o jalá*.

### **a. Espacios Público/Privado y Circuitos de Consumo Metropolitano**

Los espacios de consumo son aquellas entidades abstractas a partir de las cuales se construyen los distintos territorios psicotrópicos como espacios sociales vividos, habitados por actores sociales que desarrollan determinadas prácticas sociales de consumo de drogas de acuerdo a ciertas normas y guiones sociales. No obstante, los espacios no son neutros, sino que son construcciones culturales que surgen a partir de relaciones de poder, las cuales establecen un orden simbólico de valores, jerarquías y normas que definen límites sociales y sobretodo espaciales específicos que configuran escenarios de inclusión y segregación de determinados sujetos. En esta dirección, las divisiones espaciales tales como público-privado o dentro-fuera guardan una estrecha relación con la construcción social de las diferencias y jerarquías de género (McDowell, 2000, p. 29).

A partir de lo anterior y siguiendo la línea argumentativa planteada por C. Pateman & M. X. A. Romero (1995) que sitúan la subordinación femenina a partir en el marco del contrato sexual implícito en el contrato social promovido por el discurso liberal, el espacio “público” se erige como el ámbito de la racionalidad, la universalidad, la abstracción y la objetividad, es decir, se construye como territorio productivo, remunerado, en donde se desenvuelve la política, la diversión y la borrachera convirtiéndose en un espacio asignado a los hombres y al despliegue de la masculinidad. En ese espacio “público” se espera que el hombre ostente sabiduría, poder, ejercicio del dominio y demuestre su excelencia y eficacia, su racionalidad. Este espacio es visible, tangible, es el único en donde el trabajo es remunerado, “medible”. En contraposición, se encuentra el espacio “privado” terreno de la emocionalidad, la narratividad, la particularidad y la subjetividad), el cual es construido como territorio reproductivo, estático, no remunerado y asignado a las mujeres. Lo femenino, asignado a la mujer, se ubica de modo exclusivo en el ámbito privado, doméstico, familiar. Este es el espacio del cuidado, de la atención a los otros, de los afectos, de la reproducción de la vida, del trabajo no remunerado e invisible, del recato y de la abnegación maternal (Fernández 2005 en Delgado; 2008). Esta división espacial sexualizada y jerarquizada hará del ámbito de lo público un lugar masculinizado al cual se le otorgará mayor valor en contraposición al espacio privado, feminizado y devaluado (Pateman & Romero, 1995)

---

la vida cotidiana en donde la interacción se juega en términos de acción dramática en donde existe actor, escenario, auditorio elementos clave a partir de los cuales se despliega la representación pública y también privada de la práctica de consumo. En efecto, el resultado es el ritual, la creación de un culto temporal, es decir una realidad compartida. Emerge una realidad simbólica, autónoma del ambiente circundante. Desde este punto de vista, las expresiones de sí misma en la situación de interacción están orientadas por códigos rituales, mediante los cuales mantienen sus rostros y ayudan a los otros actores a mantener el suyo propio. De esta manera, es a través de los rituales de interacción que la gente se acopla a las construcciones que hacen otras personas acerca de su “yo” (self). (Chihu Amparán y López Gallegos, 2007, p.230)  
Los códigos sociales por tanto son objetos simbólicos que existen independientes de la conciencia y el pensamiento individual de los agentes. Mediante estos recursos, el *self* se organiza. En otras palabras, se constituye a partir de marcos o códigos que estructuran la experiencia de los agentes en oposiciones binarias. Asumir un código femenino u otro masculino, es un signo que permite leer la expresión personal como un signo de la identidad. (Chihu Amparán y López Gallegos, 2007.)



En el caso de la Región Metropolitana, los espacios juveniles se articulan en torno a la lógica espacios públicos/privados y a una lógica centro-periferia que se repite en la urbanización latinoamericana. Dentro de este escenario, el espacio habitado por las jóvenes dentro de la Región Metropolitana se circunscribe a zonas donde predominan los discoteques/pubs/bares y lugares para “carretear” y que comprenden un circuito festivo central y circuitos festivos periféricos<sup>23</sup>. Este tipo de espacios de naturaleza pública viabilizan la construcción de territorios psicotrópicos en los cuales conviven diferentes lógicas de despliegue y que se ven tensionados por la creciente apropiación y uso de aquellos espacios por las mujeres y jóvenes. Además, es necesario entender los espacios públicos/espacios privados como un *continuum* simbólico de territorios psicotrópicos, a partir del cual las jóvenes se desplazan de un espacio a otro y de una situación festiva a otra, en un proceso que se sustenta en principio de transitoriedad, movilidad y portabilidad que rige a las culturas de consumo juveniles y al consumo femenino.

### **a. 1. Espacios Públicos**

Dentro de ese escenario, encontramos un amplio circuito de espacios públicos de carrete y consumo que se estructuran en torno a distintos *nichos sociales de entretenimiento* asociados a los distintos estilos de los grupos juveniles.

En lo que respecta a los circuitos festivos centrales, se da la persistencia de un guión heteronormativo. Frente a aquello, existen culturas de consumo como la *alternativa* o la electrónica/house que ocupan y construyen territorios que ponen en paréntesis ese tipo de narrativas. Frente a aquello, algunas culturas de consumo optan por circuitos de recreación homosexual o que se constituya como alternativa al guión heterosexual como es el caso de la discoteque *Blondie* o el circuito de discoteques gay de Bellavista.

*“Porque en las discos hetero nunca hay música que yo pueda disfrutar así pal pico (sic). Siempre la música que me ha gustada ha estado ligada con el mundo gay. Me carga esos lugares que irradian heterosexualidad. Entre más testosterona en una disco heterosexual más hueones (sic) te vai’ a encontrar.” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).*

Este tipo de espacios públicos que se erigen como alternativa a la heteronorma se constituyen como territorios formalizados que ponen en paréntesis las dinámicas de acoso y cosificación de los cuerpos femeninos que se dan en los espacios públicos masculinizados, esbozando nuevos guiones de interacción sociales y sexoafectivas que pueden verse traducidas en nuevas experiencias dentro de la pista de baile de una discoteque o en la previa de un *carrete* en un pub o en la calle.

Cabe destacar a su vez, que este tipo de espacios públicos existen en torno a un circuito festivo segmentado por estatus social y capital económico que sienta distinciones entre

<sup>23</sup> El circuito festivo central de la Región Metropolitana comprende el barrio Bellavista asociado al eje Pío Nono y calles aledañas. A su vez comprenden este circuito el barrio Brasil, Plaza Nuñoa, barrio República y en el sector Oriente el barrio El Golf. En lo que respecta a los circuitos festivos periféricos, estos se constituyen en torno a ejes locales y lugares como discoteques/bares/pubs en comunas como Quilicura, Maipú, La Florida, Peñalolén, entre otros.



los distintos consumos de las jóvenes. Ejemplo de ello es la comparación entre dos relatos de jóvenes de distintas culturas de consumo:

<p>“2: ¿Y vas a lugares como “Harvard”?”</p> <p>1: No, es que esas hueás (sic) son cumas. Está bien para ir en 1° a tomarte una chela, pero no para ir a danzarss. No, porque ya lo otro sería irse pa’ arriba. “Subterráneo” podría ser más transversal, no pero no es tan flete. Nicagando’, pero no es tan cuico. No es de Apoquindo pa’ arriba, es como más piola. De ahí te lo aguanto. De ahí pa’allá es una lista de imbéciles.”</p> <p>(C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).</p>	<p>“2: También Bella [Barrio Bellavista]. “Zona 3”. Siempre vamos a “Zona 3”. También “Harvard”, pero es muy caro, no apaña mucho”</p> <p>(V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).</p>
---	--

Tabla 1: Tabla de Elaboración Propia en base a Transcripción Entrevistas Semi-estructuradas.

En esta comparación, el circuito festivo y sus espacios públicos ya no solo debe entenderse en relación espacio heteronormativo/espacio alternativo a la heteronormatividad; sino que deben cruzarse con la construcción generaciones y de clase de los propios espacios. En ese sentido, vemos que la elección de cierto lugar de carrete y por tanto de consumo se dará siguiendo lineamientos sociales que intentan (re)producir los estatus y las diferencias sociales en torno a una frontera simbólica. En consecuencia, los lugares de carrete son espacios de identificación y reconocimiento *de las y los similares*. Ejemplo de ellos es que las jóvenes de las culturas de consumo *alternativa* (al que se integra C.) rechazan ir a bailar a la discoteque *Harvard*, dado que simbólicamente está marcado como un lugar festivo que se dan una dinámica social y una asistencia generalmente ligada a estratos sociales más bajos que ellas. En contraposición, las jóvenes de las culturas de consumo *underground* a (la que se integra V.) asisten a *Harvard* como un acto simbólico de identificación con el lugar y que se corresponde con su estatus social anclado en los estratos bajos.

En lo que respecta al uso espacios públicos como plazas o parques como territorios psicotrónicos donde muchas veces se hace *la previa*, estos se construyen como espacios masculinos en donde los discursos de sanción legal y social tienen mayor despliegue sobre todo en el caso del consumo de cocaína considerado una práctica más grave. Aquello se manifiesta en concreto en que la policía tiene mayor acceso y las facultades legales para interrumpir o detener a quien consumo alguna droga:

“Nos juntamos ahí en Baquedano. Y fuimos a tomar a esa plaza que está ahí. El Fore [Parque Forestal]. Y compramos una chela allá en Los Alpes, y nos fuimos a tomar ahí no más po’. Y de repente se acerca como una loca. Pero de ropa de calle, terrible normal. Y yo dije ¿está loca nos va a ofrecer pitos? Y la loca se acerca y nos dice: hola, chicos. Y dice: Carabineros de Chile. Y saca la credencial. Tienen que acompañarme.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).



No obstante, todo despliegue de las prácticas de sanción en espacios públicos tiene fisuras a partir de las cuales el consumo sancionado puede llevarse a cabo.

*“En bares, en mi casa, en la casa de mis amigos. En el Parque Forestal suelo...es que con mi pololo tenemos la dinámica de ir al parque, poner una mantita y tomar nuestras chelas y fumarnos un caño. En esos lugares más que nada.” (A, 26 años. Psicóloga. Santiago Centro).*

En ese punto, cabe recalcar que la tolerancia social en estos espacios se da con prácticas de consumo de alcohol como sustancia lícita, no así con el consumo de cocaína, frente al cual el umbral de tolerancia social es mucho más bajo y susceptible de transformarse rápidamente en sanción social.

### **a. 2. Espacios de Transición**

Hablamos de espacios de transición como aquellos territorios en que hay un mayor control de las y los invitados y por tanto hay menor afluencia de asistentes lo que deviene en que sean espacios de mayor intimidad. No obstante, aquello no siempre se cumple, dado que en muchas ocasiones estos espacios aglutinan distintos grupos juveniles que no se conocen entre sí. Sumado a eso otro criterio a punta a entender los espacios de transición como aquello en que se da la convivencia de códigos hegemónicos y alternativos asociado a la asistencia de distintos grupos juveniles de distintos estilos juveniles. Ejemplo de este tipo de espacios, son los campus de ciertas universidades o centros de educación superior, en donde las jóvenes -sobre todo jóvenes universitarias- poseen un circuito de consumo asociado a las actividades de cada casa de estudio y sus espacios de socialización.

*“El jueves pasado, tenía mucho tiempo sin tomar. Un mes y medio más o menos. Y el jueves pasado fui al Peda y tomé, y tomé puro vino y sabes que me curé.” (F, Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de supermercado. 25 años, Quinta Normal).*

*“Cacha que fui a la marcha y después fui a mi U y ahí fuimos al Centro de Estudiantes, nos compramos unas chelas. Nos fumamos unos pitos. En la FAE. Y ahí me quedé todo el día. [Además] siempre está el patio de mi U. Porque ahí hay 0 color, entonces ahí carreteamos piola.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).*

Los espacios públicos o semipúblicos de los campus universitarios pueden apropiarse y constituirse como espacios de transición donde es posible construir territorios psicotrónicos dependiendo de la permisividad de las autoridades locales. En ese sentido, existe un circuito de campus universitarios (U. de Chile, UMCE, USACH entre otros) que son conocidos espacios de consumo y donde la sanción legal y social se flexibiliza.

En continuidad con lo anterior, espacios como livings de las casas en contextos de carrete o interiores de pubs/discotheque también se transforman en espacios de transición en donde se producen dinámicas simultáneas de intimidad y distancia social, además de la convivencia de cierto código moral hegemónico caracterizado ya sea por un guión heteronormativo, sancionador, etc. y guiones alternativos éste.





Ejemplo de ello son los siguientes relatos:

*“Estábamos carreteando en la fonda del Nano Parra, tocaba un amigo y se sacó unos jales. Y jalé y fin. Fue en las mesitas del fondo” (C, Estudiante de Diseño Gráfico/ Vendedora. 26 años, Puente Alto).*

Lo anterior, supone que la convivencia de distintos códigos morales que permiten que se viabilicen prácticas de consumo sin sanción o con negociación de la sanción. Mismo caso se presenta en la pista de baile de discotheque como espacio de transición y flexibilización moral:

*“Contexto: mesita de centro-amigos-línea. [Aunque] Más en el lugar como discotheque, más que en la casa.” (H, 28 años. Guionista de TV. Providencia)*

Sumado a eso, las casas o departamentos también se constituyen para los grupos juveniles como espacios de transición en tanto que el carrete en estos espacios se caracteriza por la conversación, el coqueteo, etc. más que de movimiento y baile como son las discotheques o los *carretes*, hecho que imprime otra dinámica social a los territorios psicotrópicos y en donde el conflicto entre el código moral hegemónico y sus alternativas emerge más visible. Además, son territorios de encuentro entre pares, lo cual a su vez viabiliza instancias de experimentación en un ambiente de mayor confianza y/o seguridad para la transgresión de ciertos guiones sociales.

### **a.3. Espacios Privados**

Finalmente, los espacios privados son territorios psicotrópicos en que predomina una mayor intimidad y confianza entre los participantes, lo que flexibiliza la sanción social del consumo impidiendo que opere el estigma anclado al consumo. Aquello puede traducirse en mayor libertad de *emborracharse* sin peligro (aparente) de violencia sexual o episodios similares ligados al consumo femenino:

*“A mí me gusta tomar en una casa y hacerme pico [sic], en una casa. Pero si salgo a un lugar, como que trato de no tomar mucho, como en un lugar público” (R, Estudiante Ingeniería Química. 21 años, La Reina)*

Sumado a aquello, el grupo juvenil puede tener pleno control de las condiciones del encuentro. En ese sentido, se dan dinámicas de negociación social más directa entre las y los participantes del ambiente que se quiere construir:

*“Me gusta harto la casa. Si es con amigos ojalá sea en un lugar íntimo, más barato además y estar más piola. Porque el carrete en casa se puede conversar, porque si vai’ a un local siempre la música está a la orden del dueño del local. Y a mí me gusta carretear para conversar y bailar. O sea, cuando nosotros decimos no vamos a conversar, subimos la música y todos bailando cachai’ es una decisión del grupo. Eso me gusta. Tener control de los volúmenes sobre todo” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa)*

En síntesis, existen dinámicas sociales específicas derivadas de determinaciones espaciales y que modulan el modo de construcción de los territorios psicotrópicos y los consumos. En el caso del alcohol, su estatus legal y su naturalización social hace que su



consumo pueda darse de manera más abierta en contextos de *carrete* o incluso en espacios públicos siendo tolerado socialmente. No obstante, en el caso de la cocaína, el estigma viene asociado al despliegue de un tabú en torno a la sustancia, hecho que se traduce en episodios como:

*“En discos, en baños, en departamentos. Lo más publico sería en una disco, en una pista de baile. La primera vez fue un baño, porque era de hartas personas el carrete y nos fuimos a... bueno, no tanto por no convidar si no porque el acercamiento a la cocaína igual es más aislado po' y no es como fumarte un pito delante de la gente” (A, Psicóloga. 25 años, Santiago Centro)*

Hay por tanto un resguardo de que el consumo de cocaína sea *oculto*, no sea visto en el caso de las consumidoras, hecho que determina que los territorios de cocaína sean privados y con una afluencia de público menor o que tenga posibilidad de control de aquella interacción social. Así, espacios como baños en hogares, patios u zonas oscuras en espacios públicos son territorios ideales para el consumo de cocaína.

### ***b. Tiempo de Excepción, Tiempo Festivo y Rituales de Consumo***

En primer lugar, las cadenas rituales de interacción asociadas al policonsumo de alcohol y cocaína se dan en situaciones específicas; es decir, *en* un entramado de coordenadas espaciotemporales *extracotidianas* de ocio y diversión y que se construyen simbólicamente en oposición a la jornada formal de trabajo o estudio que tienen las jóvenes metropolitanas. En tal sentido, las prácticas de consumo de drogas pueden entenderse como prácticas intersticiales al interior de los ciclos productivos urbanos y en donde se suspende momentáneamente las actividades ligadas a esta rutina. De esta manera la génesis de las situaciones juveniles de consumo se da en los espacios destinados al descanso y al ocio. La noche y los fines de semana, por tanto, pasan a ser los espacios predilectos para esta práctica.

El relato de algunas jóvenes lo sugiere en esa dirección:

*“Generalmente en la noche. Generalmente los fines de semana. Y en determinadas ocasiones en la semana cuando de repente me junto con amigos o con mi pololo como: ¡tomémonos algo!, con el afán de compartir y disfrutar algo po'. Entre comerse un completo y tomarse una chela, algo así. Y los fines de semana tomo generalmente cuando carreteo” (A, 26 años. Psicóloga. Santiago Centro).*

En relación a aquello, la apropiación y uso de los espacios de ocio y recreación juveniles están directamente vinculados a los valores que comparten las culturas juveniles de manera transversal. En este caso las jóvenes construyen la noche como un territorio de libertad vinculado al policonsumo:



*“Es que de noche uno se descontrola. Uno toma hasta que no podis’ más. Es que no tenis nada que hacer po’. Entonces es tu momento de liberarte no más po’ y hacer lo que queris’. (...) Y si obvio es que es el fin de semana se acaban las responsabilidades por así decirlo” (V, Estudiante Comercio Exterior/ Empaque Supermercado. 23 años, San Joaquín)*

Tal como señala V. la noche y las noches del fin de semana en particular aparecen como un lugar de construcción de identidad juvenil clave, a la vez que aparece como un espacio social de gran densidad cultural y muy valorada socialmente entre las jóvenes consumidoras. Aquello puede explicarse en tanto la *oscuridad* se transforma en territorios de nuevas relaciones, que propicia *la conquista de un tiempo perdido, de un tiempo vacío*. Tal como indica Matus (2005) en la noche todo está dispuesto para el goce, para *pasarlo bien*. En ese sentido, la noche se torna un espacio de apropiación juvenil que intenta construirse por fuera de la norma adulta de la rutina diaria y que es el escenario ideal para el *carrete* como ritual de consumo.

A su vez, el *carrete* es la situación festiva por excelencia de las culturas de consumo a nivel nacional dado y son momentos que se estructuran en torno al tiempo, energía y dinero disponible. Dentro de esta dinámica que se juega entre los límites del control/descontrol goce y libertad, el consumo de drogas se constituye como símbolo demarcatorio entre la rutina cotidiana y la experiencia festiva:

*“Es que me pasa que a veces cuando salgo muy tarde -por ejemplo, de Navidad, trabajaba todo el día y salía a las 12 de la noche y llegaba a las 1.30 a mi casa- me pasaba que sabía que tenía una chela, me tomaba una chela, me hacía un pito como pa’...como solo pa’ hacerlo. Como para sentir que ya termino el día culiao (sic) y puedo tomarme una cerveza y fumarme un pito y ver tele y ver la hueá más banal” (L, 23 años. Vendedora de Tienda de Música. Providencia)*

Esta demarcación fronteriza también tiene una dimensión a nivel nacional. Así, fiestas masivas como Año Nuevo, Fiestas Patrias (18 y 19 de septiembre en Chile) o los cumpleaños de miembros del grupo juvenil de amigas/os son consideradas situaciones legítimas para el policonsumo de sustancias psicotrópicas. En ese sentido, estas fiestas son entendidas como momentos masivos que inauguran tiempos de *excepción* en donde el consumo de drogas y una posible *borrachera* es una práctica no sancionada socialmente o donde se genera mayor flexibilidad en el código moral hegemónico y el estigma asociado al consumo de sustancias.

Así lo comenta V.:

*“Año Nuevo es como el fin del Año entonces tenis que empezar de nueva otra etapa y tenis’ que empezarla bien po’. Carreteando, darle la bienvenida (risas). en mi cumpleaños también po. Tomo, pero tampoco cualquier cosa. Pero me va a ver mis amigos, entonces se arma un mini carrete. Pero yo de carrete masivo nunca he hecho uno. Pero siempre me vienen a ver los más cercanos y tomamos po’.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Exterior/Empaque de Supermercado. San Joaquín)*

El cumpleaños como celebración en que se reúnen grupos familiares, amigas/os de distintos grupos y personas cercanas constituyen eventos sociales relevantes para las



culturas de consumo juveniles, dado que se dan en espacios privados en donde sienten mayor libertad de consumir drogas en un ambiente de pares.

En cierto sentido se constituye como un territorio -temporal especialmente propicio para el consumo y la performance festiva.

*“Y fue un cumpleaños muy bueno...y justo fueron unos amigos de acá de la U. Cumpleaños de casa. Hace caleta de tiempo no tenía un cumpleaños de casa. Y éramos puros amigos. Y estábamos urgidos y fuimos a una población ahí en Pudahuel Sur a comprar a un parce. Fuimos casi todo el cumpleaños. Éramos 4. Era primera vez que yo compraba. Puse 5 lucas. Es que era el cumpleaños de mi amigo y compramos 10 lucas en total y nos dieron 25. Me dieron una yapa.” (F, Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de supermercado. 25 años, Quinta Normal).*

En síntesis, el consumo opera como una suerte de *huella* temporal, como *marca fronteriza* que delimita la transición de un tiempo *lineal* a un tiempo de *excepción* para las consumidoras, el cual inaugura la posibilidad de poner en crisis e incluso suspender la ley que rige durante el día o en los espacios laborales o de estudio.

A partir de lo anterior, cabe comprender que los ritos de consumo se dan -tal como la señalábamos en el apartado anterior- en distintos espacios de la metrópoli que se van convirtiendo en territorios psicotrópicos habituales para los grupos juveniles metropolitanos. Ya sea en espacios públicos como bares, parques, plazas u espacios de transición como hogares de algunos jóvenes y espacios privados como los baños de los hogares, etc. generalmente los rituales de consumo y las distintas sustancias que se consumen se vinculan en una cadena de policonsumo en torno a una serie de situaciones e interacciones sociales que se van dando durante el transcurso de esa misma práctica y que van alterando la noción de *temporalidad* social.

### ***c. Fundamentos de las Cadenas Rituales de Consumo***

Los grupos juveniles tal como cualquier agrupación humana, operan siguiendo y transgrediendo normas y reglas con respecto a lo que consumen, poseen modos de adquisición y distribución específicos según su posición en los distintos grupos juveniles, además que detentan formas de consumos determinadas por el estigma social que recae sobre ellas, eligiendo con quien o quienes y donde consumir ciertas sustancias psicotrópicas. Asimismo, organiza sus ingestas mediante acontecimientos rituales, más o menos, socializados y estructurados a través de cadenas de interacciones sociales que van mudando a través del tiempo que dura el encuentro.

Esos acontecimientos socializados y estructurado se ponen en evidencia en los ritos de comensalidad, cuya función primordial es estrechar las relaciones de los miembros del grupo o comunidad. La noción de comensalidad entiende que los que toman ritualmente en común, se convierten en compañeras promoviendo el reforzamiento de sus vínculos sociales o fundando comunidad (Arnaiz; 2001).

Los rituales de comensalidad en tanto que rituales de interacción cubre toda la amplia área de los ritos interpersonales, fina y eficazmente a todo lo que el sujeto en presencia



de otros; se ve obligado a hacer al objeto de volverse accesible y utilizable para comunicar: códigos de educación, precedencias, reglas para la torna de contacto, etc. A través de estos ritos se instaura ante todo un respeto entre los individuos; respeto prestado y reconocido de forma que facilite el contacto y las respectivas fases situacionales. Asimismo, comprende un gran número de contextos y prácticas reiterativas con el objeto de asegurar y facilitar lazos de cohesión y la solidaridad grupal (Mangieri 2006; Contreras 1993).

*“Igual me gusta, pero en realidad es para compartir. Soy súper bebedora sociable (sic) porque sola no tomo. Y si hay copete ahí bacán.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín)*

*“O lo hacen todos o no lo hacen ninguna. Porque al final siempre carretiai’ con el grupo de hueones (sic) que están drogados. Son grupos que siempre están aparte “(P, 19 años. Estudiante de Ingeniería en Alimentos/Barista Starbucks. Pudahuel).*

La comensalidad psicotrópica que se da a través de una ronda de cerveza compartidas en un parque o una *promo de pisco* comprada conjuntamente a través de *una vaca* en un carrete en casa, o el compartir unas líneas de *jale* en un baño son distintos rituales de comensalidad que refuerzan los lazos de *apañe* (o acompañamiento fraternal) entre las jóvenes consumidoras que detentan una experiencia estigmatizadora común.

La comensalidad se da como componente transversal de los rituales de consumo, es la piedra angular sobre la que se basa la sociabilidad juvenil metropolitana y que configura las culturas de consumo como comunidades emocionales en las cuales los deseos y las emociones comunes de las jóvenes constituyen el lazo social.

*“Mi mejor experiencia curá’ fue que con una vez con este grupo de amigas que te decía nos fuimos a la playa, a la casa de una amiga que tiene una casa en Concón y nos pusimos a tomar así en la noche. Entonces se armó algo, y no sé estábamos chupando y la hueá [sic] y dieron las 7 de la mañana y estuvimos hasta la 1 así como con un proyector, viendo videos, cantando, puro hueviando [sic], así como las 5 hueonas [sic] en una casa. Nos pasamos de largo cagás [sic] de la risa, en un momento lloramos, en un momento peleamos, en otro nos abrazamos...todos los estados del curao’, cachai y fue bacán siempre lo recordamos. Estuvimos todas en la misma sintonía.” (M, 23 años. Estudiante de Sociología. Vitacura).*

La comensalidad, por tanto, supone una experiencia común que va creando un sentido de grupalidad con ciertas características, discursos y prácticas compartidas de manera grupal o genérica. A partir de aquello, las jóvenes señalan que después de *tomar y/o jalar* surge un cierto mimetismo en cuanto al comportamiento que adoptan todos los comensales.

*“Pero las 3 o 4 veces que hice eso como que hablaba, pero todos los otros también estaban jalaos entonces tampoco sé que si me hubiera ido pa’ otro lado en volá [sic] hubiera estado muy piola con otra gente, ¿me entendí? Pero como estaba con puros hueones jalaos [sic] como que también es una cuestión de ambiente, cachai.” (M, 23 años. Estudiante de Sociología. Vitacura).*



Tal como lo plantea Collins (2009), hay un momento de los rituales de interacción en que se congrega una energía emocional que pone en sintonía a los participantes.

En efecto aquella sensación de sincronía grupal si se repite y prolonga a lo largo del tiempo puede dar origen a identificaciones grupales que tal como señala Hall (1996) nunca se unifican y en los tiempos del capitalismo tardío, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. En ese sentido, los procesos de conformación de identidad o identificaciones grupales a través del consumo como lubricante social se dan en términos relaciones e involucran la definición de juventud que maneja cada cultura de consumo. Bajo ese argumento, *ser joven* involucra determinadas prácticas de consumo que operan como atributos de identificación que integran o excluyen a un individuo de cierta comunidad. Ejemplo de aquello, es que el anverso de la comensalidad como ritual de convivencia y fortalecimiento de lazos es la exclusión simbólica y social. Esto lleva a que las jóvenes no consumidoras a ser excluidas de las interacciones sociales más profundas del ritual.

*“Es que sabí’ lo que me pasa a veces, no he querido tomar en cierto carretes y pienso ohh, voy a arrugar ¡qué paja! Entonces tengo que tomar, entonces me obligo a tomar chela.” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/ Vendedora. Puente Alto).*

También sucede en ocasiones, que las jóvenes en ciertos *carretes* no quieren beber alcohol no obstante prevén la exclusión asociada a la comensalidad por tanto igualmente beben como forma de *participación forzada*. En ese sentido, el consumo de alcohol se vuelve una norma social en la sociabilidad juvenil metropolitana y la diversión una imposición social. Ejemplo potente de aquello, es el proceso de exclusión que se en torno al rito de paso entre los iniciados en el consumo de alcohol y los que no entre las jóvenes.

