

## **ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL ALCOHOLISMO INFANTIL**

**Juan Carlos Pizarro; Carolina Musacchio;**

**Rebeca Zeilicoff de Joffe**

---

En el Servicio de Psiquiatría e Higiene Mental, del Hospital de Niños de Buenos Aires, encontramos muchas veces que en la etiología de diversos trastornos figuraba como factor importante la ingestión de alcohol. En algunos casos el alcoholismo apareció como causa fundamental de los trastornos por los que el niño era traído a la consulta. Así por ejemplo, en el de una niña de diez años: la niña había sido enviada por su madre dos días antes a hacer un mandado, para lo cual tenía que alejarse unas pocas cuadras de su casa y cruzar una barrera de ferrocarril. Cuando volvió estaba muy agitada y ansiosa, con miedo de ser atacada por algo que no definía. Las alteraciones de su psiquismo llegaron pronto a ser alarmantes para su familia. La niña se presentaba obnubilada, confundiendo a las personas, desconociendo a los parientes y amigos, desorientada en su propia casa y hablando con poca coherencia de un hombre que se le había aproximado al cruzar las vías del ferrocarril y del cual había huido corriendo. Podía diagnosticarse una psicosis delirante —las "vivencias delirantes primarias" de que habla Jaspers (1) —con elementos de desestructuración de la conciencia. Para la madre, muy afligida, era seguro que todo el trastorno se debía a que la niña habría sido provocada por algún linyera vagabundo, de los que merodeaban por los alrededores. Las pruebas mentales administradas urgentemente fueron muy reveladoras, en particular el Rorschach y el Bender. Este último mostró un aspecto muy interesante: la niña no podía copiar fielmente las figuras, se desviaba del modelo, pero además se ponía a sacar torpemente cuentas de aritmética, entre los diversos dibujos, como si se tratara de un deber de la escuela. Esto, en su correlación con todo lo dicho se nos reveló como la expresión de un "delirio profesional" propio de la confusión, mental. En efecto, es sabido que los confusos se imaginan cumpliendo penosa e ineficazmente sus tareas cotidianas. Por ejemplo: un chauffeur, en confusión mental con onirismo, trata desesperadamente de poner en marcha el motor de su coche sin lograrlo; el coche no arranca a pesar de sus reiteradas tentativas. En el niño la confusión se manifiesta de manera análoga, pero para él lo profesional es, en cierto modo, lo escolar; por eso los niños que presentan un síndrome confusional, por ejemplo en casos de meningoencefalitis, actúan, estando en la cama, en sus casas o en el hospital, como si estuvieran en la escuela, y recitan las lecciones a una maestra alucinada. La niña de nuestro caso procedía en forma análoga, ya que realizaba la tarea de copiar los dibujos del test, aunque fantaseándolo y confundiéndolos; y

alternando con su tarea, se ponía a hacer cuentas como en sus deberes escolares. Este cuadro de psicosis delirante aguda, con una tan marcada desestructuración de la conciencia que nos permitía formular un diagnóstico de confusión mental con onirismo, nos hizo pensar en que el traumatismo psíquico, una simple provocación sexual, por sí solo difícilmente podía ser la causa suficiente. Preguntamos a la madre si la niña ingería bebidas alcohólicas y nos enteramos de que en efecto le daban de beber cognac frecuentemente. La aparición de su episodio psicótico respondía entonces al esquema clásico: intoxicación alcohólica crónica, sobre la cual la acción de un traumatismo psíquico desencadena un proceso delirante por desestructuración de la conciencia. La supresión absoluta del alcohol, y la administración de las vitaminas adecuadas y de un hepatoprotector, lograron la curación completa en menos de una semana curación controlada con los tests. En particular, notamos que los dibujos del Bender pasaron a ser normalmente realizados por la niña, en el nivel correspondiente a su edad.

