TRISTE, SOLITARIO Y FINAL.

Posted on marzo 2, 2015 by Administrador

Category: Default Humanístico

"…mi refugio era tomar alcohol con el sereno del cementerio en su garita por la noche y…con la fosa abierta" (Jorge en sus confesiones terapéuticas -2005)

Jorge expresa como ninguno el largo y sugestivo título de la novela de Osvaldo Soriano "Triste, solitario y final". Nuestro querido paciente luego de recuperarse se va historizando o sea va apropiándose de sí mismo a través del relato y piensa como tantos en un momento de auto-conciencia en su recuperación "…como pude llegar a esto". Largas noches junto a un compañero que era el sereno del cementerio tomando alcohol. Soriano –creo que genialmente –pinta la decadencia humana. Jorge nos enseña sobre su resurrección o su re-nacimiento. Para los personajes del autor las relaciones interpersonales son un fracaso, no hay esperanza posible ahí.

Es un mundo que ha perdido toda significación o sea ya no es amable; en Jorge solo la botella es lo buscado como lo único verdaderamente preciado con la marca de la necesidad y a la vez de lo abominable. Triste ambivalencia la de estos solitarios modernos en donde lo apetecible con furia (el alcohol) es, a la vez, la marca del destino final de muerte buscada y por otra parte tan antiguos como el tiempo ya que están a la vuelta de las esquinas o en los umbrales de bancos o distintos lugares de la ciudad.

EL ALCOHOL Y NOSOTROS

En la última década aumentó el consumo de alcohol en un 20% (fuente abeceb-consultora).La cerveza desplaza al vino. Han crecido los fernets y aperitivos. Se toma más y con menor graduación alcohólica. Se toman 469 millones de litros más que una década antes. 71 litros anuales por persona frente a los 100 litros en el mismo periodo de tiempo de gaseosas. 2 vasos de alcohol cada 3 de gaseosas. El vino perdió el 10 % aproximadamente de sus ventas. El fernet mientras tanto cuadriplico su consumo en una década. Lo mismo los vermouths y aperitivos que crecieron en diez años un 300%. Similar alza tuvieron algunos alcoholes destilados como el ron y el vodka.

Mientras tanto el Ministerio de Salud (2014) reveló que el abuso de alcohol creció 113 % en adolescentes.

EL ALCOHOLISMO

Bebidas llamadas antiguamente espirituosas dentro del marco pre-capitalista de consumo en donde el alcohol participaba de una ceremonia grupal de ocio (o sea de no negocio) que era controlado por la propia presión grupal de los más cercanos (familia extensa).

Hoy, mientras tanto, se ha transformado en la marca del consumismo capitalista en donde la competencia publicitaria busca sus clientes desde góndolas diversas con colores y etiquetas determinadas utilizando desde la gráfica hasta el repiqueteo de las imágenes prometiendo un mundo de sensaciones en donde "el sabor del encuentro es posible" como lo dice la célebre marca de cerveza.

El alcohol como signo de la fiesta y el encuentro va de la mano –en la actualidad –con el alcoholismo ya que aquella cercanía humana posible en realidad es la cobertura falsa de la multitud de personas en una situación de vacío existencial y de "nadies" (crisis de identidad y de proyecto) que pululan en las grandes urbes. El vacío es el encuentro que lleva al alcoholismo mediado por una cultura publicitaria tan insistente como tiránica.

Los fines de semana nos encontramos así con la otra cara de la "fiesta" en las guardias y las urgencias: intoxicaciones agudas en donde progresivamente el mando cortical cerebral pierde fuerza y el efecto anestésico final del alcohol nos desploma. También nuestros centros de recuperación se llenan de persona s con daños cerebrales permanentes .Seres sin memoria o con delirios y alucinaciones resistentes. Se los llama alcoholistas crónicos (nombre que no me gusta) ya que delataría lo no recuperable. Todos podemos recuperarnos si hay un trabajo activo desde un grupo de terapia y un despertar del paciente hacia una nueva vida.

Hoy sabemos que un 20% de los consumidores de alcohol pueden llegar a trastornos serios en donde se complica la vida personal y de todo un grupo familiar y laboral. Ese costo cuesta verlo porque en el decir de Soriano es la decadencia lo que cuesta asumir. Es la otra cara de la fiesta y la publicidad. Es el vacío mismo como la nada misma que aparecería como lo siniestro.

Llamar a la muerte misma como narraba nuestro paciente en las puertas del cementerio y como él decía con "la fosa abierta". En la noche… un cómplice guardián lo acompañaba en una maniobra plena de significación existencial y por supuesto novelística.

Juan Alberto Yaria
Director General GRADIVA-Rehabilitación en Adicciones.