*“Con nuestras compañeras de Media éramos así po’, éramos como 5 o 6 y éramos malas. Nos decían las conflictivas del curso. Entonces los que no tomaban y eran más piola: ah, este hueónes perkin y hueás (sic).” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/ Empaque de Supermercado. San Joaquín)*

Esto se da en culturas de consumo vinculadas a estratos bajos ya sea grupos que fueron *pokemones* durante la adolescencia, grupos de discotheque o grupos que carretean en la casa, los cuales poseen una marcada dinámica de jerarquización derivada de las dinámicas de control/obediencia frente a una figura de poder que tiene la potestad de controlar a esta figura inferiorizada en las culturas populares y que se traduce en la figura del *perkin*<sup>24</sup>. En definitiva, quien *toma* es quien logra un mayor estatus social dentro de los grupos juveniles que rodean a las jóvenes, hecho que refuerza una jerarquía entre aquello que ritualmente ya son grandes y las que todavía son niñas y niños.

<sup>24</sup> “Perkin” hace referencia al uso extensivo del nombre clásicamente conocido que tienen los mayordomos de las mansiones de la elite en los distintos films de la industria cinematográfica comercial y cuyo uso se hace extensivo a todo sujeto considerado inferior y por tanto relegado a realizar las tareas domésticas de otros. El uso en particular nace en Chile en el contexto carcelario y se aplica a los reos que bajo una relación asimétrica de poder (sea porque son primerizos o porque tienen un menor estatus en relación a otros reos) cumplen labores de aseo y cuidado de las celdas y bienes de su “jefe”.



Por último, cabe destacar que una función social central que se desprende de los fundamentos de comensalidad e identidad de las cadenas rituales de consumo es la de rito de paso. En ese sentido, el alcohol para las jóvenes consumidoras que estaban en la etapa escolar aparece como una mercancía simbólica que, en el contexto del *carrete juvenil*, actúa como símbolo de *adultez* asociado a un rito de paso entre la niñez y la juventud. Esto en vista de que el beber alcohol dentro de las sociedades occidentales es una práctica reservada al mundo adulto.

Bajo este significado, las jóvenes consumían bebidas alcohólicas en una modalidad de *binge drinking* con el objetivo de alcanzar lo más rápido posible la borrachera de manera colectiva. Cabe destacar que el gusto del alcohol no es relevante en el proceso de significación con que lo dotan las jóvenes. En ese sentido, prima una perspectiva instrumental de la sustancia que privilegia el llegar rápidamente a la *borrachera* antes que disfrutar la bebida alcohólica. La relevancia de la borrachera radica en el efecto de *borronamiento ritual* que hace experimentar a las jóvenes

Estos episodios se daban generalmente en espacios públicos como en plazas cercanas a los distintos colegios a los que asistían o en las noches del fin de semana cuando se juntaban con amigas o con otros grupos juveniles a tomar o cuando iban a sus primeros carretes en casa o en discoteques en el circuito del centro.

Como se observa, podemos ver que la función del consumo excesivo de alcohol apuntaba a *borrarse*, a *reventarse* como fenómeno juvenil de embriaguez extrema en donde eran frecuentes *las apagás de tele* (pérdida de conciencia) en ocasiones, vómitos y embriaguez. Aquellas prácticas eran una forma de probar los límites de la norma adulta, en un episodio común de transgresión. La *borrachera* durante la adolescencia *por tanto* opera primero como acto de transgresión del discurso de abstinencia juvenil emanada de la cultura adulta y a su vez opera como ritual de consumo que demuestra la transición del estatus de niña a la de joven. Este doble movimiento opera en dos planos: el primero como práctica de oposición a las normativas e instituciones del mundo adulto y el segundo como forma de integración y legitimación entre pares.

Así lo demuestran los distintos relatos a continuación:

*“Nos curamos hartas veces y me gustaba porque nosotras nos cagábamos de la risa (sic) como cabras chicas igual po’. Tomando Cooler, nos sentíamos grandes. Por eso lo hacíamos. Nos sentíamos grandes, yo tomo y hueás (sic), yo fumo y de adonde si recién lo estábamos conociendo y en realidad nos gustaba porque nos reíamos toda la tarde después llegaba a la casa y nada.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/ Empaque de Supermercado. San Joaquín)*

Un punto interesante que se desprende de los ritos de pasos de los grupos de jóvenes adolescentes, es el uso moral que le dan a la transgresión. Especialmente en el caso de las mujeres, la transgresión de la norma social de abstinencia tiene como abstinencia según lo ya señalado la génesis de un estigma y el nacimiento de la *mujer mala*. Precisamente son en los ritos de paso a través de la borrachera ritual que la representación de la mujer mala se resignifica, pasando de ser un atributo negativo a una condición indispensable para pertenecer al grupo de los jóvenes. En definitiva, la noción



de maldad es releída como un estatus de entrada para la legitimación social entre pares de jóvenes consumidoras. En ese sentido, son las *agrandás*, *las chicas malas* las que detentan mayor estatus y las que pasan a ser las populares, es decir, el núcleo de las dinámicas de sociabilidad de su entorno juvenil.

#### ***d. Etapas de las Cadenas de Rituales de Consumo***

Tal como revisamos las cadenas rituales de consumo sustenta su eficacia simbólica en los fundamentos de comensalidad e identidad, como procesos de identificación/exclusión para estructurar y organizar a la comunidad emocional y social que se crea a través de ellas. En efecto, ahora haremos una breve caracterización del guión social que sigue el policonsumo femenino en los distintos espacios de despliegue, dando énfasis en las prácticas microsociológicas y micropolíticas asociadas a estas prácticas. Cabe destacar de antemano, que esta esquematización se da como formulación formal y por tanto no debe comprenderse de manera lineal sino con procesos simultáneos, yuxtapuestos y en constante saltos de una fase a otra y viceversa.





## Cadenas Ritualesde (Poli)consumo

### I. Prenderse

Rondas iniciales de consumo de marihuana y bebidas alcohólicas de bajo grado alcohólico (generalmente cerveza). Se complementa con el consumo de cigarrillos o tabaco para rolar.

### II. Repeticiones

Dependiendo de los efectos subjetivos e intersubjetivos del grupo, se pasa al consumo de bebidas alcohólicas de mayor grado alcohólico (vino o destilados como pisco o vodka). Otras jóvenes optan por seguir consumiendo bebidas de bajo grado alcohólico. Se producen otras rondas de consumo de marihuana y también dinámicas de juego en el marco de binge drinking.

Muchas veces el rito de consumo puede transformarse en una *previa*.

### III. Expansión Social

Los efectos combinados del alcohol, la marihuana y el tabaco llegan al cénit del ritual en donde las interacciones sociales se producen con mayor intensidad. Se flexibiliza el código moral hegemónico y se esbozan otras dinámicas sociales y simbólicas.

Se continúa el consumo de bebidas alcohólicas de alto grado alcohólico (vodka, pisco, ron) y se puede complementar con el consumo de bebidas de muy alto grado alcohólico como consumo límite (tequilazos, cortos de destilados solos, etc).

### IV. Intensificación

Dependiendo de los efectos del policonsumo de alcohol y marihuana y de las interacciones sociales derivadas, se produce el consumo de cocaína que puede dosificarse en una ronda o en varias durante la noche.

Las interacciones sociales se intensifican llegando a un cénit de energía. Ciertas culturas de consumo mediatizan eso a través del baile, otras a través de la conversación.

Asociado a lo anterior, se desencadena cadenas seguidas de policonsumo de más alcohol, tabaco y marihuana.

### V. Cierre

Posterior al consumo de cocaína y posterior a la disminución del efecto, puede darse el cierre del consumo ya sea dejando de consumir cualquier sustancia o espaciando el consumo de alcohol. Generalmente también las consumidoras retoman el consumo de bebidas alcohólicas de bajo grado alcohólico (cerveza) como forma de ir bajando el consumo paulatinamente en el contexto de la idea a after hour. En otros casos, se toma agua como forma de contrarrestar los efectos del alcohol.

Esquema 1: Esquema de elaboración propia en base a la experiencia etnográfica y entrevistas y semi-estructuradas.



El rito étílico de consumo frecuentemente está asociado al consumo de marihuana ya sea en la fase inicial del rito de interacción o después de un par de rondas de alcohol.

La primera fase corresponde al proceso de ir *prendiéndose*. Esta etapa es una apertura al consumo e intenta ser la parte de transición entre un ritmo dado por la jornada laboral o de estudio y el ritmo dado por el intersticio o pausa de esas actividades y que se remarca con el consumo de alcohol o marihuana como *frontera de delimitación temporal* y que tiene por efecto la apertura a actividades de relajación, recreación o descanso. En esta etapa, las integrantes del grupo juvenil se sientan generalmente en círculos en donde todas/os quedan mirando a un centro. Aquello en términos espaciales permite que los participantes se vean unos a otros, favoreciendo *el acto de compartir* las sustancias.

Los artefactos de consumo (utensilios y herramientas que se utilizan para abrir botellas de cerveza, o moledores de marihuana a su vez que carnet o billetes de *Luca* para esnifar cocaína) muchas veces tienen una biografía cultural (Appadurai, 1986) marcada por su función de uso ritual. Así muchas veces los moledores de marihuana, encendedores o destapadores de botellas circulan entre jóvenes de grupos juveniles como forma de don u ofrenda entre pares que refuerzan la reciprocidad de las y los integrantes. Además, estos artefactos se constituyen en bienes de prestigio entre jóvenes a partir del cual se obtiene mayor reconocimiento de sus pares y por tanto ocupa un lugar de prestigio en los ritos de consumo del grupo.

En lo que respecta a los papeles que cumple cada persona en el ritual de consumo, siempre es flexible y contingente no obstante existen dinámicas estructurales. En el caso de grupos de jóvenes que se vienen conociendo, existe el rol del *que sirve, el (en)rolador o el invitador de jale*. Este repartidor de la droga varía dependiendo de la sustancia. En el caso del alcohol, el maestro de ceremonias generalmente es quien abre o destapa la bebida alcohólica de su envase y quien tiene la obligación social de servirle a los otros comensales como gesto de apertura social hacia los otros. Mientras aquello sucede, los integrantes del grupo esperan su turno. En algunos casos, si el repartidor/a sirve en demasía, salpica algo de sustancia fuera del vaso, o mancha alguna cosa es visto como un mal repartidor y por tanto es enjuiciado en tono de burla y sarcasmo por su accionar. En esta tipo de situaciones los roles son intercambiables y posiblemente para la siguiente ronda de consumo, quien servía puede ser reemplazado por alguien que tenga más experiencia o ganas de realizar la repartición. En otros territorios psicotrópicos anclados en general a espacios privados de mayor confianza e intimidad, las dinámicas de repartición son contingentes y cada uno se sirve según sus necesidades. No obstante, de manera transversal las consumidoras se ciñen al principio colectivo de consumo que se traduce en el reparto equitativo de las sustancias.

Cabe destacar que la primera ronda de alcohol y de marihuana responden a una lógica colectiva en donde cada integrante que aporta con dinero bebe la cantidad que desea y la pasa a la siguiente persona que está a su costado siguiendo la dirección de reloj o contrarreloj. Así, las cervezas o *pitos* de marihuana circulan de mano en mano, y de boca en boca generando comensalidad y una identificación con el grupo. A su vez está dinámica permite la integración de distintas personas que son desconocidas para el grupo y que participan del ritual de consumo por primera vez.



Los efectos codificados del alcohol y la marihuana en este punto se entienden como desinhibición, pérdida de la vergüenza, una apertura emocional hacia los otros. En el caso de grupo exclusivamente femeninos la interacción ritual precipita el descubrimiento y despliegue de nuevas relaciones y emociones que tienden a generar identidad e identificación en el grupo de jóvenes.

Después de la primera fase de inicio que involucran el consumo de bebidas alcohólicas de cerveza o vino sumado al consumo de marihuana y de acuerdo a los efectos subjetivos e intersubjetivos provocados por las sustancias, se puede dar el paso al consumo de otras bebidas alcohólicas de mayor grado alcohólico u otras sustancias consideradas más fuertes. En ese caso la fase inicial de consumo, puede convertirse en una *previa*, es decir, el momento colectivo anterior antes de cambiar de escenario y trasladarse a otro panorama u avanzar en el consumo de otras sustancias.

*“Parto con chelas siempre, si me cambio al destilado no vuelvo a la chela. Por eso a veces prefiero tomar cerveza porque sabí’ que si tomái’ un copete después, un destilado tenis’ que cazar con esa hueá [sic]. Y depende del carrete, porque si estai’ tranqui con las amigas me quedo en la chela, pero si es un carrete bueno...” (M, Estudiante de Sociología, 23 años, Vitacura)*

*“Y empiezo con la chela y ya siento que me está haciendo efecto, chao, me voy con el vino.” (P, 19 años. Estudiante Ingeniería en Alimentos/ Barista Starbucks. Pudahuel)*

En precisamente en esta etapa que comienza la ascensión del consumo y que muchas veces se metaforiza en torno a la *calentá de hocico*, expresión de amplio uso en las culturas de estratos bajos y medios y que comprende *una potencia deseante territorializada a nivel oral y que busca seguir bebiendo y consumiendo drogas como forma de intensificación del goce individual y colectivo*. A partir de aquello, se dan las dinámicas de *binge drinking*.

Posteriormente y a partir de lo anterior, se da la segunda fase de las cadenas rituales y segundo momento en que se codifican y despliegan los efectos de las drogas. En efecto, los efectos del alcohol y marihuana son hegemónicamente codificados en esta fase por los grupos jóvenes como de desinhibición mayor en donde el rito de consumo propicia que el código moral hegemónico quede puesto en paréntesis o por lo menos flexibilizado en su código social. En esta etapa de los rituales de consumo, se da la emergencia de dinámicas de juego que intentan encauzar socialmente la emoción y desinhibición desatada.

En ese sentido, ciertas generaciones de jóvenes han desarrollado escenificaciones de consumo de alcohol en torno al juego. Aunque puede datarse de generaciones que crecieron en la década del 2000. Ejemplo de ellos, son el *Cuarto Rey* o *Pirámide*. Juegos que se basan en la coincidencia de las cartas de una mano individual y las que se encuentran expuestas en el tablero, van tomando una dosis de alguna bebida alcohólica de alto grado alcohólico a modo de penitencia. Otro juego también es el *Nunca nunca*, paradigmático en su relación a los tabús femeninos y juveniles, dado que se basa en la confesión de actos que escapan al código moral hegemónico y al estigma higienizante del cuerpo. Más específicamente, la dinámica del *Nunca Nunca* se da siguiendo una ronda, en que cada integrante del círculo hace una afirmación en torno a una práctica cotidiana o



de suma excepcionalidad. La idea del juego es que el o la participante que está declarando lo haga en torno a temas de prácticas sexuales tabú (sexo anal, tríos, besar a más de una persona en una fiesta, etc.), experiencias extremas (saltar en benji, comer ají, etc.) u acciones raras (no bañarse en un mes, etc.) con la fórmula: *Yo nunca nunca he...* Luego de hecha la declaración, de manera simultánea las personas del grupo toman un sorbo de la bebida alcohólica que tengan servida si han realizados la práctica enunciada o no toman si nunca las ha realizado. El juego se completa cuando todas/os han declarado algo y la gente ha tomado varias porciones y ya está ebria.

No obstante, se dan diferencias generacionales en torno al juego étílico, habiendo generaciones de jóvenes que no se identifican con aquella dinámica:

*“He estado en contextos en que se juega. Pero no me ha gustado tanto, quizá porque no he estado tomando tanto o no sé cómo me gusta disfrutar el trago ahora. Entonces cuando me llegaron esos jueguitos, era como tomar harto para curarse rápido y no enganchar.” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa).*

Las culturas de consumo que no se identifican con estos juegos por brechas generacionales, desarrollan otras dinámicas de juego asociadas a la performance festiva y que se traduce en disfrazarse, por ejemplo.

*“Pa’ un Halloween en Valparaíso. Nos disfrazamos, yo me disfracé de Hitler y era muy imbécil y yo juraba que los punkys me iban a hacer corneta [sic] en la calle, pero yo simplemente estaba hueviando, estaba hueviando [sic] y tomamos caleta po” (C, Estudiante de Diseño Gráfico/ Vendedora. 26 años, Puente Alto).*

Posterior a la etapa de desinhibición producto del alcohol, se da el proceso de *expansión social* en donde las jóvenes varían su conducta: hablan más rápido, bailan en éxtasis, se ríen con mayor fuerza, gesticulan, se mueven, cantan, etc. En esta etapa de la cadena ritual de consumo se produce uno de los climas, en donde los efectos del alcohol se intensifican y se da la sintonía emocional entre las consumidoras y los distintos consumidores. Además, se pueden dar desplazamientos de los grupos juveniles y de las jóvenes de una fiesta o encuentro juvenil a otro. Aquello requiere que el transporte de las bebidas alcohólicas. Para eso, existen variadas estrategias de portabilidad. Uno es consumir el alcohol que todavía queda de manera rápida para moverse o también guardar en distintos soportes (botellas generalmente) menores el alcohol restante para el posterior consumo.

Como se observa, el principio de portabilidad muchas veces se asocia a las culturas de consumo *punk/hardcore* y de estratos bajos en tanto la menor cantidad de dinero determina que un alcohol deba “durar más” en la noche, es decir, el consumo debe hacerse más lento y pretendiendo que no se acabe hasta el final de la jornada festiva. En consecuencia, el territorio de *ebriedad* viaja con las propias consumidoras y se construye en torno a ellas. En ese estado corporal, un tercio de las entrevistadas comenta que dada la lógica de policonsumo asociada sobre todo a las culturas de consumo de estratos bajos, se da comúnmente que los efectos del alcohol gatillan un consumo en cadena de cocaína y/o tabaco:



*“(…) ¿oye y si nos pegamos una cosita. Todos dicen: ¡Oh! Pero todos quieren. Se agarran la guata en ese momento ¡Oh! Y alguien va o alguien que ya la tiene escondía, suelta la pepa. Ya tengo esta cosita. Ya, se hace la repartición. No sé qué, copetito de la mano. Cigarrito después de eso, si aumenta el consumo de cigarrillo. Y después el consumo de marihuana pa’ bajar” (R, 27 años. Actriz, Ñuñoa).*

Los ritos de consumo de cocaína se dan hacia el final de la jornada de fiesta o reunión y solapada a los efectos del alcohol y marihuana. El guion social, no obstante, es similar en su estructura al del alcohol. Si el rito del *copete* era abierto, rotacional y contingente, los ritos de *jale* suponen posiciones más rígidas dado el control masculino sobre el proceso de adquisición y gestión de la sustancia. De esta forma, es la figura masculina o también femenina que adquiere la cocaína es la encargada de repartir la sustancia y ofrecer e incentivar a las potenciales consumidoras. Dependiendo de la vigencia del estigma en determinado territorio de consumo, el consumo se traslada a espacios privados donde el consumo no es sancionado. Se torna, por tanto, un rito privado en contraposición al rito público del alcohol.

Las cantidades generalmente van en aumento a medida que se dan más ocasiones de consumo. La modalidad más frecuente para el consumo de cocaína son las llamadas *líneas o gusanos*<sup>25</sup>. Esta modalidad generalmente es elegida por mujeres cuando optan por un consumo en espacios privados de confianza e intimidad entre consumidores a diferencia de los *puntazos*, los cuales permite una rápida dosificación e ingesta en espacios públicos o en espacios en que el estigma ante el consumo de la sustancia en mujeres o jóvenes tiene mayor presencia.

En el caso de los juegos de consumo de la cocaína, esta no involucra directamente a la sustancia si no que pasa a convertirse en un complemento de una actividad lúdica distinta. La cocaína, en este momento, opera como intensificador de la performance ritual y festiva de las jóvenes. Las dota de mayor energía que se traduce en la aceleración de las interacciones sociales a través de las conversaciones o el baile.

La secuencia que se despliega con respecto al consumo de cocaína varía con respecto al estilo del grupo, no obstante, se da una diferencia crucial en torno a las prácticas corporales entre hombres y mujeres sobre todo en las cultura electrónica, *alternativa* y asociadas a discotheque:

*“Como que entre mis amigos es juntémonos entre todos los amigos a jalar toda la noche y conversar y jalar y conversar y jalar y no moverse del asiento. En general en mi grupo de amigas cuando estamos jalando es que vamos a ir a bailar o vamos a carretear y es como una línea y después tomar un copete, no es tan insistente.” (H, 28 años. Guionista de TV. Providencia).*

*“Y na po’, estuve carreteando y bailando hasta abajo. Justin Bieber, perreándolo todo” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).*

<sup>25</sup> Las *líneas o gusanos* de cocaína son pequeñas dosis de cocaína granulada que se organiza en torno a filas paralelas sobre una superficie y que cuyo consumo se da a través de ingestión nasal y que utiliza billetes, carnet, tarjetas de crédito o algún artefacto alargado que esté a mano como inhalador. En el caso de los *puntazos*, esta son microdosis –más pequeñas que las líneas- que se consumen también por ingestión nasal pero su dosificación se da a través de la punta de una tarjeta plástica o artefacto plano.



La intensificación del baile como efecto codificado del consumo se da en instancias de homosocialización en estos grupos, en la cual las jóvenes se reúnen con sus congéneres a través del baile en parejas de jóvenes, el seguimiento de coreografías colectivas, etc.

Otras culturas de consumo más apegadas a los espacios privados como casas de amigos o que privilegian ir a bares por le dan un uso oral al efecto de la sustancia.

*“Hablando, hablando, hablando.” (M, 23 años. Estudiante de Sociología. Vitacura)*

*“Lo que pasa es que yo no soy...no era tan sociable en ese momento, era súper callá’. Entonces jalé y hablé toda la noche. Me puse a hablar con todo el mundo, y yo no conocía tanto a mis amigos de mi ex. Pero ahí nos hicimos amigos y estaban todos duros. (...) No nos acostamos pasamos de largo.” (R, 21 años. Estudiante de Ingeniería Química. La Reina)*

En el caso de que las rondas de cocaína sean múltiples, el efecto hegemónico codificado por el grupo de jóvenes entrevistada apunta a que se produce una sensación de *dureza*, como suspensión del movimiento corporal y psíquico en donde la potencia generada por la cocaína deviene en rigidez y desvinculación social. En ciertos casos, *estar dura* configura otra forma de habitar el propio cuerpo de las jóvenes y que se traduce en la imposibilidad de llevar a cabo una relación sexual placenteramente o procesos de introspección social. Sin embargo y contraria a la representación masiva de la cocaína generada a partir de la experiencia masculina, la cocaína muy pocas veces produce prácticas agresivas o violentas en la experiencia de las jóvenes. De hecho, la cocaína produce una amplia gama de efectos después de la cúspide de energía e intensificación de la actividad social que puede traducirse socialmente en intensificación de las dinámicas de conversación y movimiento, mayor concentración, etc.

Finalmente, y posterior a las rondas de cocaína y dependiendo de la energía y expectativas que tenga el grupo puede darse el cierre de la cadena ritual de consumo se produzca a través de dejar de consumir cualquier sustancia psicoactiva o *empezar a bajar*, entendido como la fase en que las consumidoras fuman marihuana o se toman la última cerveza como manera de ir descendiendo paulatinamente en el consumo. Ésta última opción se da con mayor frecuencia en la cultura electrónica/house y *alternativa* y se da en contextos de *after hour*, es decir pequeñas fiestas que se dan hacia el amanecer posterior al *carrete principal* y que tiene la función de congregar a las jóvenes y grupos juveniles que quieren seguir *carreteando*, pero con un horizonte de cierre.

### III. Prácticas de Postconsumo

Las actividades de postconsumo dependen claramente de la cantidad e intensidad del efecto de alcohol y cocaína en el cuerpo colectivo e individual de las consumidoras. Los territorios de postconsumo son múltiples y de uso contextual. El principal rito o actividad de postconsumo son los asociados a la prevención y cuidado ante la *caña* o resaca como dimensión biológica.



Algunas fórmulas juveniles para su superación se vinculan con una dimensión estética, dentro de la cual mantener un cuerpo delgado es una obligación moral. Aquello condiciona directamente la posibilidad de pasar la caña comiendo alimentos altos en grasas, hecho que posee una lectura negativa dentro de ciertas culturas de consumo. Al contrario, otras culturas de consumo en que el código moral hegemónico es puesto en cuestión, el principio estético es pospuesto.

Sumado a lo anterior, la *caña morales* uno de las problemáticas centrales del proceso posterior a las cadenas rituales de consumo y se da generalmente a la mañana siguiente y acompañada por la resaca física. En ese sentido, la caña moral puede leerse como expresión moral del restablecimiento del código moral hegemónico cotidiano en las jóvenes posteriores a la práctica de consumo como rito de transgresión. Esto se traduce en:

*“Después que te lanzai’ a morir como zorra jalando. Hueón, la caña culiá (sic) es peor que tomar toda la noche. Te da una caña moral. Empezai’ a pensar en tu familia, te arrepentis’. Horrible, te queris’ morir porque piensas que tú eres la peor persona de todo el mundo. Esa es la caña moral que te da después de la falopa. Todas las personas que jalan conocen esa caña moral. De que amaneció y salió el sol, y dicen: -ya amaneció. Puta la hueá (sic), me metí en la volá. Mira toda la plata que gasté. Puta mi familia ya se levantó. Todos van a trabajar y yo aquí. Una caña moral terrible” (Prima de V, 23 años. Etnografía Carrete en Casa, San Joaquín).*

Aquello disipa la energía emocional acumulada en los ritos, y vuelve a individualizar a cada consumidora en torno a una dinámica de autoresponsabilización ante las acciones practicadas en el marco de las cadenas de consumo. Así, haberse *comido a alguien*, haber *hecho show* o *haberse gastado mucha plata* son actos que suscitan vergüenza y culpa en las consumidoras.

En otros casos la caña moral no existe como un tercio de las entrevistadas señala, por tanto, solo se dan expresiones de lagunas mentales como efecto del alto consumo de alcohol y o cocaína.

*“Nunca caña moral. No pierdo el control. No existe. Y no creo en la culpa. Culpa es el sentimiento católico que hay que exterminar.” (H, 28 años. Guionista de TV. Providencia).*

*“Es que tampoco cuando estoy curá hago cosas que no quiero hacer. Siempre hago lo que quiero hacer y si lo hice es porque lo quiero hacer po’. Entonces ya, lo hice. Ya. Nunca me arrepiento. Chao.” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).*

La caña moral en definitiva como última fase de la cadena de consumo opera a través de la culpa como principal mecanismo subjetivo de autodisciplinamiento y principal efecto moral de la transgresión del código moral hegemónico. En tal sentido, es una expresión de la diferencia entre las culturas de consumo femenino en cuanto a la manera de gestionar el deseo y el goce en un contexto de interacción juvenil.

En síntesis, los procesos de adquisición del alcohol y la cocaína se insertan en dos circuitos mercantiles paralelos construidos en torno a la norma legal: uno dentro del mercado legal y por tanto sujeto a una elección de consumo que presenta mayor facilidad de acceso a la sustancia; y el otro mercado ilícito que opera bajo una lógica desregulada y



en donde las barreras de acceso son más potentes, de modo que el uso del capital social como forma de ampliar la elección de consumo pasa a ser un factor relevante. En ese sentido, ambos circuitos se basan y amplifican en dinámicas de configuración de estatus *intragrupales* y delimitaciones fronterizas *intergrupales* a partir del consumo.

En una segunda instancia, encontramos una dinámica de peligro y desconfianza articulado en torno a sanciones morales, legales y sociales vinculado al consumo femenino. Por su parte y en lo que se refiere al proceso de invitación, es una práctica que se construye como un subcircuito no mercantil dentro de un circuito de mercantilización de droga más amplia y que se sustenta en una economía moral basada en un principio de comensalidad y otra lógica basada en una economía libidinal en donde el deseo masculino posee preponderancia. No obstante, la propia incorporación de las mujeres en la fase de adquisición masculinizada de drogas ha puesto en crisis los roles de género en el campo de las drogas a la par que ha introducido el conflicto en la lógica de su construcción.