Varias otras observaciones análogas nos movieron a investigar la frecuencia del alcoholismo entre los niños concurrentes a nuestro Servicio. Por supuesto, de lo que se de entre los niños que se atienden en un consultorio hospitalario de psiquiatría, no puede con rigor inferirse lo que pasa en la población infantil en general. Sería necesario, para saber esto último, investigar por ejemplo con muestras de los diversos establecimientos escolares estatales y privados. Pero, de todos modos, muchas deducciones pueden sacarse de lo que se observe en el Hospital. Además de la frecuencia del hábito alcohólico, que según nuestra primera impresión era seguramente elevada, nos interesó averiguar los factores psicociológicos en juego porque pensamos que la ingestión de alcohol por los niños tenía que estar condicionada fundamentalmente por las actitudes de sus padres: un niño, salvo excepción muy patológica, no pueden beber alcohol si los padres no se lo dan, o, por lo menos, si no lo autorizan a hacerlo; y la conducta de los padres que dan de beber alcohol a sus hijos habría de estar condicionada quizá alguna vez por indiferencia, pero, mucho más probablemente, por ignorancia del grave daño que las bebidas alcohólicas producen en la infancia e incluso por creer que son beneficiosas. Conversamos entonces con las madres de algunos de los niños concurrentes a nuestro Servicio y nos pareció que podíamos formular tres hipótesis:

- 1.— Que a pesar de que está definitivamente establecido que el alcohol siempre es nocivo —y especialisimamente en la infancia, por la inmadurez del sistema nervioso— hay entre los padres de los niños concurrentes a nuestro Servicio muchos que piensan que el alcohol es inofensivo o incluso de efectos positivos, ingerido en una cierta cantidad que no debe sobrepararse porque entonces si empieza a ser perjudicial.
2. — Que muchos padres padecen una fobia al agua, probablemente originada en las difundidas recomendaciones de que se la hierva para evitar parasitosis, y que piensan

que dichos peligros se anulan agregando vino al agua.

3. — Que muchos padres hacen la fantasía de que logran status si sus hijos consumen bebidas sin alcohol en lugar de agua común.

Para verificar estas hipótesis planeamos una estadística. Debíamos averiguar:

1.— El numero de niños que ingieren alcohol, a que edad y en que cantidades.

2. La correlación de la situación económica, la vivienda y el nivel cultural, con el suministro de alcohol a los niños.

3.— La correlación de la fantasía de status vinculada al consumo de alcohol y de bebidas sin alcohol con los factores anteriormente mencionados.

En un primer momento pensamos averiguar la correlación entre el consumo de alcohol y el país de origen de cada familia, pero pronto comprendimos que en la mayoría de los casos esto último era imposible de precisar dado que la familia del padre podía proceder de otra nación que la de la madre, y que de todos modos las costumbres del país de origen son abandonadas al poco tiempo de vivir en la Argentina.

No intentamos, por ahora, investigar las correlaciones seguramente existentes entre el cuadro clínico que motiva la consulta y el consumo de alcohol. Esta cuestión podrá ser tema de futuras investigaciones; porque está trabajo tiene por objetivo principal llamar la atención sobre la frecuencia del alcoholismo en los niños. La importancia de esta toma de conciencia salta a la vista, porque está científicamente establecida, de manera indudable, la nocividad del alcohol, nocividad proporcionalmente mucho mayor cuanto más corta sea la edad del que los ingiere.

Para todo el trabajo estadístico hemos contado con la fundamental colaboración de la Señorita Carolina Musacchio, profesora de matemáticas y licenciada en psicología de la Universidad de Buenos Aires; y con la Dra. Rebeca Zeilicoff de Joffe, quien en particular, se ocupó de administrar la encuesta.

Tomamos al azar, con técnica rigurosa, una muestra de cien personas concurrentes al Servicio para llevar a sus hijos, entre octubre de 1965 y diciembre de 1966. Estas fechas deben tenerse presentes para apreciar las cifras de los ingresos de cada familia.

Se analizó la muestra según distintas variables. En efecto, en cada caso averiguamos:

- a) Qué cantidad de vino se da por día al niño.
- b) Cuáles son los ingresos de dinero.
- c)Cuál es el grado de instrucción del padre.
- d) Qué características tiene la vivienda que ocupa (numero de habitaciones y si disponen de agua corriente o de pozo).
- e) Qué numero de personas constituye la unidad familiar. Al considerar los ingresos y el grado de instrucción trabajamos con datos referentes al padre, siempre que ello fue posible, por considerar que el status familiar se adscribe en nuestra sociedad al status

paterno.

