



La representación social del alcoholismo: Consideraciones básicas

BRASIL

Moscovici (1979), en sus elaboraciones iniciales, afirma que las representaciones sociales son sistemas de valores, nociones y prácticas que proporciona a los individuos los medios para orientarse en el contexto social y material, para dominarlo; son un cuerpo organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios,

liberan los poderes de su imaginación.

Años después afirmaba que las representaciones sociales son un conjunto de conceptos, enunciados y explicaciones originados en la vida diaria, en el curso de las comunicaciones interindividuales que en nuestra sociedad se corresponden con los mitos y los sistemas de creencias de las sociedades tradicionales; incluso se podría decir que son la versión contemporánea del sentido común, son constructos cognitivos compartidos en la interacción social cotidiana que proveen a los individuos de un entendimiento de sentido común (Moscovici, 1988)

Otra autora muy destacada en esta temática es Jodelet, quien ha considerado que las representaciones sociales son imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que sucede e incluso dar un sentido a lo inesperado, categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver. (Jodelet, citado por Páez, 1991).

Otra de sus nociones al respecto es que son formas de conocimiento social que facilitan la interpretación de los hechos que ocurren en la vida diaria, este conocimiento se elabora socialmente, es compartido, práctico, pues forja las evidencias de nuestra realidad consensual y participa en el modo y forma en que construimos nuestra realidad.

La categoría representación social permite el acceso al pensamiento social, es decir, a aquellos conocimientos, creencias, opiniones, que emergen de la interacción grupal, acerca de objetos socialmente significativos. Por tanto, tiene en cuenta el conocimiento espontáneo, ingenuo, el saber del sentido común. Dicho conocimiento se forma a partir de las experiencias propias de los sujetos, de los conocimientos, las informaciones y de los esquemas de pensamiento que poseen los sujetos, los cuales se enriquecen con lo que reciben desde el inter tanto cuando reciben como cuando transmiten a través de la cultura, la comunicación y la educación. La representación social mantiene una dinámica interna con contenidos que los estudiosos han convenido en llamar la estructura de las representaciones y que está compuesta por elementos que permiten su estudio:

1) Información: conocimientos que se poseen sobre el objeto. Remite tanto a cantidad como a la calidad de la información y a sus fuentes. Es variable en función del objeto y a la cercanía que se tenga con él; 2) Campo de representación: incluye contenidos que se refieren a aspectos específicos del objeto y que sirven para conceptualizarlo. En esta dimensión se encuentran ordenados y jerarquizados los elementos que configuran el contenido de la representación social cuando quedan integrados; 3) Núcleo figurativo: este constituye la parte más sólida de la representación y ejerce una función organizadora porque confiere significado al resto de los elementos del campo. Se define por la frecuencia de los contenidos expresados por lo que tiene una función consensual y resume la significación del objeto. Jodelet (1985) y Abric (2001) argumentan que los elementos que forman la representación social son organizados alrededor de un núcleo central, que es el que da coherencia a la misma; 4) Actitud: Está definida como la disposición más o menos favorable que tiene una persona hacia el objeto. Esta dimensión es precisamente evaluativa, afectiva, lo que articula el componente afectivo de la representación imprimiéndole mayor carácter dinámico a la categoría. Teniéndola en cuenta, la representación social se dinamiza y orienta comportamientos hacia el objeto, incluso cuando no se posee toda la información sobre el mismo.

En la literatura científica revisada hemos encontrado algunas investigaciones vinculadas a la salud y hacia algunas enfermedades (Alonso, 1999a), pero ninguna sobre el alcoholismo.

El alcoholismo es la más significativa toxicomanía de nuestros días y uno de los problemas de salud más importante al nivel mundial. Borini, Oliveira, Giovanni y Cardoso (1996) señalan que el alcoholismo constituye en Brasil un importante problema de la salud pública y debe ser abordado multi e interdisciplinariamente.

Una de las primeras tareas debe ser el desarrollo de una nueva representación social ante la bebida, donde se rechace el uso del alcohol con objetivos distorsionantes de la realidad y se critique la embriaguez. Asimismo es necesario modificar el patrón que vincula su consumo con la expresión de solidaridad, amistad o amor.

No se trata de que la representación social de las personas sobre la enfermedad se convierta en científica, pero sí es posible que las personas mejoren su cultura sanitaria, lo que puede favorecer en unión de otras fuentes sociales de información y las propias experiencias personales, un cambio de la representación.

Con relación a las representaciones, se ha observado que el sujeto alcohólico no identifica, reconoce y acepta que se le ha declarado una enfermedad que pone en riesgo su salud y su propia vida. La mayor parte de los alcohólicos reconocen su enfermedad o solicitan ayuda médica cuando ya está muy avanzado el proceso o se ha presentado alguna complicación médica grave, que está comprometiendo seriamente su salud.

También hay mucha confusión en la población entre los conceptos de uso normal del alcohol (consumo social, responsable), el abuso ocasional (intoxicación o borrachera eventual) y el propio alcoholismo, que ya es una enfermedad progresiva y mortal.

Existen muchas creencias erróneas o mitos en la población: tomar como sinónimo de hombría,

beber como la mejor forma de compartir en grupo o de divertirse, que el whisky es bueno para el corazón, que el alcohol combate el frío, que la combinación de diversas bebidas es la que produce la intoxicación, que el tomar favorece el desempeño sexual, que la resaca de una embriaguez de la noche anterior la quita un trago de alcohol por la mañana, que un baño de agua fría desintoxica al sujeto, etc.

Existen otras representaciones que son resumidas por Sampaio (citado por Batista de Souza, 1992): "doping" para el trabajo duro; suministrador calórico para desnutridos y aliviador de la sensación de hambre; indicador cultural de virilidad y madurez; sustituto simbólico de las necesidades sociales existentes y no satisfechas; objeto señalizador y sustituto de los vínculos afectivos (llenar la soledad, las pérdidas); ofrece la sensación de placer con menor costo de ansiedad y esfuerzo de conquista; resuelve aparentemente las contradicciones entre ética y conducta, facilitando la fuga y la alineación.

Los primeros trabajos sobre la representación social del alcoholismo desarrollado por el autor y colbs. han arribado a conclusiones importantes que constituyen un importante antecedente para la presente investigación (Alonso & Sandoval, 1997; Alonso, 1999a, 1999b; Velasco & Jacomino, 1998; García, 1998). Otros trabajos en esta dirección puede encontrarse en Alonso (2000), Rodríguez (2001) y Armas (2001).

[Se anexa investigación completa en pdf.](#)

FUENTE: Scielo/Brasil

<http://www.scielo.br/pdf/pe/v9n2/v9n2a02.pdf>