Por otra parte, y en lo que respecta a la fase de consumo, encontramos que las prácticas de policonsumo puede entenderse como rituales de consumo que articulan una experiencia y energía común a partir de la cual se da la apropiación de espacios urbanos públicos, de transición y/o privados y la tensión de los códigos hegemónicos de uso de aquellos espacios. En término simbólicos, es posible leer los rituales de consumo como procesos dialécticos en que se da una dinámica centrípeta de autoafirmación de identidades individuales, grupales y/o generacionales ancladas en la comensalidad como fundamento simbólico para la construcción de comunidades emocionales a su vez que se da una dinámica centrífuga de exclusión y diferenciación simbólica en base a distinciones sociales.

Por último, cabe entender que los procesos de postconsumo comprendidos como la fase final del consumo y que en ciertos grupos tienen la característica de *caña moral*, corresponden a la visibilización social de los procesos de subjetivación hegemónica los cuales que se manifiesta en dinámicas de culpabilización subjetiva de las consumidoras ante la transgresión del código hegemónico y sus roles.

A partir de lo anterior, se hace necesario rastrear los valores que dan vida a la transgresión del código hegemónico poniendo énfasis en la dimensión moral como el punto de apoyo de la normatividad de género que detenta el consumo femenino sancionado y estigmatizado y *locus* de construcción de las consumidoras y las culturas de consumo que integran.





## CAPÍTULO II: *Morales de Género, Valores y Resistencias*

“...el honor masculino reside en la virtud de las mujeres de la familia” (Héritier, 2007: 77)

La multiplicidad de prácticas de consumo estructuradas en cadenas rituales que realizan las jóvenes metropolitanas dentro de los distintos espacios de acción, comprenden distintos planos y dispositivos de subjetivación en lo que se refiere a la esfera moral y valorica que las constituye. En ese sentido, abordar la dimensión moral de las prácticas de consumo de drogas y el estigma asociado al consumo femenino se vincula directamente con la construcción del *self* femenino de las jóvenes consumidoras. En particular, la noción de *self* podemos delimitarla fundamentalmente al proyecto simbólico que permite orientar al individuo en su relación consigo mismo, con otros y con las cosas (Elliot; 2001 en Bernasconi 2015). Es así, que debe reconocerse que el individuo humano es un *self* exclusivamente en la medida en que toma la actitud de los otros hacia sí mismo. En ese sentido, todo *self* es un *self* social, en tanto éste constituye a los sujetos como tal a través del reconocimiento y adopción de roles que nos dan los otros y a partir de los cuales hay una identificación y un descubrimiento de cada individuo como objeto de sí mismo (Mead; 1925).

En conjunto con lo anterior y siguiendo a Mead (1925), puede entenderse que las sociedades humanas son sociedades de *selves* en tanto los individuos solo aparecen como *self* en la medida en que adoptan la actitud que los otros adoptan hacia los mismos sujetos en esas actividades correlativas. En otras palabras, la dinámica de constitución del *self* se basa en que el individuo que está estimulando a otros para una respuesta, esté al mismo tiempo originando en sí mismo las tendencias para las mismas reacciones. En ese sentido, el mecanismo de constitución del *self* como tal se basa en un proceso de interrelación dialéctica entre el entorno social y los roles asignados derivados de aquello y la configuración de un *yo* como reconocimiento autorreflexivo de una experiencia en relación a esa norma. A partir de aquello, el control social dependerá del grado en el que el individuo asuma las actitudes de aquellos que están implicados con él en sus actividades sociales en común (Mead, 1925).

En este punto, es necesario destacar que el *self* y en consecuencia la construcción de la identidad femenina tiene estrecha relación con los sistemas morales que operan en las culturas de consumo. Así, cabe entender que el *self* contemporáneo es producido en un espacio de preocupaciones sustantivas sobre lo bueno, lo justo y lo digno (Bernasconi; 2015). El punto central de aquello, es que la auto-interpretación no puede entenderse escindida de la noción que el individuo tiene del bien. La identidad personal y la orientación moral por tanto están intrínsecamente relacionadas. Esto no significa que la moral preceda al *self*, sino que “el *self* se constituye en y a través de las posturas morales del individuo” (Calhoun 1991 en Bernasconi: 233).



Aquello comprende integrar el problema de la moral como nodo crucial de la problematización sobre los valores. En este capítulo, rescataremos la moral como los procesos de percepción, deliberación, justificación y orientación de la acción en torno a lo legítimo y según un conjunto históricamente variable de ideas del bien, de la justicia y de la común dignidad. Aquello directamente vinculado a un campo de distinciones de valor (Bernasconi; 2015). Precisamente esta definición nos permitirá articular la doble naturaleza de la moral. El primero y más cercano a las definiciones canónicas de la literatura social, entiende la moral como un cuerpo normativo a partir del cual se derivan una serie de valores, entendidos como el conjunto de ideas jerárquicamente organizadas que configuran una serie códigos de conducta y normas de comportamiento Goodenough (1975). Esta definición implica reconocer que las jóvenes estructuran sus prácticas y comportamientos individuales y colectivos a través de patrones generales de acción que se condensan en códigos de conducta a partir de distinciones y jerarquías de valor que devienen en roles sociales específicos. En el caso de la experiencia juvenil latinoamericana, estos códigos normativos están atravesados por una matriz de poder adultocéntrico (Chaves, 2005; Duarte, 2000) y patriarcal (Duarte, 2002), los cuales articulan códigos morales que entenderemos aquí como códigos morales hegemónicos.

En este plano, cabe destacar que la construcción y negociación sociocultural de los valores juveniles responde a procesos de subjetivación (Foucault; 2002) como *formas de poder* que clasifica a los individuos, designa a su propia individualidad y lo ancla en una identidad a partir de la imposición de ciertos códigos. En otras palabras, el *self* femenino, estaría vinculado directamente a los procesos de subjetivación que se dan a través de distintos dispositivos tales como los discursos de los medios de comunicación, la normalización de las instituciones como la escuela, la familia, el mercado, etc. o el control derivado de los programas focalizados gubernamentales de drogas que operan para producir el sujeto *mujer joven* y sus consiguientes *roles femeninos*. En segundo plano, también es necesario reconocer que la moral posee un carácter instrumental y tal como propone Bernasconi (2015) puede entender como un recurso cultural. En otras palabras y desde la perspectiva de los actores, la moral es una herramienta cultural que les permite intervenir en el mundo.

En definitiva, los valores se entienden como efectos de una dimensión normativa de la moral y que se condensa en códigos morales hegemónicos y que mandatan la identificación de ciertos cuerpos con roles específicos. No obstante, este proceso de modulación de los valores no es unidireccional y homogéneo si no que siempre son negociados constantemente por las jóvenes consumidoras. Por otra parte, cabe entender los valores como nociones derivadas una agencia moral anclado en lo que se considera bueno y digno y en consecuencia se convierte en una herramienta para desplegar inversiones, resistencias, alternativas o refuerzos del código hegemónico moral.

A partir de lo anterior, en este capítulo abordaremos los principales valores del código moral hegemónico – en particular la dimensión estética y performática del consumo en las distintas culturas de consumo- y la relevancia de valores como el placer, la experimentación, el riesgo y la libertad como prácticas alternativas o contrahegemónicas del mundo juvenil en contextos de transgresión.



## I. Espacios, Territorios y Códigos Morales

Las culturas juveniles que se congregan en torno al *carrete* y el policonsumo de drogas poseen una dinámica en que las sustancias son compartidas colectivamente en una cadena ritual de consumo que va constituyendo afinidad y legitimidad social entre las jóvenes integrantes del grupo. Factor importante en este proceso son los territorios como espacios sociales vividos que funcionan en relación guiones sociales y a roles derivados de la relación entre el código moral hegemónico y otros códigos emergentes. Tal como señalábamos en el capítulo anterior, existen tres tipologías de espacios dentro del *continuum* de la sociabilidad juvenil: espacio público, espacio de transición y espacio privado, los cuales se construyen en relación a la potencia y capacidad de despliegue que detenta cada código moral en el proceso de configuración de los territorios psicotrópicos en la ciudad.

A partir de lo anterior es posible esbozar una lógica de funcionamiento de cada espacio social. En lo que respecta a los espacios públicos ya sean plazas, parques, calles, etc. el código moral hegemónico se despliega como una red de sentido articulado en torno a la sanción del consumo como eje principal. El espacio aquí es construido en clave de disciplinamiento por la acción de distintos actores. Así tenemos a la policía o los adultos transeúntes como agentes de disciplinamiento y posible sanción, hecho que marca que el consumo sobre todo de cocaína se dé, de manera *oculta*.

No obstante, el disciplinamiento a través de la vigilancia no es el único mecanismo de control social. Sumado a ello, se dan procesos de subjetivación en que las propias consumidoras sancionan su propio consumo como acto moralmente negativo. En este caso, se da un deslizamiento de la sanción moral de agente externos a procesos de control interno de las propias jóvenes. Aquello puede entenderse a la luz del régimen global en que se insertan los procesos de subjetivación contemporáneos y que están marcados por una crisis de las sociedades de control y las instituciones de encierro y el posterior desplazamiento hacia sociedades de control caracterizada por ejercer poder en sitios abiertos y a través de mecanismos dúctiles, flexibles y remotos (Deleuze, 2006). En efecto, el poder no solo se ejerce mediante la sujeción, sino también lo hace mediante la subjetivación, merced a esa capacidad de autoconstituirse como sujeto. (Vásquez; 2005 en Sepúlveda 2012). En consecuencia, la sanción moral ante el consumo femenino ya no se da solamente a través de actores externos si no que se produce a nivel subjetivo de cada consumidora a través de discursos como el miedo, la vergüenza o la culpa.

Con respecto a los espacios de transición tales como la pista de baile de la discoteque o el living o un patio en un *carrete* de casa, estos se caracterizan porque todavía se mantiene el código moral hegemónico no obstante se da cierta flexibilidad y debilitamiento de la norma que, no obstante, no terminan por diluirla, sino que operan sobre ella en una relación de juego de *ida y vuelta*, a partir de los cuales se constituyen pequeñas zonas temporales o espaciales en que no opera el código hegemónico pero que pueden volver a convertirse en espacios de despliegue hegemónico. En ese sentido, se da un proceso de convivencialidad de ambos códigos y la configuración de territorios psicotrópicos diferenciales en un mismo espacio en uso.



Por último, en lo que respecta a los espacios privados como cocinas, baños dentro de hogares, etc. estos se construyen en torno a la intimidad y a vínculos de confianza o afecto entre los habitantes de ese territorio psicotrópico. En tal sentido, es en estos espacios donde se dan las condiciones de posibilidad para transgresiones morales libres de sanción en el marco de un juego ritual a través del cual se pueden ensayar prácticas e interacciones sociales enmarcadas en códigos morales alternativos e incluso contrahegemónicos.

Sin embargo, es necesario entender esta tipología binaria entre espacio público/espacio privado como puntos de un *continuum* de distintas territorialidades de género, a partir de lo cual pueden darse paradojas como que el código hegemónico se despliega también en espacios privados o se debilita en espacios públicos de ocio reconocidamente juvenil.

En el caso de que en el espacio público no haya consumidores de cocaína o que existan discursos disciplinadores operando en el espacio transicional del carrete, el consumo o no se produce o se prosigue como *tabú* y se pasa a ingerir en espacios privados como el baño.

*“Trato de que sea...es que, si estamos en grupo de amigos y todos lo estamos haciendo, ahí que sea en la mesa, cachai. Pero si solo algunos lo estamos haciendo, me gusta hacerlo en privado. No me gusta que la gente me vea haciéndolo.” (A, 25 años. Psicóloga. Santiago Centro)*

*“Me paquea [sic] la hueá [sic], o sea pensar que soy la única en esta, me da paja. Por no poder compartir la hueá [sic], y que la gente no entienda y te pregunte oye ¿qué onda y la hueá [sic]...me da paja. Prefiero no hacerlo” (M, 23 años. Estudiante de Sociología. Vitacura).*

Este proceso de construcción de modelos ideales de femineidad juvenil y sus diferentes despliegues en los múltiples espacios actúan en las jóvenes como procesos de subjetivación que producen territorios generizados que van moldeando la experiencia de ser joven y mujer en los diferentes circuitos de ocio y recreación de la Región Metropolitana.

## II. Lo Festivo: Transgresión y Ambivalencias

El “carrete” está asociado a la forma particular en que los y las jóvenes se relacionan en el plano de lo festivo poseyendo una cualidad específica: ser un espacio al que se concurre en búsqueda de sentido, refuerzo e identidad (Matus; 2005). Asimismo, el carrete constituye un escenario que, si bien no predice la conducta de consumo de las jóvenes, sí constituye un mundo en sí mismo que opera como referente de socialización interna y propia de la cultura juvenil en cuanto al consumo, siendo un hito en la experiencia de ser joven, que atraviesa transversalmente diferentes estilos e identidades juveniles urbanas.

El contexto de carrete y el valor de lo festivo impulsan a que se naturalice y legitime el consumo de alcohol de modo transversal en todas las culturas de consumo. Tal como describíamos anteriormente, los rituales de interacción de consumo se dan en una lógica de ascensión de policonsumo. Así encontramos que se da una dicotomía entre lo



masculino y lo femenino, que establece modelos valóricos que condicionan los roles que sigue cada joven durante el carrete. Es a aquello que se le denomina, moralidades de género que en el contexto neoliberal actual se configuran como nodos de conflictividad subjetiva y social que se traducen en la tensión entre cumplir con el mandato de género y reproducir el rol tradicional de la mujer joven como *señorita* que toma poco, es recatada, tiene una disposición de espera en su relación con los hombres, etc. y tener un rol activo y transgresor en su relación con su entorno social.

Sin embargo, nunca estos dos modelos morales se dan de manera completa o pura, sino más bien sigue una lógica de funcionamiento combinado, fragmentario e incluso a veces contradictoria.

A continuación, trazaremos los principales valores del código moral hegemónico y su vinculación con el proceso de identificación de las consumidoras con los roles derivados de este modelo. Posteriormente exploraremos ciertos valores que sirven como puntos de fuga y como herramientas de resistencia moral ante el código hegemónico y cómo a partir de aquello podemos situar la emergencia de un código alternativo e incluso contrahegemónico.

#### **a. La Abstención de Beber**

Es preciso conceptualizar el mismo hecho de consumir alcohol y cocaína como una práctica de transgresión moral en sí misma, la cual comprende fundamentalmente un proceso individual y social de ruptura y distanciamiento de los discursos de normalización anclados en el *triple* estigma histórico y que producen una identidad femenina basada en la abstención del consumo de drogas.

En general, en este punto son las culturas electrónicas, *alternativas* asociados a estratos altos y jóvenes profesionales las que presentan un proceso de quiebre del código hegemónico más rápido:

*“Puede ser, pero es que era con amigos más grandes, entonces era una hueá (sic) como que: ay, la coca te va a dejar muy a este ritmo y te vai’ a hacer muy adicto y en verdad no. Eran ellos en específico. Y después empecé a cachar que otros amigos míos, carreteaban con cocaína y no sé, yo la tenía muy con estigma. (H, 27 años. Guionista de TV y Cine. Providencia)*

En contraposición, las mujeres de la escena de grupos de discoteque o de estilo *alternativo* asociados a estratos bajos demoran más tiempo en probar la cocaína una vez invitada a consumirla:

*“Antes consumía muy poca cocaína, la tenía muy estigmatizada” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de supermercado. Quinta Normal).*

Aquellos constituyen gestos de desestigmatización que funcionan como prácticas de resistencia ante la normalización y la constitución de aquella identidad femenina abstemia, los que sin embargo deben comprenderse en torno a la especificidades de cada grupo juvenil y a diferencias de clase y de generación entre ellas. De esta forma, las culturas de consumo asociadas a estratos altos son las que han empezado su consumo de manera



más rápida y por tanto con menor posibilidad de experimentar episodios de estigma moral y sanción social antes una invitación a consumir cocaína, por ejemplo.

Complementariamente, la generación de mujeres adultas son las que contrariamente a las jóvenes entrevistadas nunca han superado la barrera social y moral del *triple estigma* y por tanto nunca han *jalado ni tomado en exceso*. Sin embargo y tal como reconocemos en los relatos, se produce una paradoja asociada a que los principales agentes normalizadores a nivel familiar y social están anclados a la ausencia de experiencias de consumo.

*“Es que mi mamá nunca ha probado ninguna droga. Ni siquiera le gusta el alcohol. Ella es muy tranquila. Y es porque mi abuelo nunca le dió permiso para hacer nada, cachai. Entonces mi mamá es muy piola y muy tranquila” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).*

*“Es que mi mamá nunca ha tomado en su vida. Nunca ha fumado nada. Nunca...es super deportista. Otra volá. Incluso hizo un curso del CONACE (risas)” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de Supermercado. Quinta Normal)*

En efecto, la generación de madres y abuelas de las entrevistadas construyen su identidad femenina siguiendo el modelo de abstención de manera muy estricta y apegada a los mandatos de normalización y sus mecanismos de subjetivación. Cabe señalar en este punto que en el caso específico de las culturas de consumo asociados a estratos bajos, son las mujeres adultas (tías, hermanas mayores, abuelas, madras), y en particular las madres, los principales agentes de sanción social y agentes discursivos de normalización moral. Dentro de aquello, *no dar permiso para salir*, como práctica de encierro, o *episodios de reto*, como prácticas de castigo son las principales tácticas de disciplinamiento moral que llevan a cabo las figuras femeninas y que en su conjunto constituyen las principales formas de vigilancia y control social y moral de las jóvenes consumidoras.

Estos discursos de normalización y técnicas de disciplinamiento de las conductas *femeninas* no solo apelan a la sanción de la práctica si no que se entretienen en torno a la promoción de un modelo moral de *ser* y habitar el cuerpo, como una *mujer buena*, es decir, intervienen en la producción social de una *señorita* como sujeto legítimo a partir de la dimensión del consumo que comprende la incompatibilidad de la condición de mujer y el consumo de drogas como una práctica *impropia*:

:

*“Mi mamá me dice: ya, no tomé tanto. Compórtate como una señorita. no mostris' la hilacha (sic). Una vez que me pasó cuando me creía todavía pelolais es que un loco que andaba detrás mío, cachai. Y ese día, puta igual como que me curé y me dijo: Tú y la hueá (sic) te las dai' de señorita, si te curai' igual. Y ahí le paré caleta el carro. ¿Que hueá te importa si yo tomo o no cachai? Y ahí dije ya, nunca más me voy a vestir así. Si ¿pa que voy a dar una apariencia que no soy? Y por eso como que ahí fui cambiando. Porque si me gusta el copete. Si me gusta la marihuana cachai. Y si me gustan esas cosas y no estoy ni ahí con dar una imagen que no soy po'. Que, si me dicen que, si soy o no señorita, realmente no me importa porque yo soy feliz como me veo, y soy segura igual de mí.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*



En definitiva, es posible vislumbrar que la transmisión del estigma femenino por vía femenina es uno de los mecanismos más potentes de reproducción del código moral hegemónico y construcción de un *self femenino* en tanto la normalización se da entre congéneres y apelando a la experiencia común de *ser mujeres*.

### **b. Maternidad Obligatoria**

Dentro del proceso de investigación, no participaron madres consumidoras, no obstante, es posible identificar una lectura mayoritariamente negativa de parte de las jóvenes consumidoras de la relación entre maternidad y consumo de alcohol y/o cocaína.

*“Y yo terrible impactada y era porque la mamá jalaba. Porque eso afecta en la cabeza, en la sangre y cuando amamantái...es que yo creo que, si los hijos ven, se les caga la mente (sic) muy chicos. Y por último que, si lo van a hacer, que tu hijo sea más grande, que sea más consciente de lo que van a hacer.” (L, 23 años. Trabajadora Tienda de discos. Providencia)*

La lectura negativa que hacen de las madres consumidoras sigue un arco argumentativo desde el rol pedagógico de la maternidad hasta el fundamento científico en torno al riesgo de las hijas e hijos, no obstante y a pesar de la diversidad de campos de los que se extraen los argumentos, este tipo de discursos sostiene su fuerza argumentativa en una noción moral de la conducta e identidad femenina que se traduce en la imposibilidad de articular el rol maternal y de cuidados con del consumo de drogas de las mujeres. En efecto, aquello permite visibilizar el mandato de ser madre como una condición clave de la construcción de la femineidad, en un proceso de esencialización central de las mujeres como sujetos en tanto *madres*. En otras palabras, las mujeres paren a los hijos, y, por lo tanto, los cuidan: *ergo*, lo femenino es lo maternal, lo doméstico, contrapuesto con lo masculino como lo público (Lamas, 2000).

Sumado a lo anterior, es posible afirmar que la maternidad obligatoria está estrechamente vinculada a la noción marianista de la identidad femenina, la cual comprende que el lugar de la mujer latinoamericana en la sociedad pasa por la influencia que ejerce en el hogar y su poder sobre los hijos. Sus cualidades se basan en su superioridad moral y su rol de mediadora frente a lo sagrado y reguladora frente al deseo sexual. Ella es, por tanto, la portadora del honor familiar colocado en su pureza sexual. Su aspecto negativo es la posibilidad de perder el control de su sexualidad y con ello introducir el caos en la familia, deshonorarla (Stevens, 1977 en Fuller, 1996, p. 13). De esta manera, se subsume la condición de mujer a reserva moral de su prole y de la familia completa.

En lo que respecta a la dimensión sexual además permite comprender el imaginario de la Virgen como *madre, santa y por tanto pura* con la génesis del estigma en torno a la noción de *puta o maraca*, como desviación estereotípica de la normalidad femenina como mujer casta y abstemia, libre de drogas. De esta forma la pureza sexual anclada a la alegoría de la mujer latinoamericana como Virgen, se sitúa como contraposición de la joven consumidora de drogas en tanto ésta encarna la *deficiencia moral, el pecado* y por tanto la *deficiencia femenina, la pérdida de femineidad*.



No obstante en una dimensión práctica y a pesar de lo anterior, las mujeres consumidoras en los contextos de carretes (ya sea mixto o en contextos de homosocialización), siguen detentan un rol de cuidados en los grupos juveniles. Las mujeres previenen a sus pares de los riesgos de la falta de control y regulación del consumo de alcohol por, sobre todo:

*“Por lo menos en mis amigos hombres, en ese momento en que tenis que pensar la hueá (sic) no les resulta tanto. Igual son mis amigos, no es que sean unos ahueonaos (sic) y se portan como el pico (sic). Pero yo creo que he tenido que ser la conciencia de ellos un par de veces.” (L, 26 años. Vendedora de Tienda de Música. Providencia).*

*“Si hueona (sic), tenis que comer algo o si no te vai’ curar pero raja. Yo te voy a obligar.” (Amiga de C. a C. Etnografía Pircas FAU. U. de Chile)*

En el escenario de los distintos espacios de consumo y especialmente los espacios privados de consumo, las mujeres asumen la tarea de cuidar a las y los otros consumidores, ya sea advirtiéndoles de ciertos riesgos derivados del consumo u ayudándolos en caso de que tengan efectos no esperados como vomitar, caerse, etc. Aquello supone que, dentro de las culturas de consumo, las mujeres siguen detentando los roles de cuidado, en un estrecho vínculo con la norma de la esencialización de las mujeres a las tareas femeninas de cuidado y a la maternidad obligatoria.

### **c. Estigma Estético**

Ligado a lo anterior, la valoración que se hace de la maternidad obligatoria como parte de lo femenino se construye en relación a la valoración de un modelo de belleza determinado.

Ejemplo de ello es que en el caso del consumo de cocaína el código moral hegemónico opera como estigma estético, a partir del cual se lleva a jerarquizar la belleza según criterios de moralidad. De este modo y tal como plantea Vigarello (2005) puede verse cómo en su genealogía, la concepción de belleza se encuentra atravesada por relaciones de poder que son las que van determinando su valor: *lo bello/bueno* y, por oposición y límite, *lo feo/malo*.

*“La coca no la encuentro muy sexy.” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/ Empaque de supermercado. Quinta Normal)*

*“Es que igual la coca es fea” (P, 19 años. Estudiante de Ingeniería en Alimentos/Barista Starbucks. Pudahuel)*

*“Ay, no sé. A mí no me gusta tanto. Siento muy violento el acto mismo de hacerlo”. (V. 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto)*

En este punto cabe destacar que el *jalar* coca tensiona la directamente la representación del modelo de belleza basado en la imposición de estándares y gestos corporales precisos como *inherentemente* femeninos.





Tal como señala Muñiz (2014) la belleza femenina en Occidente es la representación de virtudes morales o espirituales, en este sentido, la belleza asociada a la bondad es una condición de la femineidad y por tanto se convierte en una obligación moral para las mujeres. Aquello, lleva a considerar la belleza como un atributo propio de la femineidad que participa de los esquemas reguladores que hacen inteligibles y por tanto posibles y estables los cuerpos de las mujeres solo si se ajustan a los requerimientos de ciertos modelos de belleza y comportamiento moral asociado a aquella característica. En ese sentido y tal como señala Muñiz (2014) las prácticas y los discursos de la belleza forman parte del proceso de materialización de los sujetos femeninos. Contribuye también, a la creación y a la recreación de las representaciones de la femineidad produciendo las diferencias de género. (p. 8). En ese sentido, es *necesario ser bella para ser buena, ergo, es necesario ser buena para ser mujer*.

En consecuencia, el modelo de belleza cruza el consumo de droga en relación al estigma femenino, segrega y codifica ciertos actos y usos de la sustancia según una dicotomía *bello/feo* que funciona enquistado en el binarismo *masculino/femenino*. En efecto, las mujeres consumidoras al *emborracharse* o *jalar* rompen con el modelo de belleza femenino dictado por el guión social:

*“La verdad es que a mí me gustan los puntazos. Lo encuentro más elegante.” (F, 25 años. Estudiante Diseño Gráfico/Empaque de Supermercado. Quinta Normal)*

*“O sea igual en general las mujeres siempre tienen que ser más señoritas...o sea, no es de señorita que andis’ jalando. Pero tampoco es bonito que un hombre jale, yo no le veo la diferencia. Es una droga más no más. Las drogas no son bonitas en general.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

En efecto, la práctica de *jalar coca* pone en relieve la articulación entre el cuerpo como empresa personal en un régimen neoliberal y la configuración de una moral de género anclado en la gestión de aquella corporalidad. En ese sentido, el *jalar coca* retoma el concepto de performatividad como mecanismo de inscripción de la relación *sexo/género* que producen cuerpos femeninos, demarcando las fronteras *normales* y *anormales* en torno al seguimiento o distanciamiento de una norma de actuación en el mundo juvenil y que a la larga constituyen las subjetividades de las consumidoras. Tal como señala Butler (2005) los cuerpos se insertan en las *normas performáticas de género*, de forma tal que se transfiguran en las propias subjetividades y formas de actuar en el mundo por parte de los individuos. Estos individuos se constituyen por tanto como sujetos en medio de las regulaciones de género, planteadas por la manera como se imponen esas regulaciones y como son incorporadas y vividas por los sujetos sobre los cuales se imponen... [o sea], quedar sujeto a una regulación es también ser subjetivado por ella, esto es, ser creado como sujeto precisamente al ser regulado (Butler, 2005, pp. 8–9).

El modelo de belleza hegemónico por tanto actúa como dispositivo de subjetivación en el campo de las drogas que opera como norma estética y moral en el comportamiento de las mujeres consumidoras.

Otra dimensión de este vínculo, es la relación entre consumo de alcohol y la delgadez. El alcohol, sobretodo en estratos altos, es visto como un enemigo del cuerpo perfecto y del



modelo de belleza hegemónico caracterizado por un cuerpo juvenilizado, delgado y flexible. En ese sentido, la sociedad prepara y alienta a los individuos para procurarse un cuerpo que ostente juventud, delgadez y sensualidad; en tanto que debemos rechazar el cuerpo decadente, envejecido o discapacitado. (Muñiz, 2014; Le Breton, 2002)

*“Aparte de irme a acostar y sentir todo el copete adentro mío, además que me baja la hueá (sic) de que estoy gorda. Siento que uno puede permitírselo si se lo va a quemar.” (H, 28 años. Guionista de TV y Cine. Providencia)*

El rechazo de la gordura y la valorización de la delgadez como valor central del estigma estético asociado al consumo de alcohol plantean otra arista de la performatividad de género asociada a las culturas de consumo. En tal sentido, la delgadez obligatoria se constituye como un signo y reforzamiento de la femineidad y del *ser buena mujer*.