Al mismo tiempo, cada persona investigada fue sometida a una encuesta, consistente en cinco proposiciones presentadas todas ellas en forma afirmativa, y que fueron:

- 1) Un poco de vino siempre hace bien.
- 2) El agua de la canilla es la mejor bebida.
- 3) El vino es la bebida de los pueblos fuertes.
- 4) No podemos negar a nuestros hijos el gusto de tomar Coca-Cola o Fanta, a no ser que estemos muy pobres.
- 5) El vino con soda no hace mal a nadie.

Para expresar u mayor o menor aceptación o rechazo de los contenidos de estos Ítems se les explicó que podían decir que estaban:

- 1) Completamente de acuerdo.
- 2) De acuerdo.
- 3) Más o menos de acuerdo.
- 4) Más o menos en desacuerdo.
- 5) En desacuerdo.
- 6) Completamente en desacuerdo.

Se les dio una séptima opción que fue escasamente usada, la de contestar: "Sin opinión".

Asignamos valor numérico a estas apreciaciones, considerando positivas a las tres primeras respuestas y valorándolas con 3 puntos, 2 puntos, 1 punto; y negativas a las ultimas valorándolas a la inversa, es decir con 1 punto, puntos, 3 puntos. Calificamos con 0 a la respuesta consistente en decir "Sin opinión". Hemos trabajado en la medición de opiniones con variables, y las hemos clasificado numéricamente de la única manes en que podemos hacerlo, pero debemos recordar que esas escalas son escalas no aditivas, de mediciones intensivas, lo que implica que no podemos decir que la reaccion emocional de un sujeto sea de una intensidad doble de la de otro o que el calificado con tres puntos tenga el triple de conformidad con una proporción que el calificado con un punto. En esta forma de medir en Psicología, es importante la relación "distancia", as decir una relación, no cuantificable, a diferencia de la operación "adición" que es imprescindible en la medición física.

Luego presentaremos los resultados de nuestra encuesta, pero des- de es importante, para nosotros, conocer la explicación de las causas que la originaron. Su hubiéramos utilizado el método Gallup, método usado en Estados Unidos para ver opiniones "si", "no", "sin opinión", podríamos haber señalado claramente la dirección de la actitud y su frecuencia numérica en el grupo considerado; pero como también hemos querido averiguar la intensidad con que se adopta esa actitud, empleamos un método semejante

al empleado por Bogardus, discípulo de Kurt Lewin, para medir actitudes frente a las problemas raciales. Hemos tratado de evitar arbitrariedades. No seguimos el método de Thurstone por no parecernos necesario, para este trabajo, la fineza de discriminación de 0 a 12 puntos que el usó en su clasificación de cerca de 40 ítems. Desde luego, a nuestra encuesta se le puede hacer la crítica que siempre se hace a cualquiera no anónima sobre actitudes: que las opiniones que se dan no guardan necesariamente una relación directa con las acciones; pero hemos tratado en lo posible de reducir la importancia de este hecho tomando la encuesta y el interrogatorio que la sigue en la forma mas objetiva posible para que suscitara solo ansiedad mínima inevitable y además trabajando con una muestra lo bastante grande como para permitirnos ligar las respuestas a las acciones de los sujetos investigados.

Nos parece que los resultados que consignamos son razonablemente exactos, ya que en las ciencias sociales, como dice Torgerson, "estamos muy limitados a la medición por "definición arbitraria", en la que no hay nada erróneo ni lógicamente incorrecto y que ha conducido a muchos resultados en el campo de la determinación cuantitativa de los rasgos de la personalidad. La medición de costumbres, eficiencia, tendencias y emoción, tanto como la mayoría de los índices sociológicos y económicos es preponderantemente medición de este tipo" (1).

Queremos hacer una observación: dado que sobre nuestra muestra hemos trabajado con determinados porcentajes, que ponen de relieve ciertas conductas y señalan actitudes imposibles de medir directamente, nos parece conveniente mostrar hasta que punto cada numero es un índice confiable de la conducta que nos interesa.

Presentamos como ejemplo el tratamiento de un porcentaje —71 % .-en este caso— cuyo E. S. averiguamos con un intervalo de confianza de 0,99

$$E. S. \% = \sqrt{\frac{P Q}{N}}$$

**Consideramos la distribución normal, ya que P es menor del 95 % y mayor del 5 % y N = 100**

$$E. S. 71 \% = \sqrt{\frac{71 \times 29}{100}}$$

$$E. S. = 71 \pm 2,58 \times 4,5$$

Esto nos permite decir que hay 99 probabilidades entre 100 de que el porcentaje de personas comprendidas sea por lo menos del 59,39 % y no mayor del 82,61 %.

Del mismo modo hemos trabajado con la mayoría de los porcentajes empleados, para su mayor confiabilidad.

Estudio de nuestra estadística: El 71 % de la muestra percibe entre m\$. 10.000.— a m\$. 40.000. distribuidos, en proporción aproximadamente igual, en las categorías m\$. 10.000.— a m\$. 20.000.— m\$. 20.000.— a m\$. 30.000 y m\$. 30.000.— a m\$. 40.000.— (9. Las unidades familiares están constituidas por cantidades diversas de personas, pero la mas frecuente —\$9 de los casos de la muestra— es lo de cuatro: matrimonio con dos hijos; siguiéndole is de tres: matrimonio con un hijo— 28 de los, casos de la muestra.

En el cuadro 1 figuran los ingresos y el nivel de instrucción. El .56 % de los padres de la muestra tiene estudios entre 3ro. y 6to. grado. Algo menos que la mitad de este porcentaje —22 %— ha iniciado los estudios secundarios y un 10 % no ha pasado de 2do. grado.

Hemos establecido dos categorías: de 0 a 2do. grado y de 3ro. a 6to. en la escuela primaria, por considerar que la primera es de "analfabetos potenciales", fundamentalmente distinta de los otros niveles.

En la muestra que estudiamos no hay correlación entre nivel de escolaridad e ingresos percibidos, o sea que una diferencia sensible en los ingresos, no corresponde a una variación homóloga en escolaridad.

INGRESOS (en pesos)	Nivel de instrucción					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Hasta 10000	5	2	-	-	-	7
10000 a 20000	2	20	1	1	-	24
20000 a 30000	3	17	4	1	1	26
30000 a 40000	-	8	12	1	-	21
40000 a 50000	-	5	2	5	-	12
Más de 50000	-	3	3	1	2	9
Desconoce	-	1	-	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>56</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	

Nivel de Instrucción

1: Hasta 2° grado

2: 3° a 6° grado

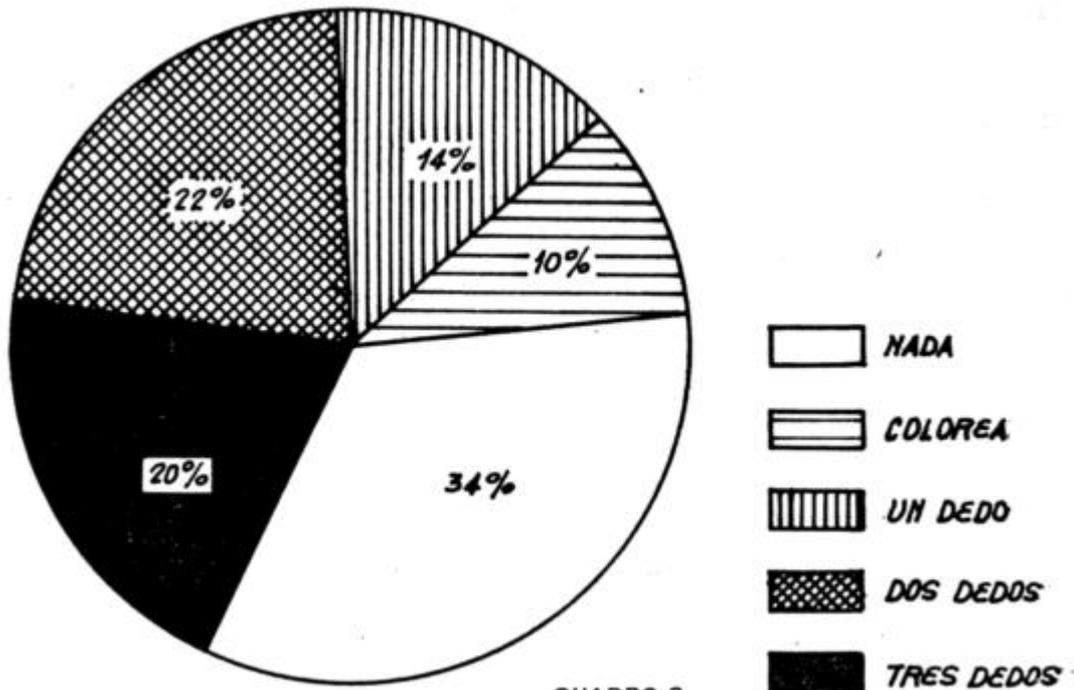
3: Secundar. Incompl.