Este canon, asociado a la cultura electrónica/house, cultura alternativa vinculados a estratos medios y altos en general, opera en base al modelo de belleza occidental y cuyo ideal está dado por un cuerpo perfecto de piel blanca, delgada y alta. Precisamente esta representación de la mujer excluye simbólicamente a una amplia y heterogénea gama de cuerpos que no cumplen con esta norma. Así las mujeres no occidentales se fundan como un “Otro” u “Otras” (Muñiz, 2014) dentro del modelo de belleza hegemónico manejado en estas culturas de consumo. A partir de eso, varias consumidoras limitan su consumo como forma de *no engordar* y mantener una imagen corporal acorde al canon estético.

#### **d. Dulzura y Suavidad**

Otra característica que complementa el vínculo apunta a vincular lo femenino con la dulzura y la suavidad.

En lo que respecta a las cadenas de rituales de policonsumo dentro de las situaciones antes descritas estos se dan siguiendo una cierta lógica de progresión que parte del consumo de sustancias más suaves ya sea marihuana o alcohol para ir escalando a otras bebidas alcohólicas de mayor grado alcohólico u otra droga como la cocaína u otras, según una lógica que considera al *jale* como una droga con un efecto más rápido y más fuerte que las anteriores.

Aquella práctica de policonsumo opera a través de la representación gubernamental y masculinizada del consumo de drogas, en la cual las mujeres deben partir con sustancias suaves y paulatinamente ir ascendiendo a sustancias más *fuertes*.

*“Tengo que estar, así como muy onfaier [sic], para ponerle un destilado, pero igual el tequila me lo hago chupete [sic].” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto)*

Esta lógica de policonsumo conecta las distintas sustancias con una representación de género de las drogas. Bajo este argumento, las mujeres deberían seguir una norma moral de recato durante el consumo simbolizada por las drogas suaves, el cual que debería irse flexibilizándose paulatinamente ascendiendo hasta llegar al quiebre del código hegemónico dado por los efectos de las drogas más duras como la cocaína. Aquello



supone que la experiencia de las *drogas duras* está reservada para los hombres como actores que poseen fuerza y aguante para resistir sus efectos. En consecuencia, lo que se juega en este ritual de progresión es la división simbólica del imaginario de las drogas, en la cual la femineidad se construye desde la carencia de experiencia y de fuerza ante la masculinidad como canon de consumo.

Esto se da fundamental en el caso de los *tragos para mujeres, o los tragos de minas*. Estos son bebidas alcohólicas como el *pisco sour*, daiquiris, mojitos entre otros que se caracterizan por tener menos alcohol, de textura más ligera y con una base frutal o azucarada en la mayoría de los casos.

Con respecto a esta dimensión normativa del consumo como mujer, se generan diferencia generacionales marcadas:

*“Porque la mujer señorita no toma. Por ejemplo, mi mamá se compraría mil veces un copete que tuviera crema y fruta que tomarse una chela, cachai. Por eso po’. O sea, realmente el machismo que siempre ha tenido este país, que recién se está abriendo. O se está sacando esa idea.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de Supermercado. San Joaquín).*

En base a eso, los *tragos de mina* constituyen otro eslabón en un binarismo de femineidad/masculinidad. Bajo ese argumento, este tipo de bebidas alcohólicas se posiciona en el polo inferiorizado de esta dicotomía femenino/masculinizado y por tanto en vínculo directo con la femineidad asociado a los atributos de dulce y suave. En contraposición los tragos para hombres se posicionan en el polo superior y se caracterizan por ser de mayor grado alcohólico, con un sabor más amargo, es decir, más fuerte y también *más bueno*. Esto reafirma una noción moral de comportamiento que deriva en la identificación de las cualidades de la mercancía consumida con los sujetos sociales consumidores, es decir, la vinculación de ciertos atributos signícos de ciertas bebidas alcohólicas como la dulzura o la suavidad con la construcción simbólica y moral denominado mujer: *Las mujeres, por tanto, deben ser suaves como los tragos que consumen*.

#### **e. Recato, Pasividad y Heteronormatividad**

Sumado a lo anterior, entendemos que la dulzura y la suavidad se anudan como parte del código moral hegemónico con una noción heteronormativa de las interacciones sociales entre jóvenes y que además se vinculan en la dimensión sexual con las nociones de pasividad y recato en el comportamiento derivado del consumo en el contexto de un carrete en espacio público.

En la mayoría de las culturas de consumo, la heteronormatividad como régimen social y político comprende una serie de reglas y normas de interacción entre sexos y cuerpos y que forman parte del código moral hegemónico. En tal sentido, la heterosexualidad como práctica se comprende como la orientación sexual que presenta mayor visibilidad y legitimidad social, aquello incluso de que en muchas culturas de consumo existan jóvenes lesbianas o jóvenes gays.



En el plano sexual y en la experiencia del *coqueteo*, la heteronormatividad opera haciendo que las mujeres deben ceñirse a una conducta de recato y espera ante la conquista, en donde las manifestaciones del deseo sexual quedan invisibilizadas o por lo menos disimuladas a la espera de la iniciativa de los hombres.

*“Uno como mujer siempre tiene que mantener una imagen de no puta. De comportada, si te comiste a este por ejemplo no podis' comerte al otro y cuando estai' curá esas cosas se me olvidan. Yo hago realmente las cosas que yo quiero hacer. Me importa muy poco si el de allá me está mirando, cuando quiero hacer algo lo hago no ma'.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

Esta dinámica social al interior de las cadenas rituales de interacción se da en mayor medida en los espacios de transición y espacios privados, los cuales se construyen en relación a un régimen heteronormativo en donde la femineidad y ser mujer se comprenden en base a una serie de expectativas y restricciones dado por la dinámica histórica que se ha dado en las relaciones sexo-afectivas entre mujeres y hombres.

La dinámica de consumo de la cocaína además está mediada fuertemente por el control masculino de la sustancia tal como lo comentábamos en la fase de adquisición y consumo, ya sea como incentivo al consumo o por su prohibición. Esta dinámica se apoya en una lógica heteronormativa de control, en donde la pareja masculina regula los lazos sociales de la consumidora además del propio consumo atendiendo a la relación amorosa que mantienen. En ese sentido, las jóvenes a veces deben seguir el guión social trazado por el hombre o el grupo de hombres del grupo juvenil.

*“Es que lo pase muy bien. Es que lo que pasa es que todos los carretes anteriores que yo había ido de la UTEM había ido con mi pololo, que somos compañeros todavía pero ya no lo veo mucho, con el David que dure muy. Entonces el carrete del viernes, me solté heavy y estuve con las personas que a le no le gustaba que yo me juntara. Que habíamos sido amigos antes y yo siempre estaba con él. Y no po', lo pasé bien.”*

No obstante, las jóvenes en el contexto del carrete y después de consumir cocaína y alcohol viabilizan prácticas de transgresión que comprenden experiencias lésbicas, con más de una persona o que propician que las consumidoras se tornen protagonistas de las situaciones sociales, distanciándose de su rol pasivo en la dinámica social. La codificación de los efectos de cada droga pueden ser puntos clave para rastrear este proceso de transgresión/reproducción del código moral hegemónico en un *carrete* o encuentro.

Desde la perspectiva de las jóvenes, el alcohol es sintomático de este proceso en tanto tiene como principal efecto la desinhibición. Esto en el plano del *coqueteo* y/o conquista sexual comprende para las jóvenes:

*“Ahí me da la perso... a veces me resulta. Y tiene que estar curao' él también, porque si yo estoy curá' y esa persona no está curá' tengo en mi mente que voy hacer el ridículo, así que no lo intento hasta que la otra persona también esté curá'.” (R, 21 años. Estudiante de Ingeniería en Química. La Reina).*



*“Me desinhibo más, me pongo más a pinchar con locos. Y tengo una sensación entre comillas como un poco de más de libertad. E igual me emborracho en contextos en que no me siento sancionada al respecto” (A, 27 años. Psicóloga. Santiago Centro).*

La desinhibición por tanto derivada del consumo de alcohol es efecto de una serie de disposiciones normativas y performáticas que estructuran la experiencia femenina dentro de los grupos juveniles en relación al ideal de recato, espera y pasividad y que son transgredidas durante la situación festiva. Así, las jóvenes consumidoras participan con mayor frecuencia en las conversaciones con hombres o entre hombres, hacen uso intensivo del espacio público del carrete o de la metrópoli, etc.

En definitiva, la caracterización de los valores de consumo de alcohol y cocaína dan cuenta de que existen moralidades de género (*gendered moralities*) (Tolvanen y Jylhä; 2004) operando en la construcción de las culturas de consumo juvenil urbana en el campo internacional. En el caso del consumo juvenil femenino en la Región Metropolitana también operan moralidades de género ancladas al uso diferencial de códigos morales para hombres y mujeres en la sociedad chilena y en las culturas juveniles:

*“Porque en la sociedad todo lo que hace una mujer es más juzgado. La diferencia que hay entre ambos géneros. El hombre tiene derecho a hacer más cosas sin que le digan nada. La mujer tiene que mantener su compostura, tiene que ser señorita y hay cosas que no puede hacer” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

La diferencia en torno a los códigos morales asociados al consumo y la identidad de las consumidoras se traduce en una constelación de valores que determinan y legitiman cómo *debe ser una “mujer”*. La construcción de este modelo traducido en un código moral hegemónico se basa en el despliegue de dispositivos sociales, morales y biopolíticos que disciplinan y construyen un modelo social de mujer en oposición a la figura de la *puta o maraca, mala madre y fea*. En consecuencia, el estigma estético se basa es una esencialización de las consumidoras a su rol de madres y al cumplir el canon de delgadez y belleza occidental. En ese sentido, las consumidoras no solo transgreden el código estético si no que el moral, en tanto se convierten en *malas mujeres*.

En ese sentido, tanto el valor de la maternidad, belleza, recato, la dulzura o la pasividad se apoyan en una noción biopolítica del cuerpo femenino como empresa personal enmarcado en un proyecto individual y más aún en un valor en sí mismo para la sociedad. En ese sentido, el consumo de drogas de las jóvenes adquiere en el código hegemónico la dimensión de una dicotomía entre un *cuerpo incorruptible* y por tanto higienizado asociado al código moral hegemónico y a un *cuerpo ultrajado*, como cuerpo *corruptible* por el consumo de alcohol y sobretodo de cocaína. Es por esto que, la preservación de la integridad social encarnada en el *cuerpo incorruptible femenino* supone directamente la preservación del estatus ontológico del sujeto para las jóvenes.

*“No me estoy cuidando de eso, pero si soy cuidados en no perder la conciencia y no perder mi integridad” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*



En definitiva, el código moral hegemónico constituye un sistema ontológico que hace estable la categoría *mujer* en torno al seguimiento de ciertas normas y performatividades de género. En tal sentido, la transgresión de ciertos pilares de aquel código termina por desestabilizar esa categoría convirtiendo a la consumidora en una *mujer mala* o en una *no-mujer*.

### III. Las Formas de la Resistencia: Inversiones, Códigos Alternativos y Códigos Contrahegemónicos

Como ya revisamos el código moral hegemónico opera teniendo como base la heteronormatividad y el binarismo de género femenino/masculino, sistemas que imbricados producen la maternización obligatoria de las jóvenes, la producción de imaginario estético de belleza y delgadez perpetua, el fomento de un comportamiento social y sexual basado en la pasividad, el recato y la espera. En definitiva, asienta un modelo ontológico que a través del disciplinamiento busca normalizar y controlar las heterogéneas experiencias y prácticas de las consumidoras. En ese sentido, las consumidoras de menor edad cronológica y de estratos sociales bajos (estilo *hardcore/punk*, *universitarias*, *otakus*) son las sujetos que dadas su posición social están expuestas al mayor impacto de estos mecanismos de subjetivación.

No obstante, también el mundo juvenil y las culturas de consumo han delineado en su interior líneas de inversión, tensión y resistencia al código moral hegemónico e incluso en ciertos casos en que la conflictividad subjetiva y social adquiere una perspectiva más amplia han configurado códigos morales contrahegemónicos a aquella normatividad.

En primer lugar, cabe destacar el placer como uno de los pilares de la experiencia de consumo juvenil metropolitana. No obstante, su valoración es paradójica. Aquello en vista de que su valor final depende del estilo de las culturas de consumo el placer puede ser un valor reproductor o transformador del código hegemónico. En particular en el caso de las jóvenes de las culturas de consumo *hardcore/punk*, *universitaria* y *carretes underground*, el placer ligado al consumo de cocaína puede entender tanto como una posibilidad de expansión del círculo social, intensificación de las interacciones sociales, nuevas formas de uso del cuerpo y apropiación del espacio público y de transición. En otro ámbito, el placer además toma curso como valor al interior de las culturas de consumo a través de su vínculo con lo *rico*. La construcción del gusto anclado en el consumo que se da en las jóvenes es un proceso que valoriza las sensaciones y el bienestar inmediato derivado del consumo.

En otros casos, encontramos la práctica del consumo asociado al placer como un valor y discurso de libertad como práctica libre de sanción social.

*" Pero piensen hice que una noche X fuera muy bacán gracias a las drogas." (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico. Puente Alto)*

Como vemos existe una inversión al código moral hegemónico al procesarse el placer como noción de consumo contraria a las narrativas de normalización anclados en la maternidad, la belleza o la pasividad. En tal sentido, el placer como experiencia de goce desacopla y proyecta una serie de sensaciones y experiencias nuevas que escapan a la



los mecanismos de subjetivación del código hegemónico e impactan en nuevas formas de vivir el *self* femenino.

Por otra parte, la experimentación como discurso central de la juventud metropolitana chilena supone experiencias de consumo con varias sustancias y en distintos contextos.

*“Era más por curiosidad de saber qué te hacía. Que provocaba.” (C, 26 años. Estudiante de Diseño Gráfico. Puente Alto)*

*“Y ahí nos empezamos a juntar con ellos y...al final quise probar la cocaína para salir de la duda máxima. Como que ya, todos lo hacen. Yo igual quiero ser popular (risas). Una hueá (sic). Como onda ¿qué tanta hueá (sic)? La voy a probar. Pero no fue porque...quisiera, me llamara realmente la atención. Si no que pa’ conocerla, claro.” (H, 28 años. Guionista de TV y Cine. Providencia)*

La valoración de la exploración está indisolublemente vinculada con la problemática de la violencia. Estar *borracha* y/o estar *jalá* aparecen como formas límite de habitar el cuerpo, como prácticas de experimentación liminal que transita en un vaivén entre la norma y la transgresión y los efectos que ello pueda implicar. Existe, por tanto, un juego ambivalente en torno a la transgresión del límite o código moral hegemónico y materializado en el estigma social asociado al consumo de drogas. En tal sentido, la transgresión es entendida como parte del juego ritual de consumo, sin embargo esconde para las propias jóvenes situaciones de violencia sexual, física o psicológica en el contexto masculinizado y patriarcal del campo de las drogas:

*“Por suerte nunca me pasó nada terrible, pero me podrían haber pasado. Tuve suerte yo creo. Me pasaron unas huéas medias peligrosas por borracha.” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de supermercado. Quinta Normal)*

La economía libidinal anclada en el deseo masculino y la circulación del cuerpo femenino que veíamos en el proceso de adquisición se hace presente de nuevo, ahora en contextos de consumo y postconsumo. En ese sentido, una manera de contrarrestar aquella lógica de interacción social en donde la violencia opera como frontera y restitución del código hegemónico es construyendo un límite en torno al consumo y a los estados de embriaguez a la que pueden llegar en una práctica de autocuidado y prevención de posibles episodios de violencia derivados de la lógica masculinizada y heteronormada.

*“Siento como que las minas...como que se controlan más. Los hombres les da lo mismo quedar pal pico [sic], Como cuando carreteo con mi prima o con otras minas, como que llega un punto y se quieren ir a acostar y como que dicen mucho ya de ésto. Y los hombres siguen hasta que quedan vegetales.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

*“Entonces como que nunca me han pasado cosas malas cuando estoy así...que he perdido la conciencia, que me van a violar o cosas así, cachai. También soy responsable en ese sentido.” V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

En estos relatos la experimentación está emparentada como trilogía experimentación-peligro-límites, en una construcción que pone en tensión la noción de que las mujeres



como cuerpos precarizados y expuestos a la violencia en contextos de carretes. Aquello además señala que las culturas de consumo mixtas y los grupos asociados no son espacios de socialización juvenil seguros en tanto existe la posibilidad de algún tipo de despliegue de violencia. Es por tanto a partir de la noción de peligro como posibilidad de muerte o daño, es que la trasgresión ritualizada de la *borrachera* y/o el consumo de cocaína es comprendida por las jóvenes como un espacio de sospecha:

*“Yo creo que existe un poco más de riesgo por el hecho de...y en este caso invoco al género por el hecho de ser mujer me he sentido más en riesgo que mis amigos hombres cuando por ejemplo salir de un carrete e irme sola a la casa...de aceptarla desde un trago hasta bailar a un hueón (sic) que no tiene muy buena espina. Igual son hueás (sic) de intuiciones y por lo menos yo estoy vía cuando carreteo, que me pueden pasar hueás (sic) y que el alcohol no tiene que ser un obstáculo a darme cuenta del peligro que estoy viviendo. De hecho, me gusta carretear por lo mismo...cuando carreteo con jale, pesao' me gusta carretear en la casa o en la casa de amigos que en pub o en disco o en hueás (sic), sentirme protegida y cómoda hace mucho mejor con respecto a las sustancias que estar un poco más a la deriva” (L, 23 años. Vendedora de Tienda de Música. Providencia).*

Como se ve en los relatos, el peligro es considerado un valor a explorar. Un ingrediente central en la experiencia festiva de consumo. No obstante, también se articula como una posibilidad de daño para las propias consumidoras y que puede traducirse en procesos de culpabilización social de las consumidoras a través de mecanismos de aislamiento y distanciamiento social o autoculpabilización individual ante cualquier tipo de violencia que sean carne

#### **a. Después de la Fiesta**

Hasta ahora hemos destacado las dimensiones de transgresión del código moral hegemónico en la experiencia festiva del carrete como experiencia extracotidiana y a veces contra-cotidiana. No obstante, es relevante posicionar estas cadenas de consumo en contextos más amplios que posicionen a lo festivo dentro de la experiencia total de las jóvenes consumidoras.

Así se dan fenómenos ambivalentes y contradictorios en torno al restablecimiento del código moral hegemónico, algunos grupos de jóvenes sufren mecanismos de sanción social y subjetiva ante la *borrachera* y/o acto sexual. Este código moral está muy asociado a las representaciones de la cocaína impulsada por un discurso gubernamental de las drogas y que se ancla en una relación adultocéntrica que promueve la imagen de la cocaína como *ente del mal* y puerta de entrada a otras drogas más duras según un paradigma de ascensión de daño.

*“Es como caña moral. Al menos a mí. Me siento como mal. Puta jalé.” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Empaque de supermercado. Quinta Normal)*

*“No creo que nadie se sienta orgullosa. Tampoco lo niego.” (M, 23 años. Estudiante de Sociología. Vitacura)*

Las culturas de consumo ligadas a estratos bajos y medios están cruzadas con mayor agresividad por los discursos normalizadores y es donde más se visibilizaron discursos de





remordimiento o vergüenza. Además, en muchos de los casos el código moral moldea el despliegue de dispositivos morales como la culpa, la cual actúa en este caso como efecto de articulación de tecnologías gubernamentales de tipo securitaria, que opera ya no a través de técnicas anatomopolíticas sobre el cuerpo individual de las consumidoras sino en torno técnicas y procesos que articulan el *gobierno de sí* asociado a la propia gestión de las emociones y el deseo. En tal dirección, aquello indica remite a un cierto deslizamiento en el foco de interés que transita de las técnicas heteroformativas a las técnicas autoformativas, de la política a la ética, del gobierno a la libertad. En concreto, la culpa funciona como un mecanismo muy importante de control político sobre las mujeres. Control, porque permite limitar a las mujeres y a su experiencia; y porque condiciona lo que hacen y, más interiormente, lo que sienten sobre sí mismas. La culpa por tanto modula el *self* femenino y las interacciones sociales que entabla, en un gesto retrospectivo que actúa como castigo ante la transgresión de los procesos de normalización moral.

A raíz de ese cruce de la noción securitaria del gobierno de sí y la noción de riesgo neoliberal anclada en que cada joven se convierte en una *empresaria de sí misma*, a partir de lo cual se da la génesis del “homo prudens” en el campo de las drogas, el cual buscará en el mercado las variadas ofertas disponibles para satisfacer sus necesidades vitales de seguridad, placer y bienestar personal y existencial (De Marinis en Sepúlveda, 1989: 94). En ese sentido y tal como lo explica Sepúlveda (2012), la gubernamentalidad liberal avanzada, tiende a reemplazar la tecnología de riesgos localizada en los vínculos colectivos por estrategias de autoresponsabilización. Correr riesgos pasa a ser responsabilidad de cada individuo. Esto lo podemos relacionar con el énfasis moralista de las sociedades modernas y sus correspondientes preocupaciones por la responsabilidad y la culpabilización.

Otro sector de jóvenes, no enmarca sus prácticas en la lógica de culpabilización y codifican la transgresión como prácticas de libertad y de decisión voluntaria. Muchas veces, además, éstas prácticas de libertad van asociadas a prácticas de autonomía como pérdida del control social y emocional de su pareja masculina dentro del régimen heteronormativo de las culturas de consumo.

*“Es que lo pase muy bien. Es que lo que pasa es que todos los carretes anteriores que yo había ido de la UTEM había ido con mi pololo, que somos compañeros todavía pero ya no lo veo mucho, con el David que dure muy. Entonces el carrete del viernes, me solté heavy y estuve con las personas que a le no le gustaba que yo me juntara. Que habíamos sido amigos antes y yo siempre estaba con él. Y no po, lo pasé bien. Es el carrete que mejor lo he pasado. Tomé caleta, fumé caleta, consumí coca y no hice hueás (sic) que me tuviera que arrepentir. Fui plena.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

En ese sentido, la ausencia del mecanismo de subjetivación de la culpa actuaría en el campo de las drogas como una desestabilización del control social y político concentrado en el estigma moral e inauguraría nuevas formas de entenderse a la mujer en tanto *self* y el consumo que practican desde un código moral alternativa o incluso a contracorriente del hegemónico.



### **b. Redistribución de lo Masculino: Binarismo, Conflicto y Apertura**

En una lógica heteronormativa, las mujeres al ingresar en el campo de las drogas como espacio simbólicamente masculinizado y al transgredir el código moral hegemónico ponen en tensión el sistema binario en que se basa el código hegemónico y que configura guiones y roles sociales para cada joven y sujeto consumidor. Frente a la emergencia de aquel conflicto, se da una gama de resistencias y aperturas en el campo de las drogas.

En primer lugar, las culturas juveniles de cocaína muestran que las mujeres que participan en ella son percibidas de manera positiva por los hombres consumidores.

*“Mi pololo o los amigos de mis pololos y ponte tú, no se po’ varias veces me han dicho los amigos de mis pololos: -Oh, que eris’ prendiá. Oh, que no sé qué. Como que a uno le gusta pasarla bien y como que eso...como si lo valoraran. Porque se asumiera que la mina en general o la polola de, siempre viene a aguar la fiesta. Así como vamo no’, como no quiero seguir, o estoy aburrida. En cambio, cuando uno se pone en una posición en que una quiere carretear, ellos lo leen positivamente.” (A, 25 años. Psicóloga. Santiago Centro)*

Esta situación indica que la transgresión del código moral hegemónico y que convierte a la joven consumidora en una *mujer mala* por su práctica de consumo también puede devenir en un nuevo estatus para las jóvenes y en donde dicha transgresión es codificada como un valor. No obstante, este valor tiene una naturaleza paradójica. Desde la lectura de las jóvenes consumidoras, la asunción e identificación como *malas mujeres* se entiende como un proceso de desnaturalización de su condición y la valoración de prácticas que tensionan el código hegemónico en una narrativa de desobediencia y repotenciación política. No obstante, y a contracorriente de la lectura centrada en el agenciamiento psicotrópico, podemos señalar una reterritorialización de las mujeres en torno a un nuevo código hegemónico pero en continuidad con la estructura de poder que se construye en torno a las mujeres. En ese sentido, las mujeres devienen en sujeto de atracción para los hombres heterosexuales por la misma práctica de transgresión, es decir, las mujeres consumidoras se reincorporan al modelo de belleza femenino a través de la figura de la *mujer mala y atractiva*, en un fenómeno que recompone su identidad femenina desviada. Aquí podemos observar que el recurso moral de la *maldad* es utilizado por las algunas jóvenes como parte del reposicionamiento social tras la superación del estigma y la norma social. En ese sentido, asistimos a una reidentitización de la mujer a través de la moral ambivalente de la transgresión ritualizada.

Una segunda lectura dada a partir de las mujeres de los grupos *underground* o de discotheque periférica asociadas a estratos bajos vincula la transgresión a una reconfiguración de los límites de la masculinidad y femineidad, lo que plantea la asunción identitaria de un *self* masculino.

*“Cuando empecé a tomar era súper, súper piola. De hecho, me costó que me empezara a gustar el copete porque tomaba y no le encontraba rico sabor. Era muy señorita, cachai. Antes yo usaba hasta tacos. Era muy piola. Era otra persona y después entré a la U, y no sé qué pasó que cambié así rotundamente brígido, brígido. (...) Ahora lo destruí por completo. Soy 0 señorita. Soy la persona más masculina que existe en el mundo, en serio.”*



*“(V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*

*“Es que yo soy terrible macho pa’ mis hueás (sic). Soy como la amiga hombre. Pero siempre me ha gustado hacer lo mismo que los hombres. Y quizá porque tengo mucha energía, como que me gustan las cosas de fuerza.” (P, 19 años. Estudiante de Ingeniería en Alimentos/Barista Starbucks. Pudahuel)*

Paralelamente a la masculinización de la identidad de las consumidoras, se da la aparición de la figura de la *mujer loca*, en un proceso de resistencia al estigma asociado a la histerización de la femineidad y que se actualiza a través del juicio femenino en los grupos juveniles metropolitanos.

*“Ponte tú, imagínate una mujer tirada en un sillón, así como guitre (sic) acá, o sea el hueón (sic) reventao’ pero a la mujer sería como ¿qué le pasa? Creo que hay lecturas distintas. Pienso yo que esperan más compostura de parte de las mujeres y cuando no, hay lecturas más negativas frente a eso. Como mientras más hombre se ponga una pa’ carretear, como que más son los riesgos de que te encuentre una mina mea pitía.” (A, 25 años. Psicóloga. Santiago Centro)*

La transgresión del código moral hegemónico está anclada a una diversidad de estrategias de resistencia tanto performáticas como identitarias que remodelan el *self* de las consumidoras. En el caso de las jóvenes de estratos altos y medios explican esa transgresión a través de un discurso que enfatiza el quiebre de los roles femeninos tradicionales como factor en la transgresión dentro de las distintas experiencias festivas en que se consumen drogas:

*“No sé cómo explicarlo bien pero siento que es como una liberación del género, como que hubo un punto en que las minas se dieron en que podían y querían hacer lo mismo que un hueón (sic) y no porque fuera mujeres o porque el hueón (sic) fuera hombres iban a tener más o menos derechos para querer hacer po’ relacionado con las drogas, con el sexo, con el arte...no sé po hueón (sic), con la forma de pensar cachai. Yo creo que la generación de mi mamá -mi mamá igual tiene 62 años- todavía está muy ligado a los roles de género...y eso lo asimilaban y lo incorporaban a su vida personal también.” (L, 23 años. Vendedora de Tienda de Música. Providencia)*

*“Es que la mujer antes cumplía otro rol. Cumplía un rol pasivo, de estar en la casa. Críar, ser dueña de casa y su exigencia sí bien era alta porque ser dueña de casa no significa que sea un trabajo menor, hoy la mujer son eso y trabajan y tienen relaciones sociales y hoy en día tratan de tener actividades deportivas” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa).*

*“La mujer cambió, la mujer está más libre. Porque la mujer como se puede decir...la mujer era de la casa, era de la cocina, cachai. Ahora como que se emancipó po. Trabaja, tiene sus moneás (sic), ya no depende del hombre y puede hacer lo que ella quiere. Yo creo que eso es lo fundamental.*

2. ¿Y con respecto a las drogas?