4: Secundar. Completa

5: Más que Secundar.

CUADRO 1

Un 12 % de los padres de la muestra han completado sus estudios secundarios y de ellos una cuarta parte son profesionales. En cuanto a, los ingresos, del total de investigados sólo el 9% percibe más de



CUADRO 2

m\$. 50.000.— mensuales y aproximadamente las tres cuartas partes de 'la muestra redondea alrededor de m\$. 30.000.—.

En el cuadro 2 se expresa gráficamente cuál es la actitud de los -padres en lo referente a dar de beber a sus hijos y en qué cantidad.

En el cuadro 3 se presenta, en forma gráfica, a los niños agrupados -en cinco categorías, según la cantidad de vino que ingieren por día, desde "nada" hasta "3 dedos". Esas categorías a pesar de que pueden parecer un tanto ambiguas o imprecisas, nos han resultado las más eficaces al hacer el interrogatorio.

EDAD	CANTIDAD DE VINO BEBIDA					TOTAL
	NADA	COLOREA	UN DEDO	2 DEDOS	3 DEDOS	
13	2	1	1	2	-	6
12	3	1	2	1	-	7
11	3	-	1	4	4	12
10	4	1	3	6	6	20
9	4	1	2	2	6	15
8	4	-	1	4	3	12
7	5	-	1	-	1	7
6	5	1	-	2	-	8
5	3	1	2	-	-	6
4	-	4	-	1	-	5
3	-	-	-	-	-	-
2	1	-	1	-	-	2
TOTAL	34	10	14	22	20	

CUADRO 3

En la muestra recogida, encontramos que a los niños más pequeños sólo se les permite

"colorear el agua con vino", mientras que los mayores beben 2 o 3 dedos de vino diariamente. El porcentaje más alto es el de los que ingieren dos dedos de vino.

Con estos datos verificamos la manera en que aumenta el consumo de alcohol con la edad.

En el cuadro 4 se exponen las variables "cantidad de vino" y "nivel de ingresos", consignando además si se trata de familias que tienen provisión de agua corriente o no, debiendo entonces usar la de pozo. La proveniencia del agua no parece influir. No encontramos correlación directa entre el consumo de vino y que el agua sea de pozo, como tampoco pudimos hallarla con el nivel de ingresos.

En el cuadro 5 se consigna el nivel de instrucción del padre y la cantidad de vino que los niños beben. Tomamos el dato de los padres

Cantidad de vino		I N G R E S O S						Desog noce	TOTAL
		Hasta 10000	10000 a 20000	20000 a 30000	30000 a 40000	40000 a 50000	Más de 50000		
NADA	C	2	4	5	5	5	2	1	24
	P	1	3	5	-	-	-	-	9
	T	3	7	10	5	5	2	1	33
COLO- REA	C	1	2	4	1	-	1	-	9
	P	-	-	1	-	-	-	-	1
	T	1	2	5	1	-	1	-	10
UN DEDO	C	-	4	2	2	1	-	-	9
	P	-	-	2	2	-	-	-	4
	T	-	-	4	4	1	-	-	13
DOS DEDOS	C	-	3	4	4	4	1	-	16
	P	1	3	2	1	-	-	-	7
	T	1	6	6	5	4	1	-	23
TRES DEDOS	C	2	4	-	5	2	4	-	17
	P	-	1	1	1	-	1	-	4
	T	2	5	1	6	2	5	-	21
TOTAL	C	5	17	15	17	12	8	1	
	P	2	7	11	4	-	1	-	
	T	7	24	26	21	12	9	1	