1. *Eso, es que tiene su plata po. Como yo po. Yo trabajo tengo mis moneas y yo veo en lo que gasto mi plata.” (V, 23 años. Estudiante de Comercio Internacional/Empaque de supermercado. San Joaquín).*



*Sin embargo también se pone en juego una conflictividad creciente en torno a la apertura del campo de las drogas a las mujeres y la consecuente reconfiguración de los territorios psicotrópicos. Ejemplo de ellos son las barreras que ponen los hombres y lo masculino ante su impugnación y redistribución de atributos y la creación e inversión de valores y nuevos códigos morales.*

*“Yo creo que hay una visión demasiado machista de la mujer, o sea que se definan por mamás que trabajan, mamás que tienen pololos o sea el nivel de la discusión está...y también tiene que ver con las cosas que se hacen. Bueno con las políticas, con las cosas que se consumen, la televisión. Y bueno pal hoyo (sic) el conservadurismo que hay” (H, 28 años. Guionista de TV. Providencia).*

Como se observan ellas optan por resaltar la dimensión transformadora de los roles de género como avance que se ve traducido en su rol en el campo del consumo de drogas y de las culturas de consumo que las rodean. Sin embargo, las jóvenes pertenecientes a estratos más altos presentan una postura menos favorable y enfatizan la dimensión conservadora que todavía mantienen el campo de las drogas y la sociedad.

En conclusión, asistimos a una reconfiguración de los códigos hegemónicos y valores que estructuran las culturas de consumo. En tal sentido, los mandatos de maternidad, belleza, recato u heteronormatividad son impugnados de manera parcial o total dependiendo de las culturas de consumo en específico no obstante existe una postura y práctica común entre las jóvenes en no ceñirse a la identidad femenina que les han legado e impuesto instituciones como la familia en un ejercicio a partir de lo cual intentan explorar otras formas de construir su *self* desde otro lugar.



### CAPÍTULO III: Significados, Biopolítica y Corporalidad

Las culturas de consumo metropolitanas se estructuran a través de relaciones de poder que se traducen en un entramado diferencial que se condensan moralidades de género en un código moral hegemónico que se despliega diferencialmente en distintos espacios, construyendo territorialidades con distintos pliegues y produciendo sujetos y subjetividades en torno a cierta normatividad y performatividad de género, generacionales y de clase que se dan de acuerdo a las distintas posiciones sociales de las jóvenes consumidoras dentro de la formación social metropolitana. Frente a aquello, las jóvenes producen agenciamientos de transgresión, negociación y resistencia a aquel código hegemónico, trazando puntos de fuga y resubjetivaciones a través de valores como el placer, libertad, experimentación, entre otros. En aquel escenario, se dan tensiones en torno a la construcción del *self* femenino en relación a los procesos de normalización y gestión biopolítica en el campo de las drogas.

Dado eso, este capítulo tiene por objetivo interpretar los significados que construyen las culturas de consumo en torno a los valores y prácticas de consumo de alcohol y cocaína en clave de territorios culturales. Esto es una apuesta que intenta posicionar el análisis desde la interpretación a partir de las prácticas, entendidas como tácticas que se despliegan temporal, social y simbólicamente en torno a un contexto, y el sentido que se desprende de ellas para las jóvenes.

En ese sentido cabe contextualizar las culturas de consumo como tácticas en torno a una gestión biopolítica de la juventud. Recordemos que genealógicamente, la biopolítica es una forma específica de gobierno que aspira a la gestión de los procesos biológicos de la población. Foucault (1979) sostiene que la biopolítica es efecto de una preocupación anterior del poder político que se da con el biopoder, entendido como un conjunto de estrategias de saber y relaciones de poder que se articulan en el siglo XVII sobre lo viviente en Occidente. Sin embargo, esta forma de gobierno debe comprenderse en lógica de superación de las tecnologías disciplinarias y soberanas de gobierno, sino que deben entenderse como formas de gobierno que conviven de manera fragmentaria, contradictoria y superpuesta en una lógica de convivencia. Bajo esa premisa, la actual gestión biopolítica ya no tiene por objeto el cuerpo individual de los sujetos como era el caso con las técnicas disciplinarias como el encierro, sino que su objeto pasa a ser la población, como cuerpos vivos y sus procesos de producción de vida y muerte. Tal como señalábamos anteriormente, la biopolítica, y la redefinición de Deleuze (2006) como sociedades de control, apunta a comprender la emergencia de nuevas formas de control más sutiles y que se dan en contextos más allá del encierro. Así emergen las técnicas estadísticas, las políticas públicas, los programas de intervención social como nuevas tecnologías de gestión de la vida, en donde el lema *ya no es dejar vivir, hacer morir sino hacer vivir, dejar morir* como modo de funcionamiento del poder.

Precisamente, ahondar en esta dirección comprende un ejercicio complejo en que se debe indagar en cómo se articulan las cadenas rituales de consumo con los valores y la dimensión moral que se construye a partir de esas prácticas, el uso y apropiación que tienen esas prácticas de consumo y su vínculo con la territorialidad además de indagar en las interacciones diferenciales que se dan en torno a dichos espacios. En ese sentido, hasta ahora hemos indagando en la habitabilidad del código hegemónico para las



consumidoras y sus procesos de negociación y alteración de esa normatividad. Teniendo en cuenta aquello, en lo siguiente abordamos el significado de las culturas de consumo tratando de situar la interpretación en el juego semiótico que se desprende en la interpretación del texto derivado de las prácticas y valores que derivan de las culturas de consumo y el contexto que gestiona estas territorialidades culturales en términos biopolíticos.

En primer lugar, la problemática en torno a los significados es una cuestión central en el quehacer disciplinario de la antropología y representa uno de los nodos centrales del análisis cultural. En tal sentido, la noción de cultura -íntimamente ligada a la noción de significado que desarrollan las distintas teorías- posee distintas lecturas que comprenden horizontes diversos.

La definición canónica de cultura y unas de las primeras en ser elaboradas fue la elaborada por Tylor quien entendía la cultura como aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre (Tylor, 1995). Tal definición, elaborada durante el siglo XIX y difundida ampliamente en un comienzo poseía un carácter descriptivo y carecía de profundidad como herramienta conceptual. Posteriormente y ya teniendo un campo delimitado para la práctica disciplinaria, el concepto de cultura se comenzó a ramificar sus definiciones, entendiéndose como fenómenos supraorgánicos (Kluckholm, s.f) o como rasgos definitorios anclados a áreas espacio-geográficas específicas (Herkovits, 1955). Sin embargo, analíticamente, era necesario separar el lugar de estudio del objeto de estudio y no reificar la cultura como un concepto insular. No es sino a partir de la irrupción del estructuralismo en la antropología que se produce la crítica a la identificación mecánica entre cultura y territorio y la inauguración de lo simbólico como parte constituyente de la cultura. En específico, es C. Levi-Strauss quien apunta a entender la cultura como un mensaje que puede ser decodificado tanto en sus contenidos, como en sus reglas. En particular, es en *El pensamiento salvaje* (1962), que el autor gallo sostiene que todos los símbolos y signos de que está hecha la cultura son productos de la misma capacidad simbólica que poseen todas las mentes humanas pero que no se traducen necesariamente en las mismas asociaciones simbólicas en cada cultura. Esta capacidad, básicamente consiste en la clasificación de las cosas del mundo en grupos, a los que se atribuyen ciertas cargas semánticas.

El aporte del estructuralismo al campo disciplinar -a pesar de su marcado formalismo- es la inauguración de la dimensión simbólica de la cultura como esfera fundamental de la comprensión en Ciencias Sociales, fenómeno que abre un vasto campo de nuevas posturas en torno a la noción de significado y cultura. A partir de aquello se dio la emergencia de una lectura cognitivista que sostiene que la cultura consiste en lo que uno debe conocer o creer a fin de obrar de una manera aceptable para sus miembros (Goodenough, 1974). En tal sentido, la cultura se entiende como una serie de estructuras cognitivas y también psicológicas que permiten el actuar en sociedad siguiendo cierta reglas y esquemas de comportamiento. En consecuencia, la cultura se da como una entidad supraorgánica y de codificación individual, en donde la tarea del antropólogo/a es descifrar esas estructuras.



Frente a aquella lectura, encontramos la corriente simbolista e interpretativista inaugurada por C. Geertz (1962) como contrapropuesta a la corriente cognitivista de la cultura y que intentaba superar el subjetivismo y formalismo extremo que detentaba el cognitivismo. A partir de aquello, la corriente simbolista propone una noción semiótica de la cultura en clave weberiana y que entiende que el hombre es un animal suspendido en tramas de significación tejidas por él mismo, dentro de lo cual la cultura se compone de tales tramas, y que el análisis de ésta no es, por tanto, una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado (Geertz, 1974). En consecuencia, la cultura no es una entidad, ni es algo al que se puedan atribuir causalmente acontecimientos, modos de conducta o instituciones, sino que es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa.

No obstante, se ha acusado a la corriente interpretativista ha pecado de subjetivista y muy literario, hechos que contribuyen a que esta tradición no pueda pasar por procesos de evaluación de las interpretaciones desde la cual elabora los significados. En tal situación, el debate antropológico ha virado hacia intentar aproximar la polaridad del debate en una conceptualización de síntesis que integre la posición la posición materialista que rescata la dimensión económica y material de las culturas. Posturas como las de E. Grimson y su concepto de configuraciones culturales nos ayudarán a redimensionar las culturas de consumo como serie de prácticas que entrañan significados –entendidas como tramas de sentido- y que actualmente tensionan la noción de cultura ligada a fenómenos de homogeneidad cultural y territorialidad. Precisamente esas dos últimas dimensiones son las cruciales que releva Grimson (2011) para entender que las culturas de consumo están mediadas por las transformaciones de las tecnologías de la comunicación global y las distintas migraciones nacionales e internacionales, por tanto la pregunta en torno a la significación y a la territorialidad no debe leerse simplistamente sino que encarna considerar que los significados se desplazan con las personas, en un proceso que los actores rearman, transforman, negocian y disputan de modos diversos éstas construcciones en las regiones donde se asientan o circulan. Por otra parte, los medios masivos difunden significantes y textos globales que permiten negociar y disputar los significados en niveles no sólo locales o nacionales sino que globales. En consecuencia, ya no es posible pensar el concepto de cultura y la noción de significados desde la metáfora insular que entiende culturas homogéneas en su interior, delimitadas territorialmente y con significados cristalizados. Al contrario, es necesario pensar las culturas de consumo como un heterogéneo repertorio de prácticas de consumo, que adquieren un sentido y por tanto cierta significación a partir de dinámicas territoriales pero que se dan en una lógica de portabilidad y movilidad como flujos en interconexión que se estructuran y se desestructuran aceleradamente pero que todavía permiten la formación de referentes culturales significativos para las jóvenes.



## I. Efectos Psicotrópicos, Biopolítica y Estilos Juveniles

Las culturas de consumo pueden entenderse como un repertorio de prácticas de consumo a partir de la cual las jóvenes codifican ciertos efectos del alcohol y la cocaína, desencadenando una interacción social ritualizada como acción simbólica. En consecuencia, la pregunta por los significados de las distintas culturas de consumo comprende la reconstrucción de la cadena ritual de consumo desde la dimensión corporal, como soporte simbólico a partir del cual las jóvenes comprenden, negocian y encarnan los procesos de normalización, disciplinamiento y securitarios y desde donde también los impugnan y los resisten. Por tanto, *el cuerpo jalado, el cuerpo borracho* se comprenden como un nodo crucial para la interpretación y la posibilidad de dar sentido a la acción simbólica y social de consumo.

### a. *Cuerpos Borrachos, Cuerpos Jalados: Cuerpos*

Tal como hemos visto en el primer capítulo, los efectos psicotrópicos que posee una droga entraña en realidad una forma concreta de codificación social que se desencadena en torno a la triple articulación entre sustancia, individuo y contexto. Dentro de aquello, específicamente lo que define cómo serán comprendidos los efectos de cierta sustancia tiene relación con la noción simbólica que tenga cada cultura de la corporalidad, las representaciones sociales que se le imputen a la sustancia y las interacciones sociales que potencia u ocluye durante el consumo. Bajo ese argumento, la codificación de los efectos en las distintas culturas de consumo es un eje primario de interpretación y para la indagación en torno al sentido que tiene cada sustancia para cada grupo juvenil. En particular, los estilos juveniles y los discursos que producen las distintas jóvenes con respecto al rol de las drogas en la sociedad, la forma de dramatización de la identidad que poseen mediatiza los significados de las sustancias y marca un punto esencial a la hora de enmarcar los principios de comensalidad y diferencia que guían las cadenas rituales de consumo.

#### a.1. *Cultura Electrónica/House y Grupos Juveniles de Estratos Altos*

Las culturas de consumo asociada a la escena electrónica/house surgen como efecto de los procesos de globalización y el desarrollo de la tecnología musical electrónica en Europa y Estados Unidos durante la década de los 80's. La llegada a Chile de esta escena se da de la mano del desarrollo de las primeras fiestas anclada a los circuitos centrales de diversión juvenil de la Región Metropolitana a comienzos de los 90's durante la época de la democracia protegida y que se dio a través de la experiencia cultural y musical de hijos/as de exiliados/as en Europa. En ese contexto, se da la aparición de los primeros clubes de música electrónica en conjunto con la extensión de una incipiente industria musical electrónica que se desarrollará durante la década del 90' y que se verá constantemente alimentado por la proliferación de fiestas masivas y la venida de múltiples bandas y dj's de la escena internacional durante la década de los '2000. Actualmente la escena electrónica agrupa a diferentes grupos juveniles y a diferentes géneros musicales (*electro, minimal, techno, house, drum & base, trance*, entre otros) que marca una búsqueda de experimentación e hibridación sonora constante. Asociados a estos también existen una amplia y heterogénea comunidad de artistas que trabajan en torno a





proyectos pictóricos, arquitectónicos, audiovisuales y musicales que asisten a las mismas fiestas y encuentros y que representan una comunidad más o menos hermética anclada en redes de capital social vinculadas a experiencias escolares, universitarias y barriales comunes.

En el caso de la cultura de consumo electrónica/house, ésta ha tendido a acentuar el polo expresivo de las experiencias festivas de consumo, en donde tomarse una *piscola* por ejemplo se vincula directamente con la experiencia del baile asociada a la música. Es por tanto a través la música electro/house, que encontramos una particular forma de escucha a través del baile que comprende la participación en un ambiente que la música contribuye a crear (Lasen en Sepúlveda; .2003: 1).

*“Como de habitar sin tener que pensar en algo tan específico...lo asocio mucho a la música en verdá.” (H, 28 años. Guionista de TV y Cine. Providencia)*

Lo relevante por tanto del efecto del alcohol en esta dimensión remite a un ensamblaje, a una articulación entre una experiencia corporal de inmanencia y contingencia orgánica, que pone en sintonía los gestos y el movimiento perpetuo de los cuerpos jóvenes con un *tempo* que reconstruye la relevancia simbólica y política de lo corporal como punto de gravedad, como anclaje de la experiencia que escapa de la metafísica moderna y cotidiana del futuro y que somete a las jóvenes al palpito de un presente continuo, ampliado a través de las vibraciones sonoras. La traducción de la experiencia festiva, por tanto, afinca su territorio primario de operación en el lenguaje corporal del baile, que desplaza lo oral para restituir la intraductibilidad del movimiento como forma de transgresión. Es precisamente en ese intersticio social que construye la música electrónica en la pista de baile como territorio psicotrópico que aflora una simbiosis asociada al alcohol/cocaína/drogas de síntesis con los sonidos como flujos de ondas, que desfiguran los segmentos corporales como asistentes y que los remueven como partículas (Sepúlveda y Romaní; 2005). Se da, por tanto, una dinámica de contagio, de expansión rizomática del movimiento como suerte de infección que se amplifica como gesto repetitivo y que en su diseminación colectiva agudiza las sensaciones, convirtiendo todo en ritmo. El carrete, el consumo de drogas y la música se vuelven un palpito indisoluble entre cuerpo y sujeto que solo puede traducirse como *cuerpo en movimiento*.

Esta dinámica de contagio de cuerpos en torno a la cadencia de sintetizadores comprende una práctica alterna en tanto pone de manifiesto de nuevo la importancia de lo corporal como parte de la experiencia humana, oponiéndose a la invisibilidad del cuerpo y los rituales de *borronamiento cotidiano* (Le Bretón, 2002) que promueven la distancia corporal y física entre los sujetos y en donde el cuerpo es concebido como un residuo instrumental de la actividad racional o en el mejor de los casos como un *alterego* a cuidar como parte de la gestión neoliberal de sí mismo.

Frente a lo anterior, este tipo de experiencias de consumo que sintonizan pulsos electrónicos con cadencias físicas constituyen alianzas somato-políticas que cimentan la construcción y apropiación de un territorio psicotrópico en donde las jóvenes tienden a desestabilizar la categoría de cuerpo invisible, estático, rígido, a merced de la normalidad y sus tecnologías de gobierno, reposicionándolo como categoría simbólica de producción de sentido en una dinámica que escapa de la racionalización del acto y que permite el



devenir entre los flujos sonoros y sociales como gestos de *desviación* y *alteración* del orden cotidiano.

No obstante, la transgresión y producción de un lenguaje nuevo anclado la expresividad corporal no deviene en una puesta en crisis del código hegemónico de forma global. En tal sentido, el baile y la escena electrónica erosiona la narrativa hegemónica en tanto redefine la experiencia en función de una dimensión oculta como es lo corporal; no obstante, su impugnación es fragmentaria y discontinua y no pone en crisis el código hegemónico en su totalidad. Aquello se observa en que se mantiene en general un guión heteronormativo en las interacciones sociales (a pesar incluso de la participación de jóvenes homosexuales) o se mantienen interacciones basadas en lógicas binarias que reproducen el esquema femenino/masculino y roles y comportamientos naturalizados en torno a ellos. Sumado a eso la relevancia que adquiere el cuerpo se da en un lógica subsidiaria de la noción neoliberal y moderna de la interacción social en tanto el baile se torna un *gesto privatizado*, en que el cuerpo individualizado se funde en un goce personal. El desborde en consecuencia se da más bien se da nivel del *self*, que de una experiencia grupal.

Con respecto a la cocaína, el efecto psicotrópico se traduce en mayor energía dentro de esta cultura. Se produce por tanto una recarga de ánimo que permite darle continuidad a la experiencia de baile. En tal sentido, el significado del *jale* como tecnología simbólica y biopolítica que apunta a prolongar las capacidades del cuerpo, ampliando el umbral de movimiento y el tiempo de baile. Opera en efecto, como la sustancia de la resistencia, pero no en torno al imaginario masculino del aguante si no como sustancia que permite la *prolongación del goce*. En efecto, el significado de la cocaína dentro de la escena electrónica radica en capacidad de atenuar la sensación de cansancio derivado primero de la rutina cotidiana y de la propia experiencia de baile que comprende esta cultura. En ese sentido, el *jale* es una sustancia vital para la mantención de la interacción social y de la apropiación festiva del espacio.

## **a.2. Cultura Alternativa y asociados a Circuitos Centrales de Ocio y Diversión Juvenil**

El estilo alternativo por tanto se basa en la apropiación y reelaboración estética de la música de rock que, recogiendo estilos musicales de fines de los setenta y los ochenta: el punk, la new wave y el tecno, a comienzos de los noventa no era difundida en forma masiva por el circuito de la radio y la televisión chilenas. Con la masificación de los estilos producto de la mayor difusión de la música a través de los canales de televisión por cable, y el cambio de orientación de la programación de las radios de frecuencia modulada, el término dejará del nominar un estilo particular de música a pasará a significar la exclusividad de un gusto musical restringido a un círculo de oyentes que tendrán internet como medio fundamental de su nueva construcción social en la década de los 2000's (Matus, 2005). En ese sentido, la cultura alternativa está estrechamente vinculado a una performance estética que juega a grandes trazos en torno a una lógica de diferenciación con otros grupos a través de una identidad dramatizada en la ambigüedad sexual, la música de los 80's y la importancia del vestuario barato, pero *cool*. En tal sentido, las culturas de consumo alternativas aglutinan a grupos juveniles de estilos postpunk, new wave, skinhead, etc. que se congregan en torno a la música y al juego simulado de la



exploración y ambigüedad (Madrid; 2002). Esta cultura de consumo generalmente está integrada por jóvenes universitarios de carreras humanistas que conforman una grupalidad interclasista, pero con mayor presencia de estratos medio-altos. Dentro del circuito metropolitano frecuentan discoteques como la Blondie, conocido punto del mundo alternativo, y algunos pubs del circuito central de diversión juvenil de la metrópoli como es el barrio Bellavista y Yungay.

En lo que respecta a las culturas de consumo que ocupan el circuito central de diversión juvenil y que no tienen atributos identificatorios definidos, estos se agrupan en general en torno a vivencias comunes ya sea haber sido compañeras de universidad, compañeras de colegio o participantes de alguna organización política, artística o en torno a un fin concreto tal como los grupos de estratos altos. Sin embargo y aquí radica su diferencia con los estratos altos, es que carecen del capital económico y social de las otras culturas de consumo.

En lo que respecta al sentido del consumo de alcohol y los efectos derivados, este tipo de culturas comprende el alcohol como un símbolo de relajación, como una tecnología simbólica que opera flexibilizando la normatividad social que encubre el cuerpo durante el día y que lo distancia del contacto físico con otras/os. Y aquí se da un fenómeno relevante, en tanto el cuerpo vuelve a palpase, a ser visible a la experiencia subjetivas de las jóvenes, pero - a diferencia de la cultura electrónica/house- a su vez también se difumina, se disuelve en la trama general del carrete y del encuentro colectivo.

En tal sentido, C. apunta a que con el alcohol:

*“Se empieza a sentir esas sensaciones de empezar a adormecerte. Yo dije tonta pero no es eso, es más bien entrar a una nubecita. Como que entrái’ a un piloto automático, no te preocupai’ de nada, no estar consciente”. (C, 27 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto)*

El cuerpo de las jóvenes de la cultura alternativa pasa a formar parte de una trama colectiva, dejando en segundo plano su dimensión individual y resintonizando con los ritmos grupales en un proceso que configura una identificación en torno a una comunidad emocional en donde una se pone a tono con el resto generando lazos de confianza e intimidad. En ese sentido, el alcohol funciona como símbolo de apertura social en tanto inaugura la posibilidad de nuevas interacciones sociales que en un estado de sobriedad no se darían. Así el alcohol adquiere el significado de lubricante social que no solo ayuda a forjar y reforzar lazos de intimidad y confianza dentro del grupo, sino que también funciona como mecanismo de inclusión que integra a otros y otras jóvenes al grupo, poniendo en paréntesis las dinámicas de sospecha y distancia que imperan en la vida cotidiana.

Así lo relata C.

*“Y me pasa que cuando estai’ sobria no voy a andar por el mundo sociabilizando. Entonces el copete te da la posibilidad de entrar relaciones con seres extraños. A mí me pasa eso. Desconocidos, no extraños. No gente friki, desconocidos no más. Soy más tela, con amigos de amigos que antes hubiera dicho: no, no me interesa. Me interesa hablar con este hueón (sic), pero hay que darle oportunidad a todo el mundo. No me siento tan*



*ensimismada, tan encerrada. El copete me hace abrirme. Eso me hace el copete.” (C, 27 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).*

En consecuencia, el alcohol restituye la dimensión colectiva de los cuerpos y mediatiza las interacciones sociales en un proceso que restituye el lazo social con el Otro.

Sumado a lo anterior y como parte de la función de lubricación social del alcohol, se produce una desinhibición social de las integrantes. Esto en otras palabras, se produce como producto de puesta en paréntesis de las normas del régimen corporal y los tabús sociales de la rutina diaria y la emergencia de una nueva potencia social, en qué y ya con menos filtro, aparece la posibilidad de la *desviación* del código hegemónico de comportamiento, logrando la visibilización en el espacio público del deseo erótico femenino obturado y que se complementa con el estallido que representa la expresividad femenina traducida en la dinámica del *hueveo*, *del dar jugo*, *del cagarse la risa* como nuevas formas de lenguaje y diálogo entre jóvenes que permite oponerse a las jerarquías, reconstruyendo una condición horizontal entre las y los participantes sobre la que se erige una relación de convivencia que logra hacer frente a las contradicciones de la experiencia festiva y a los tabús sociales.

Además, encontramos que el alcohol al interior de esta cultura de consumo en el proceso de desinhibición desencadena dinámicas de dilapidación corporal.

*“Si quieres darlo todo, como mis últimos dos carretes de la vida, si tenis que copetiarte porque lo pasai’ mejor. El copete vendría siendo un ente de alocamiento, perder el control y estar arriba de la pelota. Estar jugoso, estar jugoso social. Estar sociable. Igual soy sociable sin copete. Pero con copete soy quizá más sociable y más habladora, más entradora. Mas personalidad. Pero con copete puedo comerme a un hueòn (sic) y darme vuelta y comerme al otro. Eso sucede. Es más desinhibición.” (C, 25 años. Estudiante de Diseño Gráfico/Vendedora. Puente Alto).*

*El darlo todo*, como expresión que metaforiza con gran potencia el consumo festivo que agota todo el capital energético, económico y moral a través del baile y del carrete. O también el estar *on faier* (trad. on fire, prendido) comprende una puesta en escena, una dramatización del exceso, una exposición de un deseo desbordado que exige intensidad y la sublimación de la transgresión colectiva a través de besar o agarrarse a alguien, o más de una persona (pudiendo ser del mismo o distinto sexo); o bailar sin parar sola o acompañada; o gastar todo el dinero que se trae para el carrete, tener sexo casual o solo conversar.

En consecuencia, la potencia de la desinhibición se amplifica en situaciones de *borrachera* en donde las dinámicas de confianza e intimidad entre las participantes se refuerza generando cohesión e inclusión a un grupo identificatorio. A su vez este proceso propicia la expansión y reapropiación de los espacios públicos y espacios de transición como territorios de desborde, como pliegues dentro de una geografía donde se ensayan y se practican otras lógicas de acción.

En el caso del efecto corporal y el significado social que se desprende del consumo de cocaína en estas culturas, este se basa en un uso similar, pero con ciertos matices al que tiene la sustancia en la cultura electrónica/house. Dentro de este tipo de prácticas, la cocaína actúa como tecnología simbólica de energización complementaria. En otras



palabras, la cocaína es ocupada en general al final de las cadenas rituales de consumo y sobre todo después de embriagarse, como una práctica para *revivir*, es decir, para contrarrestar el efecto físico depresor que tienen el alcohol y el policonsumo (sobre todo combinaciones de marihuana de tipo sativa con alto THC + destilados) en el cuerpo y que son propios de los carretes en discoteques fuera de casas particulares. En consecuencia, la cocaína significa una sustancia que permite la continuidad de la transgresión (desinhibición, relajo, toma de rol activo) cuando ya se está en llegando a la última fase del carrete y cuando el capital energético y económico está terminándose para la joven y el grupo en general. De esa forma, el *jalar* funciona de manera ciertamente instrumental en las instancias de baile e interacción, en donde las jóvenes la consumen ya sea en la pista de baile o en los baños de las discos o casas para *no morir*, no dejar que el cuerpo vuelva a su estado de restitución biológica que supondría el desmayo por exceso de consumo de alcohol o el sueño como proceso de descanso. Precisamente, la cocaína como símbolo de energía es paulatinamente usada por las jóvenes que empiezan a trabajar y dejan la vida universitaria, en tanto las jornadas de trabajo son más extenuantes lo que implica que al llegar a los carretes ya sea en casa o en discoteque hay menor energía y por tanto el uso de la sustancia es más habitual.

### **a.3. Cultura Underground y Asociadas a Circuitos Periféricos**

En el caso de las culturas de estratos bajos ya sean grupos de estilo *underground* o de grupos de amigas/os que se juntan en los hogares y que construyen circuitos de consumo periféricos, el consumo de alcohol tiene un significado similar a las culturas anteriores pero posee otro contexto.