CUADRO 4: Refer: C, agua corriente; P, agua de pozo; T, Total

Cantidad de vino	NIVEL DE INSTRUCCION					TOTAL	TOTAL
	1	2	3	4	5		
NADA	C	3	12	2	5	2	24
	P	1	6	2	-	-	9
COLOREA	C	1	4	2	1	1	9
	P	-	1	-	-	-	1
UN DEDO	C	-	6	2	1	-	9
	P	1	1	2	-	-	4
DOS DEDOS	C	2	8	5	1	-	16
	P	-	7	-	-	-	7
TRES DEDOS	C	2	8	6	1	-	17
	P	-	3	1	-	-	4
VARIABLE	C	-	-	-	-	-	-
	P	-	-	-	-	-	-
TOTAL		10	56	22	9	3	

CUADRO 5

por considerar que en nuestra sociedad el status familiar depende fundamentalmente del paterno. No encontramos correlación significativa entre estos hechos.

En efecto, al estudiar los datos de los cuadros 4 o 5, para determinar matemáticamente una posible correlación, aplicamos  $X^2$ .

**PRUEBA DE  $X^2$  ENTRE SUELDOS SEPARADOS EN DOS CATEGORIAS Y LA ACTITUD DE DAR O NO A BEBER VINO A LOS HIJOS**

**S U E L D O S**

VINO Sueldos	Menos de 20.000	Más de 20.000	Total
No dan vino	10	23	33
	10,23	22,77	
Dan vino	21	46	67
	20,77	46,23	
Total	31	69	100

$$\chi^2 = \frac{(fo - ft)^2}{ft}$$

$$\chi^2 = \frac{(10 - 10,23)^2}{10,23} + \frac{(23 - 22,77)^2}{22,77} + \frac{(21 - 20,77)^2}{20,77} + \frac{(46 - 46,23)^2}{46,23}$$

$$0,0051 + 0,0023 + 0,0025 + 0,0011 = 0,0110$$

Este resultado  $\chi^2 = 0,0110$  no es significativo, por lo cual no podemos establecer que hay una relación entre status económico y actitud de dar o no vino a los niños.

**PRUEBA DE  $\chi^2$  ENTRE NIVEL DE INSTRUCCION SEPARADO EN DOS CATEGORIAS Y LA ACTITUD DE DAR O NO A BEBER A LOS NIÑOS**

VINO Instrucción	Hasta 6º grado	Más de 6º grado	Total
No dan vino	22 21,78	11 11,22	33
Dan vino	44 44,22	23 22,73	67
Total	66	34	100

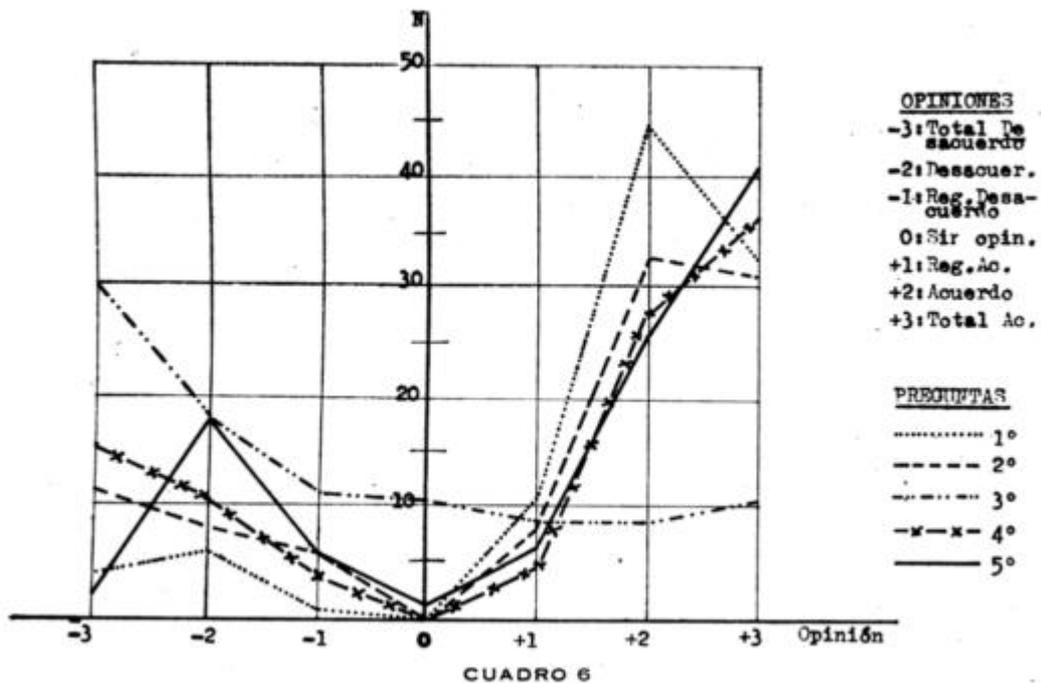
$$\chi^2 = \frac{(fo - ft)^2}{ft}$$

$$\chi^2 = \frac{(22 - 21,78)^2}{21,78} + \frac{(11 - 11,22)^2}{11,22} + \frac{(44 - 44,22)^2}{44,22} + \frac{(23 - 22,78)^2}{22,78}$$

$$0,0022 + 0,0043 + 0,0011 + 0,0021 = 0,0097$$

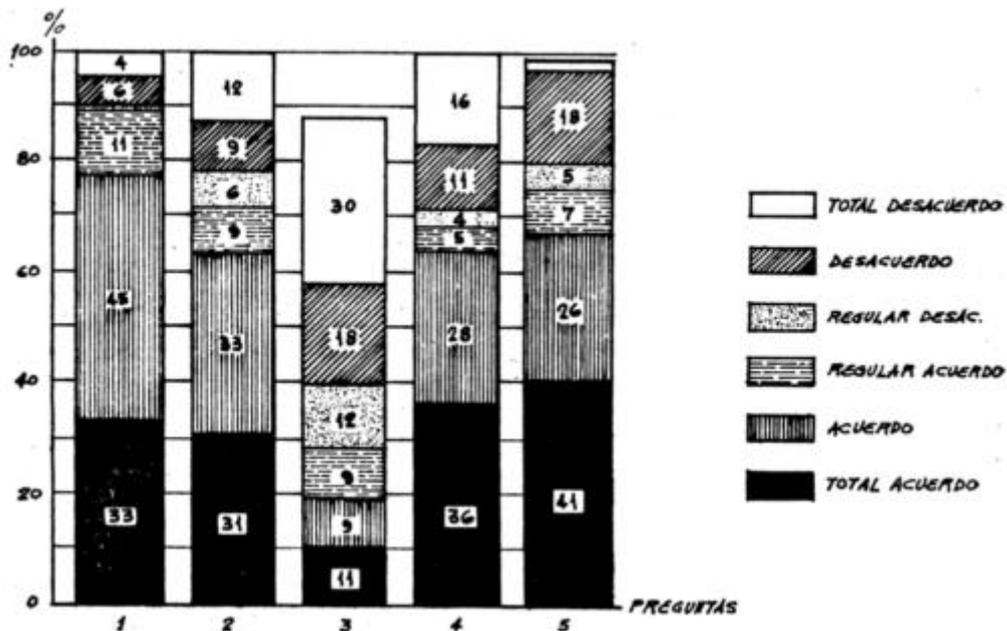
Este resultado 0,0097 no es significativo, por lo que tampoco podemos fundar la hipótesis de asociación entre variables "nivel de instrucción" y "dar o no vino a los niños", en nuestra muestra.

**Encuesta:** La distribución de respuestas ha sido estudiada en cada uno de los ítems (Ver cuadros 6 y 7):



El ítem N° 1 "un poco de vino siempre hace bien" obtiene un general asentimiento, con 45 respuestas "completamente de acuerdo" y 33 respuestas "de acuerdo", lo que indica una amplia aceptación por más de las 3/4 partes de los encuestados, un 78 %; hay además 11 respuestas "mas o menos de acuerdo" y una "más o menos en desacuerdo". El rechazo "en desacuerdo" y "completamente en desacuerdo" se da solo en 10 respuestas.

Frente al ítem N° 2 "el agua de la canilla es la mejor bebida", el acuerdo es algo menor: representa cerca de las 2/3 partes de las respuestas. El desacuerdo, en cambio, supera al que se dio frente al primer ítem: en un 12 % de respuestas "completamente en desacuerdo" y un 9 % "en desacuerdo", es decir un 21 %, de desacuerdo franco en este ítem N° 2; mientras que frente al ítem N° 1 estaba "completamente en desacuerdo" el 4 % y "en desacuerdo" el 6 %, por tanto únicamente un 10 % de desacuerdo franco. De manera que la cantidad de personas opuestas a la idea de que el agua común sea la mejor bebida es el doble de las que rechazan que el vino, aun en cantidad moderada, sea dañino.