Los grupos de estilo *underground* nacen como forma de denominar a una heterogénea y amplia serie de grupos juveniles suburbanos que se encuentran fuera de la órbita *mainstream* (corrientes hegemónicas en términos de estilo y visibilidad pública) y que se relacionan con industrias culturales que en un comienzo se consideraban propios de sectores populares (tatuaje, los piercings y estilos musicales como el rap, hip-hop, etc). En Chile, la denominación *underground* se refiere más bien a una estética basada en la diferenciación de la estética *mainstream* de las tiendas de retail y de la publicidad, erigiendo modelos estéticos recogidos a través de páginas en internet o redes sociales y que combinan el uso de piercings en las mujeres y tatuajes como símbolo de transgresión juvenil normalizada. Además, caracteriza a grupos de jóvenes de zonas periféricas y populares de la metrópoli que cultivan el arte del rap, la cumbia, graffiti o asociados a pequeña emprendimientos comerciales de comida, o diseño gráfico que elaboran sus productos de manera casera, artesanal y con una reducida producción y por tanto circulan en circuitos de gente conocida o en ámbitos semipúblicos. En ese sentido, el *underground* se refiere más a una forma de hacer, una forma de mostrarse y una forma de construir un estilo de vida al margen de los circuitos de comercialización y ocio conocidos. En cuanto a esos mismos circuitos periféricos de diversión juvenil, encontramos la apropiación de otros grupos juveniles que no necesariamente tienen rasgos identificatorios claros. En general tal como los grupos juveniles que frecuentan los circuitos centrales de diversión juveniles, estos grupos se congregan en torno a una experiencia común ya sea en la etapa escolar o universitaria o a través de su convivencia en el barrio o la misma comuna. En ese sentido, el componente territorial de estos grupos es un eje clave del consumo.



En lo que se refiere a su dinámica de consumo, estos grupos en general se juntan y *carretean* en casas de amigos o en la universidad y son reacias a utilizar el circuito de diversión central. No obstante, también asisten a aquellos circuitos en ciertas ocasiones. En cuanto al efecto del alcohol, las jóvenes de estos estilos señalan que buscan la *borrachera* como objetivo del consumo, quedar *happy* (tr. feliz) o *prendías*. Aquellos efectos corporales y subjetivos comprometen al igual que las culturas alternativas el *vacilar*, como esa práctica de socialización íntima y dinámica que se da entre amigos/as y que comprende *tirar tallas* (hacer bromas), reírse, conversar, gritar, bailar si se quiere o seducir y/o conquistar a algún hombre según el marcado carácter heteronormativo de este tipo de culturas de consumo.

Estas expresiones, en ese sentido, metaforizan una potencia expresiva del alcohol que se torna performance pública, *desborde visible*. De esta manera lo vive R.:

*“Justo llegaron los pacos y yo me empecé a poner muy prendía’ y empecé a gritar hueás [sic], y me metieron a la casa, así como ¡ya cállate! pero no...como que andaba prendía’, happy. No quedé pal pico [sic]. (...) Tenía como energía y de hecho eso que se supone que el alcohol es un depresor del sistema nervioso, pero no. A mí, me prendió. “(R, 21 años. Estudiante de Ingeniería Química. La Reina)*

Estas culturas tienen un acercamiento a los efectos del alcohol como parte de una experiencia de *energización* que no se ensambla necesariamente con una determinada música, sino que se canaliza en torno a conversaciones, risas y bromas entre ellas o con otras/os. *Tomar copete* y *curarse* por tanto se comprende simbólicamente como prácticas de *intensificación oral*, a partir de la cual el diálogo y la palabra en sus distintas expresiones se transforman en la imagen del desborde. Simultáneamente y de forma complementaria a la intensificación oral, el efecto del alcohol se traduce en *prenderse*, en tanto comprende una activación corporal que excede la normatividad y que se somete a una expresividad desenfrenada que desborda los códigos sociales de rigidez corporal y en donde el cantar una canción favorita o gritar actúan como *catarsis* emocionales para las jóvenes. La risa y la ironía constituyen, en este estilo de culturas de consumo, elementos centrales en tanto actúan desacralizando jerarquías, develando contradicciones y visibilizando tabús sociales instituidos. A partir del humor por tanto, es posible hablar de sexo, de relaciones de poder, de problemas cotidianas como forma de hacerlos objeto de diálogo colectivo y darle un nuevo sentido como salida lúdica.

Sumado a lo anterior y en sintonía con otros estilos de culturas de consumo, el alcohol en las culturas *underground* y periféricas también opera como *lubricante social* estando fuertemente mediada por la publicidad corporativa asociada a los nuevos consumos (vegetarianismo/veganismo, moda vintage, tatuajes, redes sociales, etc.) lo que refuerza el carácter hegemónico de ciertas prácticas pero que son reelaboradas a través de un reposicionamiento que tienen frente a ese consumo y que involucra desestabilizar la investidura de consumidores, rescatando una identidad como grupos periféricos y excluidos. En tal sentido, muchas *tiran tallas de lo flaute que son*, es decir convierten el estigma de ser mujer y *flaute* como carga negativa en un emblema, es decir, en un táctica que opera con el signo contrario a las calificaciones negativas que se les imputan (Reguillo; 1991).



No obstante y a pesar de aquella táctica de inversión identitaria y moral, el significado en torno al alcohol se construye como parte de ese proceso de marginación y exclusión que se quiere revertir a través de diferentes prácticas micropolíticas:

*“Es que sabe que, yo me he dado cuenta que en mí U este año están muy buenos para tomar. Muy buenos, veo hueones curaos’ todos los días. Y es porque, no hay nada más que hacer en la U. Ya la precariedad se está yendo al alcoholismo de los estudiantes. Es para el pico (sic), yo me doy cuenta y de verdad ¿quién más vas a hacer? Se acabaí’ de salir de clases y no tienes ganas de estudiar, no queris’ ir a la biblioteca a estudiar. No tenis’ otra cosa que hacer. Si no es volarte o tomarte una Pilsen.” (F, 25 años. Estudiante de Diseño Industrial/Empaque de Supermercado. Quinta Normal).*

Para las jóvenes de la cultura *underground* o de estratos bajos, *tomar* es una práctica que se da en situaciones cotidianas que no se enmarcan en dinámicas de transgresión como el *carrete* o el encuentro juvenil nocturno. En efecto, muchas veces el consumo de alcohol se da como un rito para pasar el tiempo, un rito que lejos de buscar una experiencia de transgresión, busca dotar de contenido a un *tiempo vacío*, *vaciado* de toda utilidad y actividad interesante. El alcohol en efecto, toma un sentido mecánico, plano que no inaugura una brecha temporal y experiencial, ni efectúa un cortocircuito de la narrativa diurna si no que más bien opera yuxtapuesta a ésta, como situación de continuidad con ella y por tanto se estructura no en un sentido de prefiguración sino más bien como espejismo de diversión y ocio.

Son en definitiva los cuerpos abyectos, los cuerpos de las jóvenes integradas a las estructuras de la sociedad, pero también excluidas y controladas por los distintos dispositivos de poder, los que *toman* en un proceso de naturalización del consumo de drogas.

*“Como que no tienen espacios, tiempos de esparcimiento. Lugares en que se juntan a tomar. Como que también es una vía de escape.” (A, 25 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa).*

Es lo que Ghiardo (2003) conceptualiza con la imagen de la fuga, una anulación del sentir y el pensar que permite evadir una realidad que angustia y para olvidar los problemas. En cierto sentido, es la angustia derivada de la exclusión que no es traducida al lenguaje del poder y que por tanto es reemplazada por la representación gubernamental del sujeto juvenil como sujeto de consumo, lo cual termina por expropiar la palabra a las jóvenes construyendo una figura hedonista y carretera, sin nada más que hacer que drogarse en espacios públicos, ocupando plazas, parques, algunas esquinas, calles, u patios de sus universidades.

En lo que se refiere a los efectos de la cocaína, estos se codifican al igual que las otras como energía, pero también *pa’ despavilar*:

*“En cambio con el jale quedai’ despierto po’. Tai vio, no te curai” (R, 21 años. Estudiante de Ingeniería Química. La Reina)*

*Estar vía*, representa un estado y sensación de alerta ante cualquier peligro o sanción. También entraña una identidad que se entiende en un esquema polarizado de *ser vía* o *ser longi*, ser *polla* como dos identidades que se contraponen y que constituyen distintas formas de desenvolverse ante los problemas de la calle. Así *estar vía*, comprende no



tener una actitud pasiva ante los demás si no que tomar un rol activo de las situaciones, lo cual comprende saber manejarse, entender los códigos de interacción de la periferia y saber moverse en ellos. Por el contrario, *ser longi o polla* indica una identidad inferiorizada que no conoce bien los códigos de la calle y por tanto peca de ingenuidad o ineficiencia y por tanto falla en desenvolverse con éxito entre los distintos actores que pueblan la periferia.

En lo que respecta a la dimensión corporal de los efectos de la cocaína, las culturas de consumo periféricas ligadas a la cumbia, reggaetón, reggae tienden a tener una interacción social más profunda en la cual el baile se torna una experiencia colectiva de transgresión en la cual se dan coqueteos, miradas de unas a otras, de unas a otros, en donde se siguen coreografías aprendidas a través de la TV en la niñez, etc. La energía de la cocaína aporta la energía final para la consolidación de las cadenas rituales de consumo que habían empezado con marihuana y habían proseguido con cocaína. Sobre todo, los grupos exclusivamente de mujeres construyen territorios psicotrópicos móviles y muy perceptibles a cualquier agente de control o disciplinamiento moral y social, por lo que han desarrollado estrategias de defensa. Aquí el *apañe*, entendido como un compromiso irrestricto entre el grupo de jóvenes mujeres se hace crucial para enfrentar posibles casos de violencia, detención policial o cualquier otro incidente.

Aquello entendiendo que si bien el consumo se da en casas de amigos/as y por tanto se da en un espacio de confianza esto asegura que no ocurran episodios de violencia sexual o similar. Por tanto, el jale *aquí* aparece más allá de tecnología simbólica de energización asociada a la continuidad del baile como el reggaetón o la cumbia como estrategia de autodefensa para despertar y poder seguir carreando o hacer frente a la situación de devolverse a la casa o encontrar una cama segura donde dormir. La ambigüedad ante la superación del triple estigma moral y del modelo moral de *señorita libre de drogas* no obstante no comprende la superación de los contextos de violencia sexual y prácticas sexistas que detentan estas culturas. En ese sentido, el *jale* tiene un uso instrumental que apunta a volver a un estado de sobriedad que permita delimitar un límite de consumo y tomar decisiones que impidan episodios de violencia en contextos de transgresión festiva. En ese sentido, el significado de la cocaína para las jóvenes de estas culturas se relaciona en cierta medida como práctica también de autocuidado y autodefensa.

#### **a.4. Cultura Punk/Hardcore**

La cultura punk deriva de los grupos juveniles de los 70's nacidos en Inglaterra y que se congregaban en torno a imaginario de inconformidad y crítica ácida a las instituciones como la Iglesia, el gobierno, la familia, los partidos políticos, entre otras. Su estética tendía a ser disruptiva con abundante uso de vestimenta negra, chaquetas con puntas y parches, bototos de trabajo cercana al estilo industrial y estéticamente reconocible por el corte *mogwak o mohicano* (puntas paradas al centro y rapados a los lados) y la utilización de tinturas capilares en sus penachos. Su confluencia se da en torno a expresiones contraculturales ya sea a través de la música como en torno a la consigna DIY (Do It Yourself o *tr.* Hazlo por ti Mismo) como manera de gestionar autónomamente la vida y los distintos proyectos de fanzines, tokatas del movimiento punk, dejando de lado los modelos de pulcritud y corrección de la época. Otro componente vital de su estilo era un marcado acento político en su accionar, siendo algunos adherentes de ideas ideológicas





como anarquismo y comunismo, el movimiento de okupa, etc. En Chile, el punk nace a partir de los 80's en contexto dictatorial y nace como movimiento contracultural de resistencia, extendiéndose paulatinamente hasta consolidarse en los 2000's como un estilo reconocible públicamente con una escena de tocatas permanente y anclado en un circuito de casas okupas y grupos conocidos y en constante renovación. En la última década el punk ha virado hacia el *hardcore* en un giro que intenta preservar la naturaleza crítica, fraterna y autónoma del punk original cooptado por el mercantilización del estilo. Este nuevo estilo se caracteriza por una música ultrarrápida de sonoridad dura y con letras de crítica directa contra el poder pero que mantiene la estética del punk original.

Los efectos del alcohol para los punks se dan en función del *compartir*, como lubricante social. El *emborracharse* en si no es un objetivo deseable dentro de aquel estilo. No obstante, al alcohol sienta su significado en una sustancia en su capacidad de desinhibición social.

El relato de R. es preciso en señalar los matices:

*“Como que cuesta soltarse en la conversación. No sé si la vida a uno lo pone así, pero con el copete uno conversa y no sé qué. Y hueón (sic) y te pegai' el show, haciendo piruetas y toda la onda. Es que estamos tan así como -no sé cómo decirlo- de algún modo la vida te hace estar en una postura de lo correcto, con filtro, con buenos modales. Esas instancias se dan para que uno se desate en las conversaciones, en las actitudes, como que igual eso es divertido. Y eso es igual es divertido y hacerlo con los amigos. “(C, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa).*

Dentro de la cultura de consumo punk/hardcore, el alcohol sirve para reforzar a la identidad de crítica y de transgresión con que se construye el movimiento punk. Corporalmente una traducción relevante de la desinhibición es el *mosh*, como práctica ritual en donde se libera energía a través del movimiento de los cuerpos que caminan en círculos, entrechocándose, corriendo, etc. En efecto, se da un proceso de desestructuración del principio de individuación que rige los cuerpos diariamente para sublimarlos en una práctica colectiva donde los cuerpos se ponen en movimiento, en una marea que choca con otra, se balancea, esquiva y acelera y a que a través de su encuentro refuerza lazos y crea afinidades móviles y contingentes con otros *punkis*. No obstante, la construcción de los territorios psicotrópicos se da en base a lógicas de género, en tanto la mayoría de los participantes en el *mosh* son hombres que siguen una dinámica de violencia legitimada, en la cual son frecuentes los puñetazos, patadas empujones en torno al círculo caótico en que se transforman los participantes. En ese contexto, se da una segregación de las mujeres vinculado a la noción de roles de género derivados del sistema binario de género femenino/masculino. Esto se traduce en que el alcohol y la potencia corporal y desinhibición social simbolizada en el *mosh* se construye en torno a una dinámica sutil en donde las mujeres ya sea por considerarse menos fuertes que los hombres o como mecanismo de protección se les excluyen del *mosh*.

En efecto, observamos la construcción de la masculinidad punk por basadas en el uso ritual y legítimo de la violencia, la fuerza y la transgresión como ejes claves de su constitución. Dentro de aquello, las jóvenes punk son excluidas de la dinámica masculinizada del *mosh* o en su defecto construyen un *mosh femenino* aparte del de los punk hombres. Sin embargo, esta narrativa masculinizada de los cuerpos dentro del punk



ha ido transformándose paulatinamente de la mano de las jóvenes punk que han cuestionado la construcción segregatoria y violenta de las tocatas y los *mosh*.

Con respecto a la cocaína, el efecto codificado es de *energización* no obstante el significado que entraña se condice más bien con la lógica de las culturas electrónica/house a partir de los cual el uso no es solo instrumental, sino que encarna una exploración subjetiva y también una intensificación de las experiencias de baile en tocatas o encuentros en espacios públicos. No obstante, y a pesar de que no hay una postura homogénea en el movimiento punk en torno a las drogas, muchas/os son críticos de esta práctica dado que la consideran parte de la cadena de explotación y dominación que presenta el sistema.

En definitiva, el significado que le asignan a las distintas culturas de consumo y grupos juveniles al consumo de alcohol y cocaína pueden sintetizarse en dos grandes líneas interpretativas: la primera y asociada a las culturas donde el baile y la música son elementos clave (electrónica/house, alternativa, asociadas a disothèque del circuito central o periférico de entretenimiento, punk/hardcore) construyen a estas sustancias como símbolos de energía en un contexto de corporalización de la transgresión, catarsis y dilapidación corporal. Dentro de aquellos grupos, la cocaína se usa como tecnología simbólica de prolongación de la experiencia de baile o también de manera instrumental para alargar el tiempo de resistencia corporal. En el caso de las culturas asociadas a estratos medios y grupos juveniles asociados a circuitos periféricos, el alcohol se vuelve símbolo de lubricación social y de apertura como mecanismos de inclusión social de otros/otras a través de la potenciación de dinámicas como el hueveo, las risas o la ironía. La cocaína en ese caso, opera en la lógica de contraposición al alcohol tal como en otras culturas de consumo para no morir. Se da por tanto una relación de contradicción entre el uso de ambas sustancias en una lógica de anulación de los efectos. Finalmente, el significado que posee el policonsumo de drogas en culturas de estratos bajos (*underground*, etc.) sigue la lógica de las culturas que frecuentan el circuito central de diversión juvenil, en donde el alcohol es lubricante social y la cocaína tecnología simbólica de restauración corporal para la continuidad de la experiencia del carrete y de transgresión. Por último, la cultura *punk/hardcore* si bien posee un significado compartido en torno a las sustancias, no obstante, posicionándose la borrachera como una práctica no siempre deseable y la coca como símbolo de energía. No obstante, es una de las culturas de consumo que posee un discurso global en torno al rol de las drogas en la sociedad más acabado.

## II. El Cuerpo Controlado/el Cuerpo Desbordado

Los distintos efectos corporales y significados que se desprenden de aquellas experiencias, nos permiten sostener el cuerpo joven femenino en ningún caso es neutral. Éste precisamente aparece como epítome del modelo corporal a seguir y modelo predilecto en que la modernidad ha introducido la preocupación por las formas, la salud y la belleza como preocupación que induce a forjar otra relación consigo mismo, en una fidelidad a una autoridad difusa pero eficaz en su operación (Le Breton, 2012).

A partir de aquel escenario, la trampa de la liberación de los cuerpos como relato ha tenido como una contracara oscura en la cual habitan todos los cuerpos que no cumplen -



ni cumplirán a través de las distintas tecnologías de producción y normalización corporal-ese canon. Por tanto, es una empresa que trabaja en torno a la gestión de sí mismo, como cuerpo individual, como cuerpo máquina que acompaña o en el mejor de los casos se torna un compañero de las experiencias vitales. Es en efecto a partir de aquel canon corporal que se entroniza y glorifica el cuerpo femenino y juvenil y los atributos asociados como valores cardinales de la modernidad y lugar donde el consumo de drogas se insertará como problema de Estado y como objeto de la biopolítica contemporánea. No obstante, esta biopolítica concentrará sus dispositivos de gobierno en la dimensión del consumo como esfera de gestión juvenil.

En el caso de las jóvenes, la gestión biopolítica se ha vuelto una pieza clave en su construcción primero como grupo social y segundo como objeto de control. En ese sentido, las distintas transformaciones jurídicas que identificaron a un nuevo grupo social más allá de los adultos y de los niños y los crecientes procesos de escolarización son efectos del ensamblaje de distintos dispositivos de saber/poder que producen a los jóvenes como colectivo en Occidente. Posteriormente y ya en particular en el caso de Chile, durante el siglo XX emerge esta categoría de la mano del círculo de artistas y artesanos. No obstante, no es hasta el proceso de la UP que las y los jóvenes son considerados agentes sociales de mano del creciente proceso de politización traducido en militancias y participación política partidista que la juventud es considerada por la sociedad. Posteriormente, es durante la dictadura y el período de la transición que se ha fortalecido la asociación entre la condición de pobreza y una disposición a la violencia. Es específicamente, entre los cuerpos jóvenes de los pobres se inscribe un imaginario vinculado a la delincuencia (Reguillo, 2002). Las jóvenes y los jóvenes son entendidos dentro de aquel imaginario como enemigo interno de la sociedad, en un proceso que de despliegue de múltiples dispositivos y mecanismos de control, vigilancia y exclusión que construyen a los jóvenes como figuras "peligrosas". Este imaginario vinculara el peligro a la juventud, primero en la figura del enemigo interno por su participación política en guerrillas y la resistencia y después de la mano del marketing como sujeto de consumo y la satanización de sus prácticas sexuales, sociales y simbólicas. Es precisamente a partir del robustecimiento de aquel imaginario que liga a las y los jóvenes al peligro en una lógica securitaria que los jóvenes pasaran a ser principal sujeto de los programas de drogas y de seguridad ciudadana como sujetos problemáticos y mal de la sociedad.

La biopolítica es, pues, un elemento de control y clasificación social que hoy se expresa de maneras diversas que van de la normalización mediante decretos uniformadores, hasta la "levedad" del mercado (Reguillo; 2002). La reconfiguración de las relaciones Estado, mercado y sociedad transformarán los espacios y prácticas sociales de las y los jóvenes, dejando espacio para el avance del mercado como principal vínculo social. Actualmente asistimos en lo que respecta al control de las jóvenes a través de que una biopolítica del consumo, entendida como la clasificación disciplinaria de los cuerpos juveniles a través del acceso y frecuentación de ciertos bienes materiales y simbólicos (Reguillo; 20002). Aquello aplicado a las prácticas de consumo y el código moral que hemos abordado en este proyecto, se observa en torno a las diferencias simbólicas que se establecen en torno a la calidad de las bebidas alcohólicas y que producen diferencias entre consumidoras. Así las jóvenes pertenecientes a estratos altos eligen mejores piscos, vinos, etc. mientras que las jóvenes de estratos medios y bajos optan por cervezas y vinos menos costosos lo que traslada una opción de consumo en una diferencia social en



tanto las mercancías consumidas actúan como marcas sociales que estructuran y clasifican a las jóvenes. La operación de estas tecnologías de segmentación y gestión poblacional operan como filtro a partir del cual las jóvenes de estratos bajos son producidas como agentes con mayor peligro y por tanto con mayor necesidad de ser objeto de programas de intervención social. Esto no considera, el significado que tienen el alcohol y la cocaína para estas culturas de consumo las cuales vinculan el consumo a experiencias de desborde normativo, transgresión ritualizada y conformación de comunidades emocionales que se ven ancladas a sistemáticos procesos de exclusión de los procesos de participación política y social. Tal como sostiene Foucault (1979) la sociedad incrementa los dispositivos de vigilancia sobre los jóvenes, sospechosos de darle forma a las "pluralidades confusas, huidizas"

En tal sentido, la construcción de territorios psicotrópicos diferenciales para las jóvenes y para los jóvenes responde a una segunda exclusión de las jóvenes en los espacios de transgresión, en tanto es el discurso masculino asociado al código hegemónico el que se apropia y monopoliza los espacios de diversión y ocio. En tal sentido, los espacios privados en la delimitación tradicional y binaria de género han sido los reductos para el despliegue de las transgresiones más importantes en el campo de las drogas. No obstante, es en relación al avance del movimiento feminista y de mujeres en asociación con las distintas transformaciones del sistema de género neoliberal y su narrativa moral que las jóvenes han logrado ocupar los espacios masculinizados e ir propiciando tensiones y lógicas de socialibilidad nuevas, con nuevos lenguajes en donde el cuerpo se torna central y en donde se (re)crean nuevos usos e interacciones entre las y los participantes de ese espacio. En ese sentido se han erigido como actores que han ido erosionando desde los intersticios las dimensiones masculinizadas, produciendo una reconfiguración de los atributos femeninos/masculinos.

Por tanto, la mediación que hace el discurso gubernamental y el rol del mercado en la gestión de las jóvenes no es total. Casos como la cultura punk/hardcore o ciertas resistencias de las culturas alternativas demuestran aquello.

La transgresión ritualizada que se hace en las cadenas de policonsumo durante los carretes se hallan en torno a una forma fronteriza entre el arte y la vida. Arte, en tanto en una pieza performática van erosionado los papeles de la cotidianeidad y los invierten por papeles a veces distintos, a veces parecidos pero que ponen en representación un juego, un vaivén que oscila en torno a la normatividad diurna y nocturna. El carrete propone otra forma de vivir el tiempo. Así también lo entiende Bajtin (1974) cuando plantea que las fiestas tienen siempre una relación profunda con el tiempo.

*"En la base de las fiestas hay siempre una concepción determinada y concreta del tiempo natural (cósmico), biológico e histórico. Además, las fiestas, en todas sus fases históricas, han estado ligadas a períodos de crisis, de trastorno, en la vida de la naturaleza, de la sociedad y del hombre. La muerte y la resurrección, las sucesiones y la renovación constituyeron siempre los aspectos esenciales de la fiesta." (pág. 10)*

Se da un movimiento de las normas, un despliegue acotado que diferencia de la fiesta oficial, en este caso la fiesta adulta, el carnaval entendida aquí como el carrete juvenil siguiendo a Bajtin (1974) es el triunfo de una especie de liberación transitoria, más allá de la órbita de la concepción dominante, la abolición provisional de las relaciones jerárquicas,



privilegios, reglas y tabúes en una cristalización siempre precaria, incompleta, fugaz e intensa en su finitud.

*“Durante el carnaval es la vida misma la que interpreta, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia.” (Bajtín; 1974: 8)*

Parte relevante de la codificación de los efectos tanto de la cocaína como del alcohol como juego es la dislocación del tiempo intersubjetivo del grupo juvenil. Así en el caso del uso de cocaína, el *tempo* corporal, es decir, aquella velocidad relativa en que se realizan las distintas prácticas del ritual de consumo y en que se habita el cuerpo se disloca, produciéndose una aceleración del tiempo social y el cuerpo social en su conjunto.

Ejemplo de ellos es que en muchos casos el carrete sobrepase la noche y dure hasta el amanecer o la mañana siguiente.

*“Y tomamos ron, y eso igual pasa con el jale que tomái' y no cachai' cuanto tomái'. Y al otro día cachai' cuanto tomái'. Y al otro día estuve mal de la guata.” (A, Psicóloga. 25 años. Santiago Centro).*

Precisamente esta dislocación del tiempo subjetivo permite a su vez la sucesión de carretes y la prolongación de la instancia festiva:

*“Yo fui con 5 lucas no ma. Y compramos caleta y ma' encima que después querían comprar más y ya no hayaban la hora que amaneciera pa seguir comprando. Y es como...ya ¿qué hora son? Las 5. -Putá a las 7 van a comprar.” (R, Estudiante Ingeniería en Química. La Reina).*

En el caso de las culturas de consumo que usan la cocaína como sustancia de aguante y prolongación festiva (grupos que carretean en casa, grupos alternativos, *underground*) existe un punto en que la cocaína como mercancía simbólica de amplificación subjetiva no logra el mismo efecto que antes, produciendo el cierre del contexto festivo a través del sueño o la *apagá de tele* o desvanecimiento.

*“Cuando en un momento la coca no te puede sostener y cais' curao'.” (R, Estudiante Ingeniería Química. 21 años, La Reina)*

A partir de aquella dislocación del tiempo social a partir del consumo de sustancias, las dinámicas de sociabilidad juvenil marcadas por la vinculación y desvinculación social y simbólica a partir de relaciones de amistad, amor y/ antagonismo también se transforman. Dado lo anterior, el *tempo* corporal que vive la *joven jalá y borracha* se da en lógicas diferenciales entre grupos exclusivamente de mujeres y grupos mixtos.

El baile como actividad es un elemento central del consumo femenino de drogas. Tal como lo señala Matus (2002) una significación recurrente en las mujeres es la de vivir la fiesta y el baile como un espacio individual de catarsis, como un lugar donde se consume una gran cantidad de energía. Se ve en el baile una forma de descargar en forma expresiva y en un espacio no cotidiano, una acumulación de energía de la que el orden racional-productivo no da cuenta. En ese sentido, son las mujeres las que más bailan, las que bailan ya sea en la disco o en el living de un *carrete* en casa. Es precisamente ahí donde la cocaína opera simbólicamente y en donde radica su significado como mercancía



simbólica de potenciación corporal a través de la cual las jóvenes se liberan de la rutina cotidiana del trabajo y del estudio en un proceso de apropiación del espacio. Así se inaugura un territorio en movimiento, un territorio ampliado de los roles impuestos por la norma social.

Podemos observar a través de la experiencia etnográfica, que el consumo de alcohol bajo el modelo de *binge drinking* encarna una noción de ascensión de consumo y en el cual se dan significados diferenciados para cada cultura de consumo. En el caso del alcohol, las distintas etapas sucesivas que se dan durante el proceso de policonsumo (prenderse, expansión social, desinhibición y cierre) entrañan una tensión de las consumidoras en torno a su corporalidad y que posee distintas imágenes sociales en torno a aquel fenómeno.

Según lo que entiende Ghiardo (2003) aparecen tres imágenes.

*“Por un lado, el efecto significa una fuga, Por otro lado, el uso de drogas tiene un sentido límbico que permite estar y al mismo tiempo no estar en el mundo, o estar de otra forma: «se anda como en el aire». En este registro, el efecto se traduce en una experiencia que toca lo trascendente, significa un pasaje por los rincones de la mente y despierta capacidades ocultas del pensamiento que traen otro aprendizaje: «te hace pensar y te cambia la visión del mundo». Por último, el efecto también significa una desinhibición de la psiquis, una liberación del ello que crea estados de excitación y jolgorio que le dan al uso de drogas un sentido festivo: «te hace reír de todo y lo pasas bien” (p. 6)*

Pero todas son sensaciones físicas y mentales que se traducen en alteridad, en estar en otro estado o percibir de otra forma. Es la satisfacción que entregan las drogas que dice Weinstein, la posibilidad humana de intervenir la realidad cambiando los estados psíquicos como forma de superar la incompletitud que rodea la existencia (Weinstein 1997 en Ghiardo, 2003).

En el caso de las culturas de consumo el significado de la transgresión está vinculado a la acción simbólica como lugar de enunciación de las jóvenes en una narrativa que se articula no desde un discurso verbalizado, sino de una narrativa corporal. El alcohol como desinhibición se traduce en movimiento, en bailes en una pista de baile improvisada, en el uso extensivo del cuerpo como soporte de un plus experiencia, que desborda el cuerpo sacralizado del código hegemónico y que se instala en un tiempo alterno en donde es posible ensayar una experiencia distinta. El cumpleaños como situación festiva se torna práctica de dilapidación corporal. *De reventarse* en culturas de consumo punk/hardcore, *underground* o de estratos bajos:

*“Es como ya, un cumpleaños. Mira te traje un regalo, así como...la guinda de la torta. Como te traje esto pa' que carretis', te hagai mierda te sigai' haciendo mierda (sic). Como que el cumpleaños tiene que estar vivo hasta al final. Como que se da eso también, una situación especial. Pero también tuve otras juntas con otros amigos.” (R, 27 años. Actriz/Profesora. Ñuñoa)*

El cuerpo para estos grupos es considerado parte de la dilapidación festiva tanto como el gasto extracotidiano de dinero. En ese sentido, el cuerpo pasa a convertirse en territorio de transgresión del límite mismo.



En consecuencia, el juego se torna una estrategia social juvenil. Y el juego femenino como un juego vedado, al cual hay que ir probando y traspasando el umbral constantemente. Si *tomar* ya es una transgresión, *jalar* se vuelve una transgresión mayor, un quiebre de la ley que no solo impugna la narrativa normalizadora y disciplinaria, sino que también abre una dimensión creativa, nueva, en ciertos contextos autónoma y contrahegemónica, que abre agujeros en el tiempo y espacio de la dominación. Aplicando una símil con la metáfora bajtiana, el carrete como transgresión ritual, como carnaval laico acotado y construido en los intersticios del tiempo de la rutina es la vida juvenil como ejercicio prefigurativo, como distopía de vuelo raso que se circunscribe a una experiencia proteica, siempre mutable, en renovación y sucesión, que no termina de cristalizar, siempre inconclusa, que deviene y se torna efímera pero intensa. Es en cierta medida, la parodia de la rutina que intenta ser su espejismo plagado de inversiones de valores, transgresiones pero que en realidad funciona en línea de continuidad. Pero precisamente aquello provoca la asunción del movimiento y de la intensificación de la vida con la siguiente propuesta de una forma de ver el mundo en donde la experiencia de consumo se transforma en una fisura, en una nueva forma de gestión de la vida, de su misma vida como sujeto.

Esta construcción en movimiento, se torna incómoda para la gestión de los cuerpos, para la creación diferencial de los distintos espacios del poder. Es el rompimiento de los tabiques que separan las distintas identidades y que se ven desnaturalizados en sus mecanismos de producción. Pero un juego que posee trucos para reglamentar de nuevo a las jóvenes, no ya a través de la práctica sino de los discursos que traducen dicha práctica. El valor de la belleza y la maternidad como imperativos, el incentivo de la culpa como tecnología securitaria, que busca el castigo de sí misma, la autoflagelación y la automoralización actúan en ese plano.

No obstante, la culpa no siempre se logra articular logrando las jóvenes elaborar formas especiales del lenguaje y la puesta en escena de un acercamiento entre ellas y con otros jóvenes, en una táctica que pone en paréntesis toda distancia entre los individuos en comunicación, liberados de las normas cotidianas de conducta.

No obstante, la utopía que se da en el carrete es siempre paradójica: es la prefiguración de una transgresión intraducible, de una fuga que no termina de nunca ser exitosa pero que en ese ensayo logra nuevas formas, pero fuertemente mediado por las representaciones que el mercado deposita en la juventud como grupo social. Una transgresión ritualizada que no es un carnaval, porque no intercambia papeles. No ignora quienes y qué cuerpos están en juego. Sobre todo, en el juego heterosexual y en culturas de consumo machistas, las jóvenes como objeto de placer y deseo masculino. Un carnaval que enfrenta las narrativas normalizadoras con tácticas de desborde pero que se restituye y reterritorializa a través de estrategias y dispositivos gubernamentales que actúan en su seno.

### III. Territorios Culturales y Juventudes

Retomando las premisas teórico-conceptuales en torno a las culturas de consumo y las juventudes, podemos esbozar nuevas pistas de lectura del fenómeno del consumo de drogas recreativo.



Más arriba apuntábamos a que las transformaciones sociales y tecnológicas habían reconfigurado la noción de cultura y la clásica metáfora insular. En ese sentido, el territorio había quedado como una dimensión en movimiento, esquiva a la aprehensión, siempre contingente. En ese sentido cabe retomar ese punto desde una perspectiva de género interseccional.

El uso y construcción de territorios psicotrópicos que hacen las jóvenes a través del baile, *el hueveo*, etc. de los espacios públicos como calles, parques, circuitos de bares/pub/discotheque tanto en la zona más visible como en las zonas periféricas de la Región Metropolitana reintroducen la dimensión territorial como esfera central de las tácticas juveniles. En ese sentido, la territorialidad juvenil implica nuevos matices para conceptualizar una geografía de género a partir de lo cual deben considerarse los principios de movilidad, contingencia, portabilidad como atributos de un espacio en conflicto, como reseña de una tensión no solo en torno a relaciones de dominación y desigualdad con sus propios amigos o integrantes del grupo juvenil si no también con una matriz de desigualdad basada en la subalternización de su experiencia basada en las relaciones intergeneracionales y que tienen como principales actores a los adultos hombres y otras mujeres adultas.

Los territorios diferenciales anclados a moralidades de género con dinámicas diferenciadas para cada sexo se enmarcan dentro de una forma cultural como tramas de sentido que restituyen el vínculo entre culturas y territorio, pero signada por una lógica de funcionamiento doble, centrífuga como táctica de ocupación de un espacio (que puede ser en lógica de resistencia, reproducción y/o negociación) y centrípeta como mecanismos de inclusión de sus pares.

En definitiva y tal como señalan Mendez Diz et al (2010) las prácticas de policonsumo en diversos lugares y momentos acordados con los pares, puede leerse, simultáneamente en cuatro claves, como tácticas económicas –en la disminución de los costos monetarios del ocio nocturno–, territoriales –en la apropiación de espacios urbanos públicos y/o privados–, simbólicas –en la autoafirmación de identidades individuales, grupales y/o generacionales–, y sociopolíticas –en la construcción de un mundo nocturno contrapuesto a los rituales, normatividades e instituciones de la vida diurna, hegemonizada por las racionalidades y normas de los adultos.

## CONCLUSIONES

Las culturas de consumo de la Región Metropolitana tal como lo hemos señalado son una serie de prácticas o *modos de hacer* en torno al consumo de sustancias psicotrópicas. Estas tal como lo sostenemos en torno al proyecto es posible entenderlas como *tácticas* de existencia que se basan en la gestión y alteración de la *temporalidad* y la *corporalidad* como fundamentos de su accionar. En ese sentido, las distintas culturas de consumo operan en un contexto en el cual los espacios de la metrópoli están diseñados de antemano por lo que han desarrollado principios que propician una apropiación de esos





espacios de poder para darle nuevos usos o solo para ocuparlos como práctica social de visibilización. Entre ellos encontramos los principios de portabilidad, movilidad y contingencia como premisas básicas del consumo juveniles y de las instancias festivas.

Sumado a lo anterior, también pudimos identificar la existencia de dos circuitos de circulación mercantil que operan en las culturas de consumo y que están estructuradas en torno al estatus legal de las sustancias a consumir. El primer circuito reconocido como oficial, es el comercio lícito el cual comprende la venta de las sustancias legalizadas como alcohol o tabaco y que comprende puntos multicéntricos de adquisición y consumo. Este circuito sustenta su amplitud en el estatuto legal de las sustancias que hace circular y por tanto su naturaleza es siempre visible, pública, legítima y también naturalizada donde opera una lógica de elección racional. Por otra parte, tenemos el subcircuito ilícito que también forma parte del circuito comercial lícito pero de manera oculta como forma de evadir la sanción social y legal que acarrea cualquier transacción con sustancias ilícitas como la cocaína, marihuana, etc, Este último circuito como vemos, se basa en redes de confianza y resguardo que permita desactivar los procesos de estigmatización y que opera en torno a una lógica desregulada y en donde las barreras de acceso son más potentes, de modo que el uso del capital social como forma de ampliar la elección de consumo pasa a ser un factor relevante. No obstante, ambos circuitos se basan y amplifican en dinámicas de configuración de estatus *intragrupales* y delimitaciones fronterizas *intergrupales* a partir del consumo.

En lo que respecta a las prácticas de consumo mismo podemos afirmar que estas se estructuran en torno a cadenas rituales de consumo que articulan una experiencia y energía común a partir de la cual se da la apropiación de espacios urbanos públicos, de transición y/o privados y la tensión de los códigos hegemónicos de uso de aquellos espacios. En términos simbólicos, es posible leer los rituales de consumo como procesos dialécticos en que se da una dinámica centrípeta de autoafirmación de identidades individuales, grupales y/o generacionales ancladas en la comensalidad como fundamento simbólico para la construcción de comunidades emocionales a su vez que se da una dinámica centrífuga de exclusión y diferenciación simbólica en base a distinciones sociales. Precisamente en este punto, es posible visibilizar la acción del mercado como uno de los agentes contemporáneos más potentes en la constitución de las identidades juveniles y en la gestión de la población juvenil. Ejemplo de ello, son los sutiles procesos biopolíticos de organización, clasificación y jerarquización en torno al consumo de drogas que producen y marcan a los cuerpos y sujetos, segregándolos en torno a distinciones simbólicas asociadas al estilo del grupo juvenil y a marcas sociales como el *gusto social* y que finalmente permiten la gestión de la población juvenil y sus modos de vida a través de la publicidad y las distintas representaciones e imaginarios sociales que produce esta y que construyen la imagen de jóvenes como agentes peligrosos, drogadictos y en consecuencia objetos de control gubernamental. Ejemplo concreto de aquello, son las propias diferencias de estatus sociales que detentan las consumidoras de estratos bajos al consumir bebidas alcohólicas o cocaína de menor calidad. Esto precisamente actúa como huellas simbólicas de precarización psicotrópica, en donde ciertas consumidoras son etiquetadas como desviadas y por tanto objeto de intervención por la calidad de la sustancia que consumen.



Sumado a lo anterior, la dimensión moral del consumo nos da pistas de otros dispositivos de control que operan simultáneamente a los biopolíticos en torno al consumo. Como revisamos, es posible sostener la existencia de un código moral hegemónico que se basa en un guión social de género que establece valores guías en las distintas culturas de consumo. Así vemos que este código hegemónico produce y promueve a través de distintas técnicas de normalización y disciplina un modelo de mujer en el campo de las drogas afín a los requerimientos del régimen neoliberal y que se traduce en el estereotipo de la *señorita* como canon moral de los procesos de subjetivación femenina y en donde los mandatos de la maternidad, belleza, suavidad, recato y heterosexualidad son elementos centrales para su constitución. En ese sentido, podemos afirmar que existe un entronque en los dispositivos de poder securitarios y disciplinarios, dentro del cual la primera gama de dispositivos opera clasificando y jerarquizando a los cuerpos y sujetos con el fin de integrarlos a la sociedad por vía del deseo y del consumo mientras que la segunda gama de dispositivos apunta a la normalización de las jóvenes a partir de distintos discursos basados en el binarismo de género, hecho que termina por delinear un escenario en que las jóvenes se integran a la sociedad como consumidoras disciplinadas, subjetivadas en los mandatos

No obstante y frente al despliegue de aquel código moral hegemónico, encontramos prácticas y tácticas de inversión, negociación, resistencia o rechazo a la normalización y a los dispositivos biopolíticos en curso. En este punto y como parte de una multiplicidad de prácticas encontramos la revitalización del cuerpo como soporte simbólico que impugna en un doble movimiento la matriz adultocéntrica de los distintos dispositivos de control y vigilancia, y a su vez la matriz patriarcal que existe al interior de sus grupos. El baile, los movimientos, las coreografías, etc. funcionan como forma de suspender la ley diurna.

Sin embargo, cabe destacar también que ciertas culturas de consumo asociadas al baile (electrónica/house, alternativa, de discoteque) basan su impugnación a los distintos dispositivos de control y normalización en valores que aparecen paradójicos en su uso y en ciertos casos casi trampas del régimen neoliberal. Casos como el discurso del placer por ejemplo estructuran sus premisas bases en torno a una noción individual y gubernamental de la experiencia festiva en la que la *liberación del cuerpo*, la búsqueda del goce, el hedonismo son piezas fabricadas por el mercado para producir cierta representación e imaginario social de la juventud. Sin embargo, es claro que asistimos a un escenario paradójico de reconfiguración de los códigos hegemónicos y valores que estructuran las culturas de consumo. En tal sentido, los mandatos de maternidad, belleza, recato u heteronormatividad son impugnados de manera parcial o total dependiendo de las culturas de consumo en específico no obstante existe una postura y práctica común entre las jóvenes en no ceñirse a la identidad femenina que les han legado e impuesto instituciones como la familia en un ejercicio a partir de lo cual intentan explorar otras formas de construir su *self* desde otro lugar y en donde también es posible rastrear nociones y discursos desde las jóvenes que esbozan una corporalidad en resistencia, que entre los intersticios logra a crear un nuevo lenguaje con nuevos referentes y que permite visualizar procesos de malestar no cooptado que se transforman en formas de transgresión amplias.

Y aquí nace la reflexión central del texto ¿la fiesta y los encuentros juveniles constituye una transgresión permanente o es como apunta Bataille (2009) es solo una forma



ritualizada y controlada de liberar la violencia de la sociedad? A partir de lo investigado, podría decirse que aquella tesis todavía es correcta sin embargo cabe matizar en algunos puntos poniendo en tensión la polaridad de aquella afirmación.

Si bien es verdad que muchas de las transgresiones del carrete y los encuentros metropolitano pueden leerse como espacios de transgresión ritualizada y acotada a ciertos límites espacios-temporales específicos y por tanto sin posibilidad de transformación real de las estructuras de poder que norman y subjetivizan la forma de ser mujer joven en la Región Metropolitana, también debemos enfocarnos en ver los procesos de creación, resistencia y fuga que se anudan en ese mismo proceso de quiebres y experimentaciones subjetivas. Y es importante destacar el uso y significado que tienen las sustancias en las culturas de consumo como agentes que intensifican una experiencia emocional casi inexistente en la rutina diaria además de vincular afectiva y socialmente a actores dentro de un marco general de atomización social postdictatorial.

Con respecto a la transgresión y su estatuto dentro de las culturas de consumo metropolitanas, además es necesario resituar estos quiebres en los procesos de (des)masculinización de ciertos espacios y cómo la integración de mujeres u otros sujetos marginados despliega procesos de conflictividad simbólica y social. En esa dirección, es posible afirmar que las prácticas de consumo de las jóvenes operan como una transgresión dentro de la misma transgresión que representan los espacios festivos como espacios de creación y exploración de narrativas desviadas del código hegemónico. No obstante, la transgresión del campo de las drogas como territorio masculinizado gatilla también resistencias de parte de los hombres y que se traducen en episodios de múltiples violencias que tienden a reasegurar las relaciones de poder en torno a las culturas de consumo mixtas o con otros jóvenes, en un hecho que visibiliza el *carrete* como un *locus* clave de la construcción de la masculinidad en la Región Metropolitana. Casos tan disimiles como la *caña moral* o el acoso dentro de un carrete por parte otros jóvenes, corresponden a la visibilización social de los procesos de subjetivación hegemónica femenina y los mecanismos sociales de castigo y disciplinamiento que operan entre los mismos jóvenes. En ese sentido, cabe continuar desnaturalizando los espacios de ocio y diversión como espacios exentos de violencia y rebosantes de libertad, y en donde se (re)producen relaciones de poder, jerarquías ancladas a desigualdades y diferencias notorias en torno a los sexos, los posicionamientos socioeconómicos, generacionales y territoriales.

Por otro lado, y en lo que respecta a los significados podemos afirmar que el alcohol y la cocaína poseen un significado diferencial pero complementario asociado a los efectos corporales y simbólicos que detentan en las distintas culturas de consumo. Así, podemos observar que el alcohol opera en casi todos los grupos como un lubricante social que posibilita la apertura de dinámicas sociales más abiertas y que involucra en casos como la cultura alternativa mayor disposición a la integración del Otro al grupo juvenil. En ese sentido también aparece como una tecnología simbólica que desencadena deshinción social y sexual en culturas de estratos medios y bajos, lo que transforma al alcohol en una tecnología de potenciación. Otro significado relevante, es el alcohol como tecnología de fuga subjetiva, que sitúa su sentido en *pasar el tiempo*.



Con respecto a los significados de la cocaína, encontramos que se dan tres significados. El primero y común a todos los grupos es el de energización asociado a la experiencia del baile y que opera en complemento con el momento cenit del alcohol. A su vez encontramos casi de manera transversal la cocaína como tecnología de restitución, que permite volver a un estado de sobriedad y que opera en contraposición a los efectos del alcohol. Y encontramos sobretodo asociado a culturas underground y de grupos periféricos, el significado de la cocaína como tecnología simbólica de autocuidado ante posibles episodios de violencia en contextos festivos.

Finalmente, quedan algunas pistas de hacia a dónde avanzar. En primer lugar, se hace necesario seguir indagando en un abordaje del consumo de drogas por fuera de la hegemonía del discurso médico-jurídico y que por tanto logre distanciarse de la reproducción de discursos estigmatizatorios y alejados de la voz de las y los propios actores. Es urgente relevar la posición subalterna que detentan las mujeres jóvenes en nuestra sociedad. Tal como interpela G. Spivak ¿puede hablar el/la subalterno/a? Y posiblemente todo apunta a que no. En el campo de las drogas sobre todo opera la violencia epistémica de manera muy marcada desde las instituciones gubernamentales y desde la academia, en una intersección que solo ha derivado en procesos de reforzamiento de la estigmatización del consumo femenino y la imposibilidad de escuchar a las jóvenes como actores relevantes de su propia práctica. En tal sentido, la tarea debe apuntar epistémica y metodológicamente a hacer emerger esa voz como parte central de una agencia y agenda juvenil.

En relación a aquello, además se hace de suma urgencia indagar en el consumo femenino y juvenil por fuera de la potente densidad que posee el pensamiento androcéntrico y adultocéntrico en las sociedades latinoamericanas y en las comunidades científicas. Simultáneamente, es de suma importancia ir articulando nuevas perspectivas de investigación que integren la matriz colonial/racista, las diferencias de consumo en torno a las distintas sexualidades o integrando a otros actores como una de las desafíos analíticos centrales del abordaje del problema gubernamental de las drogas. En conjunto con aquello, es necesario seguir indagando en las experiencias femeninas, fortaleciendo un corpus etnográfico no solo descriptivo, sino que también como parte de un corpus analítico que permita ir conceptualizando y sintetizando los hallazgos en el campo de las drogas y las juventudes.

Por último y en una dimensión ético-política, es necesario seguir abriendo el debate en torno a la eficiencia del paradigma punitivo contra las drogas y a la perspectiva moral que promueve. En tal sentido este trabajo se inscribe como insumo y apoyo a la instalación de un paradigma de control de daños en Chile, que situé el consumo problemático de drogas desde una perspectiva social y no desde una perspectiva netamente jurídica que permita eliminar los episodios de violencia epistémica y simbólica presentes en las políticas públicas en el campo de las drogas y el trabajo con jóvenes. En tal sentido, es necesario el debate público en torno a la gestión de las drogas lícitas y la industria legal del alcohol y el tabaco como principales agentes negativos para las personas desde la perspectiva de la salud pública. A su vez es preciso, además debatir sobre el creciente uso y significado que poseen los psicofármacos y en consecuencias los crecientes procesos de medicalización de la experiencia femenina como formas de control social.



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología



En definitiva, cabe seguir explorando los procesos, formas y grupos en que las mujeres, las jóvenes y los sujetos marginados van erosionando un orden que las marginaliza, violenta y controla y cómo a partir de aquello ellas mismas van estructurando nuevas *formas de vivir*.

## BIBLIOGRAFÍA

- American Psychiatric Association, APA (2002). *DSM-IV-TR. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*. Texto revisado. Barcelona: Masson.
- Alpízar, L., & Bernal, M. (2003). La construcción social de las juventudes. *Última década*, 11(19), 105-123.



- Aguilera, Ó. (2014). La idea de juventud en Chile en el siglo XX Aproximación genealógica al discurso de las revistas de juventud. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 12(24), 141-159.
- Appadurai, A. (ed.) (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo/Conaculta.
- Arnaiz, M. (2001) *Somos lo que comemos. Estudio de la alimentación y cultura en España*. Barcelona: Ariel.
- Babcock, M.(1996). Does feminism drive women to drink? Conflicting themes. *International Journal on Drug Policy*, 7, 158-165.
- Bajtín, Mijaíl, (2003) [1987] *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bataille, Georges, (2009) [1933] "La noción de gasto" en *La parte maldita*. Buenos Aires, Las Cuarenta.
- Beauchamp, T ; Childress, J. (1999). Principios de ética biomédica. Versión en español de 4ª ed. Inglesa. Barcelona: Masson.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Bernasconi, O. (2015). Introduciendo la moral en los estudios sociales del self: Narrativas biográficas como trabajo moral del yo. *Polis (Santiago)*, 14(41), 305-326.
- Biernacki, P., & Waldorf, D.(1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological methods & research*, 10(2), 141-163.
- Bilbao, A. (2003). Sujeto, drogas y sociedad. *Psicoperspectivas*, 2, 35-52.
- Bourdieu, P. (2016). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad* (Vol. 168). Ediciones Paidós Ibérica.
- Burin, M., (s.f.) Género femenino y consumo abusivo de psicofármacos. Recuperado en <http://www.psicomundo.com/foros/genero/farmacos.htm>
- Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica en *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95.



- Chihu Amparán, A., & López Gallegos, A. (2007). La construcción de la identidad colectiva en Alberto Melucci. *Polis*, 3(1), 125-159.
- Collins, R., & Iranzo, J. M. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL](2000). *Producción, Tráfico y Consumo de Drogas en América Latina*. Santiago.
- Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas (CICAD) (2015). Hemispheric Report. Evaluation Report on Drug Control. Washington DC: Organization of American States
- Copa Uyuni, J. (2010) Aproximaciones Teóricas sobre el Consumo de Drogas en Bolivia. *Temas Sociales* [online], (30), 210-229. Recuperado en: [http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1234-43212010000100010&lng=es&nrm=iso](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1234-43212010000100010&lng=es&nrm=iso). ISSN 1234-4321
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *U. Chi. Legal F.*, 139.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana.
- Delgado, Y. (2008). El sujeto: Los espacios públicos y privados desde el género. *Revista Estudios Culturales*, (2), 113-126.
- De Rementería, I. (2014). La función de utilidad del uso de las drogas y las culturas de su consumo. *Cuadernos médico sociales*, (54), 35-41.
- Derrida, J. (1994). "Retóricas de la droga". *Revista Colombiana de Psicología*. (4), 33-44.
- Del Olmo, R., (1989), *Los Discursos Sobre la Droga*. La Paz, Bolivia: Breve Biblioteca de Bolsillo, HISBOL.
- Del Zotto, P., Cortés, M.T., Gómez, R. & Luque, L. (2010). *La realidad intercultural del consumo intensivo de alcohol en jóvenes españoles y argentinos*. VI Congreso Iberoamericano de Psicología. Oviedo (España).
- Diez, X. P. (2008). Modelos interpretativos del consumo de drogas. *Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 4(2), 157-186.
- Douglas, M; Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo-CNCA.



- Duarte, K. (2000). ¿Juventud o juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente. *Última década*, (13), 3.
- Duby, G., & Perrot, M. (1991). *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid: Taurus Ediciones.
- Escohotado, A. (2000) *Historia Elemental de las Drogas*. Barcelona: Anagrama.
- Eriksen, S. (1991). Alcohol as a gender symbol. *Scandinavian Journal of History*, (24), 46–73
- Ettore, E. (2004): Revisioning Women and Drug Use: Gender Sensitivity, Embodiment and Reducing Harm. *International Journal of Drug Policy*, (15) 327-335.
- Ettore, E. (1992): *Women and Substance Use*. Houndsmill: Macmillan.
- Feixa, C. (1996). Antropología de las edades. *Ensayos de Antropología Cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat*. J. Prat & A, Martínez (Eds). Editorial Ariel, SA Barcelona.
- Feixa, C. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4(2), 21-45.
- Fernández Labbé, M. (2011) *Drogas en Chile. 1900-1970: Mercado, consumo y representación*. Santiago de Chile: Universidad Alberto Hurtado.
- Fernandes, L., & Pinto, M. (2004). El espacio urbano como dispositivo de control social: territorios psicotrópicos y políticas de la ciudad. *Monografías humanitas*, 5, 147-162.
- Folgar, L. (2000). “Uso de Drogas y Construcción de Identidades”. En *Actas del Encuentro con la Antropología Social y Cultural en el Uruguay*, Museo Nacional de Antropología. Montevideo, Noviembre de 2000.
- Foucault, M. (1990). *Las tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el College de France: 1978-1979*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fuller, N. (1996). *En torno a la polaridad machismo-marianismo*. Barcelona: Universitat de Barcelona.





- Funes, J., & Romani, O. (1985). *Dejar la heroína. Vivencias, contenidos y circunstancias de los procesos de recuperación*. Madrid: Cruz Roja Española.
- Galeas, M. S. (2010). Gubernamentalidad y Riesgo en el Campo de las Drogas: Cuando la Chance Deviene Presagio. *El Cotidiano*, 25(163), 55-65.
- García Mina, A; Carrasco, J. (2007). *Diferencias de Género en el Consumo de Drogas*. Madrid: Editorial Universidad Pontificia Comillas.
- Grimson, Alejandro (2011) *Los límites de la cultura*. Crítica de las teorías de la identidad. Bs. As.: Siglo XXI
- Goffman, E. (1963). *Estigma. La identidad deteriorada*. Madrid: Amorrortu.
- Goffman, (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goodenough, W. H. (1975) [1971]. "Cultura, lenguaje y sociedad" en Kahn, J.S. ed. *El concepto de cultura: Textos fundamentales*. Barcelona: Anagrama.
- Gómez, R. (2012) Drogas y drogodependencias, elementos para una perspectiva histórica compleja en *Introducción al Campo de las Drogodependencias*. Córdoba: Editorial Brujas.
- González Vázquez, A. (2013). Los conceptos de patriarcado y androcentrismo en el estudio sociológico y antropológico de las sociedades de mayoría musulmana. *Papers: revista de sociología*, 98(3), 0489-504.
- Guzmán Ordaz, R., & Jiménez Rodrigo, M. L. (2012). Género y usos de drogas: dimensiones de análisis e intersección con otros ejes de desigualdad. *Oñati Socio-Legal Series*, 2 (6), 77-96.
- Harding, S. (1995) [1986]. *Ciencia y feminismo*. Barcelona: Ediciones Morata.
- Hidalgo, R. (5 de marzo de 2016). Botillerías en Chile: ¿un sistema de control social? Infogate. Recuperado de <http://www.infogate.cl/2016/03/05/botillerias-en-chile-un-sistema-de-control-social/>
- Hopenhayn, M. (2002). Droga y violencia: fantasmas de la nueva metrópoli latinoamericana. *Polis. Revista Latinoamericana*, (3).
- Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) (2012). *Séptima Encuesta Nacional de Juventud*. Santiago, Chile.
- Jayne, M., Valentine, G., & Holloway, S. L. (2016). Geographical perspectives on drug and alcohol studies. *The SAGE Handbook of Drug & Alcohol Studies: Social Science Approaches*.



- Keesing, R. (1993) "Teorías de la cultura", a H. M. Velasco (Comp.): Lecturas de Antropología Social y Cultural. Madrid, UNED, pp. 51-82.
- Koselleck, R. (1993). Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos. Barcelona: Paidós.
- Lamas, M. (2003). "La Antropología Feminista y la Categoría de 'Género'". En Lamas, M. (ed.), *El Género. La Construcción Cultural de la Diferencia Sexual* (pp. 97-125). México D. F: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Landry, R. (1998) L'analyse de contenu. En Gauthier B. (Ed.) *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (pp.329-356). Sillery: Presses de l'Université du Québec.
- Le Breton, D. (1990) *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Mauss, M. (2009). Ensayo sobre el don. *Formas y función de intercambio en las sociedades arcaicas*. Argentina: Kats Editores.
- Matus Madrid, C. (2005). El carrete como escenario: una aproximación etnográfica a los códigos de la sexualidad ocasional en jóvenes urbanos. *Ultima década*, 13(22), 09-37.
- Marcus, G. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127.
- Margulis, M., & Urresti, M. (1998). La construcción social de la condición de juventud. *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, 3-21.
- Markez, I; Poó, M; Romo, N; Meneses, C; Gil, E; Vega, A. (2004). Mujeres y Psicofármacos: La Investigación en Atención Primaria. *Revista Asociación Española de Neuropsiquiatría*, (91), 37-61.
- Markez, I., & Silvosa Rodríguez, G. (2011). Drogas y género en el ámbito penitenciario. *Oñati Socio-Legal Series*, 2(6), 146-160.
- McDonald, M. (1994). "Introduction. A Social-Anthropological View of Gender, Culture and Drugs", en McDonald, M. (ed.). *Gender, Drink and Drugs. Cross Cultural Perspectives on Women*. Oxford: Berg Publishers.
- Ministerio de Salud de la República de Chile [MINSAL] (2009-2010). *Encuesta Nacional de Salud en Población General*.



- Muñiz, E. (2014). Pensar el Cuerpo de las Mujeres: Cuerpo, Belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Sociedade e Estado*, 29(2), 415-432.
- Ralet, O., & Grup Igia. (2000). Condicionantes políticos y económicos: Análisis de la influencia de estos factores en la construcción social del problema de la droga. *Contextos, Sujetos y Drogas. Un manual sobre Drogodependencias*, 43-51.
- Rekalde, A., & Vilches, C. (2003). *Drogas de ocio y diversión y perspectiva de género en la CAV. Donostia: España*.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto*. México: Editorial Norma.
- Rizo García, M. (2015). Interacción y emociones: La microsociología de Randall Collins y la dimensión emocional de la interacción social. *Psicoperspectivas*, 14(2), 51-61.
- Robles, M. M. (2012). *Contra el determinismo farmacológico: sociología de las drogas y reflexividad*. Universidad de Concepción, Chile.
- Romani, O., & Sepúlveda, M. (2005). Estilos juveniles, contracultura y política. *Polis. Revista Latinoamericana*, (11).
- Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) (2015). *Décimo Estudio Nacional de Drogas en Población General de Chile*.
- Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) (2011). *Noveno Estudio Nacional de Drogas en Población General de Chile*. Santiago, Chile.
- Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) (2009). *Octavo Estudio Nacional de Drogas en Población General de Chile*.
- Narotzky, S. (2007). El lado oscuro del consumo. *Cuadernos de Antropología Social*, (26), 21–39. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Organización de Estados Americanos (OEA) (2014) *Estrategia antidrogas en el hemisferio*. Washington (US): Organización de Estados Americanos.
- Organización de Naciones Unidas [ONU] (2014) *Informe Mundial sobre Drogas*.
- Organización Mundial de la Salud [OMS] (2012). *Resumen Ejecutivo. Informe sobre la Salud en el Mundo*.



- Pateman, C., & Romero, M. X. A. (1995). *El contrato sexual* (Vol. 87). Anthropos Editorial.
- Rich, A. C. (1996). *Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana, 1980*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Centre d'Investigai Histrica de la Dona.
- Pérez, A. y Correa, M. (2011). Identidad femenina y consumo de drogas: un estudio cualitativo en *Liberabit*, (17) 2, 211-222.
- Peruga, A.; Rincón, A.; Selin, H.(2002). El Consumo de Sustancias Adictivas en las Américas en Adicciones. 14 (2), 227-38.
- Rebolledo N., Costa M. (2005). Significados y contradicciones del fenómeno de las drogas: drogas lícitas e ilícitas en Chile. *Revista Latinoam Enfermagem*, 13, 903-11.
- Romaní, O. (1997). Etnografía y drogas: discursos y práctica. *Nueva Antropología. Revista de Ciencias Sociales*, (52), 39-66.
- Romaní, O. (1999) Las drogas, sueños y razones. Barcelona: Ariel.
- Romo, N. (2013). Género y Uso de Drogas: La Invisibilidad de las Mujeres. Paidós: Buenos Aires.
- Rosenbaum, M. y Murphy, S. (1990). Women and addiction: process, treatment and outcome. En Lambert EY (ed). *The collection and interpretation of data from hidden populations*. Rockville: US Department of Health and Human Services.
- Rubin, G. (1986) El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo. *Nueva Antropología*, 8 (30), 95-145.
- Salerno, D., & Silba, M. L. (2006). Juventud, identidad y experiencia: las construcciones identitarias populares urbanas. *Question*, 1.
- Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol [SENDA] (2015). *Décimo Estudio Nacional de Drogas en Población General de Chile*. Santiago, Chile.
- Scott, J. (2003). "El género: una categoría útil para el análisis histórico". En Lamas, M. (Ed.), *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*(pp.265- 302). México D.F: Universidad Autónoma de México.
- Rebolledo, N. O., & Costa, M. C. S. (2005). Meanings and contradictions of the drugs phenomenon: legal and illegal drugs in Chile. *Revista latino-americana de enfermagem*, 13(SPE), 903-911.



- Slapak, S. & Grigoravicius, M. (2006) Consumo de Droga: La construcción social de un problema social. *Anuarios de investigaciones*, 14, 239- 249.
- Spotts, J. V., & Shontz, F. C. (1980). A life-theme theory of chronic drug abuse. *NIDA research monograph*, 30, 59-70.
- Solano, M. V. (2004). Un vistazo hacia la antropología del consumo. *Cuadernos de Antropología*, 14(1).
- Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Buenos Aires: CLACSO.
- Stevens, E. (1977) El marianismo En Pescatello, A. (ed.) *Hembra y macho en Latinoamérica*. México: Editorial Norma.
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación: La búsqueda de significados*”. Editorial Paidós Básica.
- Valenzuela, J. E. B., de Mello, C. M., & Vieira, F. G. D. (2009). Consumidores: una reflexión sobre los aspectos de la cultura del consumo. *Revista de Administração da Unimep-Unimep Business Journal-B2*, 7(1), 105-121.
- Vigarello, G. (2005) *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Vilariño, C; Torrico, E; López, M.J; Revilla, C. (2004). Conductas de Riesgo, Consumo de Sustancias y Género. *Apuntes de Psicología*, 22 (1), 75-84.
- Wilsnack, R. W., Vogeltanz, N. D., Wilsnack, S. C., Harris, T. R. (2000). Gender differences in alcohol consumption and adverse drinking consequences: Crosscultural patterns. *Addiction*, 95, 251-265.
- Wilsnack, S. C., & Wilsnack, R. W. (1991). Epidemiology of women's drinking. *Journal of substance abuse*, 3(2), 133-157.
- World Health Organization [WHO] (2004b). *The World Health Report*. Geneva: WHO.



## ANEXOS

### I. Pautas de Entrevista en Profundidad y Pauta de Observación

Objetivo Específico	Dimensión	Preguntas
<b>Prácticas:</b>		1.- ¿Haz consumido alcohol alguna vez durante éstos últimos 12 meses? ¿Haz consumido cocaína durante estos últimos 12 meses?  2.- ¿Consumes otras drogas? ¿Marihuana, LSD, MDMA, hongos, DMT, ayahuasca, psicofármacos, etc? ¿Tabaco?  4.- En general ¿qué opinión tienes de las drogas legales? ¿Y las ilegales?



	<p>3.- <u>En el caso del alcohol</u>, ¿en qué momentos tomas (día-noche; mañana-tarde-noche; ocio-trabajo)? ¿Hay situaciones especiales en que desees beber alcohol? Y cuándo tomas ¿En qué lugares lo hacen? ¿Con quién vas? ¿Tienes algún lugar preferido? ¿Qué es la característica más importante cuando consigues alcohol: lugar; precio, calidad, cercanía, momento? ¿Existen tragos asociados a ciertos momentos? ¿Por qué? ¿Cuál es tu trago favorito? ¿Tienes alguna forma especial de tomar ya sea alguna secuencia, rito, juego, etc? ¿Qué otras drogas consumes cuando tomas?</p> <p>4.- <u>En el caso de la cocaína</u>, ¿En qué momentos la consumes (día-noche; mañana-tarde-noche; ocio-trabajo)? ¿Hay situaciones especiales en que desees consumirla o que sea una buena ocasión para consumirla? ¿Dónde la consumes? ¿Con quién(es)? ¿Cómo la consumes? ¿Tienes una forma favorita de hacerlo, alguna secuencia, juego, etc.? ¿Qué otras drogas consumes mientras consumes coca? ¿Cómo la consigues? ¿De qué factores depende conseguirla? ¿Te parece qué es fácil o difícil conseguirla? ¿Cómo afecta que sea una droga ilegal?</p> <p>5.- <u>Volviendo al alcohol</u>, ¿A qué edad empezaste a tomar alcohol? ¿Cómo fue tu primera experiencia? ¿Con quién estabas? ¿Qué sentiste? ¿Te emborrachaste? ¿Qué proceso personal estabas viviendo en ese momento? ¿Qué te motivó a consumir?</p> <p>6.- <u>En el caso de la cocaína</u>, a) ¿Cuándo fue tu primera experiencia? ¿Cuándo empezaste a consumir? ¿Con quién estabas? ¿Qué sentiste? ¿Qué proceso personal estabas viviendo en ese momento? ¿Qué te motivó a consumir?</p> <p>b) <u>Si no la ha probado</u> ¿Te han ofrecido alguna vez? ¿Por qué la rechazaste?</p> <p><b>Ahora</b></p> <p>7.- <u>En el caso del alcohol</u>, ¿Cuántas veces tomas a la semana? ¿Y al mes? ¿Tomas sola o acompañada? ¿En qué ocasiones? ¿Qué tipo de trago tomas más? ¿De qué depende? ¿Tienes distintos grupos de amigos que toman? ¿Ves diferencias entre ellos a la hora de tomar? ¿Hay diferencias en el consumo de varones y mujeres en cada grupo? Y comparando tu consumo actual con el de cuando empezaste a tomar ¿qué ha cambiado y qué se</p>
--	---



		<p>ha mantenido con respecto al consumo de alcohol? ¿En qué cosas?</p> <p>8.- <u>En el caso de la coca nuevamente</u>, ¿Cuántas veces tomas a la semana? ¿Y al mes? ¿Tomas sola o acompañada? ¿En qué ocasiones? ¿Tienes distintos grupos de amigos que consumen? ¿Ves diferencias entre ellos a la hora de consumir? ¿Existen diferencias entre hombres y mujeres? Y comparando tu consumo actual con el de cuando empezaste a tomar ¿qué ha cambiado y se ha mantenido con respecto al consumo de coca?</p> <p>9.- ¿Y te has <i>curado</i> alguna vez en tu vida? ¿Cuándo fue la última vez? ¿Cómo te sientes? ¿De qué te dan ganas? ¿Cambia tu forma de relacionarte sexualmente cuando estás curada? ¿Qué tipo de curada eres? ¿Me podrías contar la <u>mejor</u> y <u>peor</u> experiencia <i>curada</i>?</p> <p>10.- ¿Y has tenido episodios de alto consumo de coca alguna vez en tu vida? ¿Cuándo fue la última vez? ¿Cambia tu forma de relacionarte sexualmente cuando estás en ese momento? ¿Qué tipo de jalada eres? ¿Cambia tu comportamiento? ¿Me podrías contar la <u>mejor</u> y <u>peor</u> experiencia en ese estado?</p> <p>11.- ¿Cómo vives la caña o resaca de alcohol? ¿Y de coca? ¿Hay diferencias entre una y otra? ¿Cuál(es)? ¿Has tenido caña moral o resaca de arrepentimiento?</p>
<p><b>Valores</b></p>	<p><b>Placer</b> (Sensación Corporal)</p>	<p>11.- ¿Qué sensación buscas cuando tomas alcohol? ¿Qué efectos corporales, sensoriales te produce? ¿Qué diferencia sientes entre estar sobria y haber tomado? ¿Qué cambios percibes en tu relación con otras personas cuando tomas?</p> <p>12.- ¿Qué sensación buscas cuando consumes cocaína? ¿Qué efectos corporales, sensoriales te produce? ¿Qué diferencia sientes entre haber consumido coca y no haberlo hecho? ¿Qué cambios percibes cuando tomas en tu relación con otras personas?</p>
	<p><b>Legitimación</b></p>	<p>13- ¿Qué crees que representa el alcohol para las y los jóvenes en Santiago? ¿Y para las mujeres jóvenes? ¿Y para tu grupo?</p> <p>14- ¿Qué crees que representa la cocaína para las y los jóvenes en Santiago? ¿Y para las mujeres jóvenes? ¿Y para tu grupo?</p>





	<p><b>Transgresión:</b></p> <p>Modelo Femenino Hegemónico</p>	<p>15.- ¿Qué es posible hacer cuando se toma alcohol o estás curada y que está prohibido? ¿Y con la cocaína? ¿Pasa con todas las mujeres? ¿Hay cosas que se prohíban solo a mujeres y no a hombres?</p> <p>16.- ¿Hay algo que te preocupe o estés atenta cuando tomas en grupos de hombres? ¿Qué?</p> <p>17.- ¿Sientes que hay diferencias en cómo toman y cómo entienden el consumo de alcohol la juventud y los/as adultos/as? ¿Y la coca? ¿Han cambiado las percepciones en torno a estas drogas a través del tiempo crees tú? ¿En qué?</p>
	<p><b>Lo Femenino</b></p>	<p>16.- ¿Cuál crees que es el tipo de alcohol más consumido por las mujeres jóvenes en la RM? ¿Existen tragos femeninos o <i>para minas</i>? ¿Cómo son? ¿Hay diferencias en cómo toman varones y mujeres? ¿Y entre jóvenes y adultos? ¿Cuáles son las diferencias que ves?</p>
	<p><b>Estigma</b></p> <p>Modelo Adulto céntrico-Patriarcal</p>	<p>¿Cómo reaccionan tus padres o familiares mayores con respecto a tu consumo de alcohol? ¿Por qué? ¿Cómo reaccionan tus padres o familiares mayores con respecto a tu consumo de coca? ¿Saben? ¿Por qué?</p> <p>16.- <u>En el caso de la coca</u>, ¿qué opinión te da que sea ilegal?</p> <p>17.- ¿Qué opinión crees que tiene la sociedad de:</p> <p>a) Mujeres que consumen cocaína. b) Mujeres madres que consumen cocaína</p> <p>¿Por qué crees que se da esto?</p>
<p><b>Significados:</b></p>		<p>¿A qué elemento, persona u idea asocia el alcohol? ¿Y la coca?</p> <p>¿En qué ayuda consumir alcohol y cuando eres “joven”?</p> <p>¿En qué afecta?</p> <p>Y ¿En qué ayuda consumir coca cuando eres “joven” y mujer? ¿En qué afecta?</p> <p>¿Cómo crees que la sociedad entiende a la juventud?</p>



	<p>¿A qué elemento, persona u idea asocia el alcohol? ¿Y la coca? ¿En qué ayuda consumir alcohol y cuando eres “joven”? ¿En qué afecta? Y ¿En qué ayuda consumir coca cuando eres “joven” y mujer? ¿En qué afecta?</p>
--	--

<p><b>Segunda Entrevista</b></p>	<p>¿Cómo fue tu última experiencia con alcohol? ¿Y coca? ¿Qué opinas tú con la diferencia entre drogas legales e ilegales, de esta distinción?</p> <p>¿Por qué dirías tú que buscamos estar así? ¿Cómo lo describirías: un placer?</p> <p>¿Por qué dirías tú se busca estar jalada? ¿Cómo lo describirías?</p> <p>Y por ejemplo cuando yo te hablo de la palabra “droga” ¿en qué piensas?</p> <p>¿Qué rol cumple el alcohol para los jóvenes? ¿Y en tu grupo que papel cumple? ¿Y cómo describirías tu grupo social, estilo, qué hacen, a dónde van?</p> <p>¿Qué rol cumple el alcohol para los jóvenes? ¿Y en tu grupo que papel cumple?</p> <p>¿Qué libertades crees que se dan cuando estás curado, en comparación a cuando no? ¿Y particularmente tú como mujer joven?</p> <p>¿Y con la cocaína? ¿Pasa con todas las mujeres? ¿Hay cosas que se prohíban solo a mujeres y no a hombres?</p> <p>Oye y particularmente la experiencia de ser mujer ¿de qué cosas tenís que preocuparte cuando te curas y ser mujer, a diferencia de los hombres?</p> <p>¿Sientes que hay diferencias en cómo toman y cómo entienden el consumo de alcohol la juventud y los/as adultos/as? ¿Y la coca? ¿Han cambiado las percepciones en torno a estas drogas a través del tiempo crees tú? ¿En qué?</p>
----------------------------------	--

<b>Dimensión</b>	<b>Práctica</b>
------------------	-----------------



<b>Preparativos</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Lugar y momento en que se consigue la sustancia.</li><li>2.- Quienes participan</li><li>3.- Dinámica Social de Grupo</li></ol>
<b>Almacenamiento</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cómo se guarda la sustancia</li></ol>
<b>Consumo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Artefactos y objetos que utilizan.</li><li>2. Ritos de consumo: organización espacial, modos de consumo, períodos de tiempo.</li><li>3. Dinámica entre las participantes.</li></ol>
<b>Postconsumo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Efectos corporales</li><li>2.- Actividades Posteriores</li><li>3.- Trayectoria herramientas y objetos usados para consumo.</li></ol>

## II. Ficha Sociodemográfica

### FICHA DE CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA

*Completa los datos requeridos según corresponda y siguiendo las instrucciones.*

#### I. Datos Personales

- a) Nombre Completo:
- b) Edad:
- c) Comuna de Residencia:
- d) Ocupación Actual:
- e) Identificación Étnica (si corresponde):

#### II. Educación:

- a) Nivel Educativo Actual:



Marca una X en la casilla que corresponda a tu situación.

<input type="checkbox"/>	Sin Estudios	<input type="checkbox"/>	Universitaria Incompleta
<input type="checkbox"/>	Básica Incompleta	<input type="checkbox"/>	Universitaria Completa
<input type="checkbox"/>	Basica Completa	<input type="checkbox"/>	Técnica Incompleta
<input type="checkbox"/>	Media Incompleta	<input type="checkbox"/>	Técnica Completa
<input type="checkbox"/>	Media Completa	<input type="checkbox"/>	Posgrado

**b) Trayectoria Académica**

Indica las instituciones educativas donde has estudiado.

b.1. Educación Básica:

b.2. Educación Media:

b.3. Educación Superior:

**III. Trabajo, Empleo y Situación Laboral:**

**Actualmente**

Marca una X en la casilla que corresponda a tu situación.

<input type="checkbox"/>	Estudio
<input type="checkbox"/>	Estudio y Trabajo
<input type="checkbox"/>	Solo Trabajo

Si tu respuesta involucra alguna actividad laboral remunerada, indica en que institución, empresa o lugar se desarrolla:

Además ¿realizas trabajo doméstico en el hogar?



Sí	No
----	----

Si la respuesta es Sí, ¿cuántas horas a la semana aproximadamente le dedicas a este tipo de trabajo?

hrs.
------

**Si tu respuesta en el primer recuadro, involucra alguna actividad laboral remunerada responde las siguientes preguntas. Si no, pasa al apartado IV.**

**a) Modalidad de Empleo**

*Marca una X en la casilla que corresponda.*

	Cesante (En proceso de búsqueda de empleo)
	Empleo Esporádico
	Empleo de Media Jornada
	Empleo de Jornada Completa

**b) Régimen Laboral**

*Marca con una X en la casilla que corresponda.*

	Contrato Indefinido
	Contrato a Plazo
	Honorarios
	Informal

**Dado tu puesto laboral actual ¿tienes personas a tu cargo?**

Sí	No
----	----

**Dado tu puesto laboral actual ¿tienes superiores jerárquicos?**



x	<b>Sí</b>		<b>No</b>
---	-----------	--	-----------

#### IV. Información Hogar y Grupo Familiar:

##### Actualmente, vivo:

Marca con una X en las casillas que correspondan a tu situación. (Recuerda que puedes marcar más de una opción)

	Sola
	Con Madre
	Con Padre
	Con ambos Padres
	Con Otros Familiares
	Con Amigos
	Con Otras Personas

Dado lo anterior, ¿cuál es el ingreso económico aproximado de tu hogar?

(En el caso de no vivir con parientes, considera los aportes familiares en el cálculo si corresponde).

--

#### b) Jefatura de Hogar (Persona Proveedora):

¿Quién es el Jefe/a de Hogar?

	Yo misma		Hermana
	Madre		Hermano
	Padre		Otro Familiar

- Sexo de Jefe/a de Hogar:



<input type="checkbox"/>	<b>Masculino</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Femenino</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Otro</b>
--------------------------	------------------	--------------------------	-----------------	--------------------------	-------------

- **Ocupación Jefe/a de Hogar:**

--

- **Nivel Educativo Jefe/a de Hogar:**

Marca con una X en la casilla que corresponda.

<input type="checkbox"/>	Sin Estudios	<input type="checkbox"/>	Universitaria Incompleta
<input type="checkbox"/>	Básica Incompleta	<input type="checkbox"/>	Universitaria Completa
<input type="checkbox"/>	Básica Completa	<input type="checkbox"/>	Técnica Incompleta
<input type="checkbox"/>	Media Incompleta	<input type="checkbox"/>	Técnica Completa
<input type="checkbox"/>	Media Completa	<input type="checkbox"/>	Posgrado

**c) Situación de Vivienda:**

- **N° de Personas en el Hogar:**

--

- **Situación Habitacional:**

<input type="checkbox"/>	Propietario/a	<input type="checkbox"/>	Arriendo	<input type="checkbox"/>	Préstamo
--------------------------	---------------	--------------------------	----------	--------------------------	----------

¡Gracias!

### III. Resumen de Casos

Tabla de Casos

Person a Contac tada	Medio de Contact o	Ed ad	Estrat o Socio ec.	Comuna de Residencia	Ocupación	Consumo	Estatus en investigaci ón
-------------------------------	-----------------------------	----------	-----------------------------	----------------------------	-----------	---------	---------------------------------



(* Seudónimos)							
M.	Red Social, e-mail. (Octubre)	23	Alto	Vitacura	Estudiante	Alcohol, cocaína, marihuana, tabaco, LSD.	<b>Participante Definitiva</b>
R.	Red social y teléfono. (Diciembre)	21	Bajo	La Reina	Estudiante	Alcohol, cocaína, Certralina, tabaco.	<b>Participante Definitiva</b>
C.	Red social (Noviembre)	26	Medio	Puente Alto/ La Reina	Estudiante, Trabajadora	Alcohol, cocaína, marihuana, tabaco, LSD, MDMA.	<b>Participante Definitiva</b>
P.	Viaje-Red Social (Marzo)	18	Bajo	Pudahuel	Estudiante Universitaria	Alcohol, Cocaína, Marihuana, Floripondio	<b>Participante Definitiva</b>
L.	Red Social. Redes de Amistad (Marzo)	23	Alto	Providencia	Trabajadora	Alcohol, Cocaína, Marihuana y otras	<b>Participante Definitiva</b>
V.	Red Social (Marzo)	23	Bajo	San Joaquín	Estudiante	Alcohol	<b>Participante Definitiva</b>
M.	Red Social. Redes de Amistad (Abril)	25	Medio	Santiago Centro	Psicóloga, Estudiante de Magíster/Trabajador	Alcohol, Cocaína, Marihuana	<b>Participación Definitiva</b>





F.	Red Social. E-mail.	25	Bajo	Quinta Normal	Estudiante	Alcohol, Cocaína, Marihuana, LSD	<b>Participación Definitiva</b>
R.	Red Social	25	Bajo	Ñuñoa	Profesora Reemplazante- Actriz	Alcohol, Cocaína, Marihuana, Pastillas.	<b>Participación Definitiva</b>
H.	Redes de Amistad	28	Alto	Providencia	Guionista de TV y Cine	Alcohol, Cocaína LSD, NSP.	<b>Participación Definitiva</b>

#### IV. Consentimiento Informado



Universidad de Chile  
Facultades de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

En el marco de la realización del Proyecto de Memoria de Título de la carrera de Antropología Social de la FACSó, Universidad de Chile se le invita a participar del estudio "Culturas de



Consumo de Drogas en Mujeres Jóvenes de la Región Metropolitana” a cargo de Sebastián Ignacio Bravo Viveros.

Este estudio se desarrolla como parte de las actividades académicas del proceso de egreso para la obtención del título de Antropólogo Mención Social y por tanto no cuenta con financiamiento formal, más allá del trabajo directo del propio tesista.

Usted ha sido invitada a participar en este estudio y su opinión por tanto, es importante para clarificar algunos temas que son de interés para esta investigación.

Si acepta participar, le pediremos que responda una pauta de entrevista. Este cuestionario será realizado en un contexto de conversación y en varias sesiones, las cuales se desarrollarán en horarios y lugares a convenir y teniendo en cuenta la disponibilidad de la participante. Se le solicitará información sobre su persona, su entorno social, sobre la experiencia de su consumo y la visión que posee de las distintas drogas, sobretodo alcohol y cocaína y sus contextos de uso y las implicancias sociales que derivan de su uso. Paralelamente, le pediremos la autorización para acompañarla en las distintas actividades ligadas al consumo, con la idea de poder compartir y observar las distintas situaciones, discursos y personas que se dan en aquel contexto.

Su participación en el estudio es completamente voluntaria y confidencial. Su nombre y cualquier otro dato que pueda identificarla no serán revelados ni utilizados para más allá del análisis de datos realizado por el propio tesista. Adicionalmente, el tesista se compromete expresamente a no entregar ninguna información sobre su identidad a terceros.

Usted puede decidir no colaborar en esta investigación, o retirarse en cualquier momento de la entrevista, sin que ello tenga consecuencias negativas de ningún tipo para usted.

Su participación es voluntaria, y el estudio carece de financiamiento formal, por lo que no se le pagará por su colaboración en este estudio, y desde ya se le agradece su colaboración y las molestias que ello pudiera suponerle.

#### DATOS DE CONTACTO

Si tiene dudas sobre el estudio, se puede contactar con Sebastián Bravo, al teléfono (cel.) 75144264 respectivamente. También puede contactarse al email [sebast.bravo@gmail.com](mailto:sebast.bravo@gmail.com).

Para participar de esta investigación, es necesario que usted confirme que ha leído y/o comprendido este documento, firmando su aceptación en el siguiente certificado.

#### CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

He sido invitada a participar del estudio “Culturas de Consumo de Mujeres Jóvenes de la Región Metropolitana” ejecutado por el estudiante de Antropología Social Sebastián Bravo.

He sido informada sobre la investigación que debo responder. Entiendo completamente la información que me ha sido proporcionada y he podido hacer las preguntas que me hayan surgido a raíz de dicha información, las que han sido contestadas de forma satisfactoria.

Acepto voluntariamente ser entrevistada cara a cara para este estudio, y proporcionar en dicho proceso respuestas a la entrevista que previamente se me ha explicado y exhibido. Entiendo que tengo derecho a retirarme de la entrevista en cualquier momento y que esto no tendrá



consecuencias para mí, no afectando mis relaciones, derechos, beneficios y obligaciones, ni con las personas ni con las instituciones involucradas.

<b>Nombre de la voluntaria</b>		<b>Fecha</b>		<b>Firma</b>

<b>Nombre del investigador</b>		<b>Fecha</b>		<b>Firma</b>
<b>Sebastián Ignacio Bravo Viveros</b>				