CUADRO 7

Por todo esto resulta un tanto paradójico que la mayor cantidad de desacuerdos se produzca al presentárseles a los sujetos el ítem N° 3 "el vino es la bebida de los pueblos fuertes", aproximadamente la mitad de los encuestados expresan con más o menos vehemencia su rechazo a esta idea. Tal proporción no se registra en ningún otro ítem. También es notable que éste sea prácticamente el único ítem frente al cual los sujetos se abstengan de opinar 11 personas no respondieron nada. Esta conducta, fuera de, aquí, se observa sólo una vez, en el ítem N° 5 sin ser significativa.

En el ítem N° 4 "no podemos negar a nuestros hijos el gusto de tomar Coca-Cola o Fanta, a no ser que estemos muy pobres", el 36 % de los sujetos responde "completamente de acuerdo" y el 28 % "de acuerdo"; es decir que un 64 % de los encuestados aceptan ampliamente esta idea.

En el ítem N° 5 "el vino con soda no hace mal a nadie" la aceptación de esta idea es aun mayor: el 67 % de los investigados, es decir en proporción ligeramente más alta que en el ítem precedente: pero la aceptación amplia y sin reservas, "completamente de acuerdo" se da en el 41 % y la aceptación "de acuerdo" en el 26 %.

Para lograr una visión clara de estos datos, haremos un nuevo ordenamiento, resumiendo las seis posibilidades de respuestas en tres. Así, aunque perdiendo algo de la finura discriminativa, podemos tener una más nítida visión de las posiciones básicas de los investigados.

- 1) Acuerdo (respuestas "completamente de acuerdo" y "de acuerdo")
- 2) Indecisiones (respuestas "mas o menos de acuerdo" y "más o menos en desacuerdo").

3) Desacuerdo (respuestas "completamente en desacuerdo" y "en desacuerdo").

Aquí resultan evidentes ciertas relaciones: las respuestas que expresan acuerdo (<sup>1</sup>) son 2,32 veces más abundantes que las que expresan desacuerdo (<sup>3</sup>), y se dan en una frecuencia 3,61 veces mayor que las que indican indecisión (<sup>2</sup>). Las respuestas definidas —sea en el sentido de la aceptación o del rechazo son 419 (lo que resulta de sumar 293 más 126) para un total de 500 respuestas; es decir un 84 % de aceptación o rechazo decididos. Lo cual indica que el sentido de los ítems fue bien comprendido y que es válida la aplicación de los mismos para nuestra investigación.

Toda nuestra estadística, aunque de muy rico contenido, no basta para apreciar cabalmente ciertos aspectos de las creencias que obran sobre nuestra población como determinante del alto nivel de alcoholismo registrado. Después de anotar las respuestas a los ítems, preguntamos a cada encuestado sobre cómo había entendido el ítem y por qué había contestado en tal o cual forma. El análisis de las respuestas frente a cada ítem y frente a este ulterior interrogatorio, nos permitirá extraer datos de valor para nuestro estudio de psicología social.

### **Análisis de la conducta de los sujetos frente a cada ítem de la encuesta**

**Ítem Nº 1: "Un poco de vino siempre hace bien".** Al preguntárseles, a las personas que habían expresado acuerdo (78 %), sobre el por qué de esta aceptación, se playaron alrededor de "lo ventajoso que resulta el vino para la digestión", de que "es indispensable al comer ciertas comidas" y "eficaz cuando hay baja presión". También señalaron que "aumenta las calorías", haciendo múltiples consideraciones acerca de sus benéficos efectos sobre el apetito. Muchos encuestados dijeron que el vino es especialmente bueno para quienes deben trabajar al aire libre: "soy labrador y cuando tomo vino tengo más fuerza, estoy más caliente"; en los trabajos del campo hace falta para bajar la comida"; "el organismo necesita un poco de alcohol cuando uno sale afuera".

Los interrogados muchas veces se apoyaron en los consejos médicos. Según ellos los médicos consideran positivo el use del vino: "lo tomamos por consejo medico, no porque nos guste beber"; "los doctores indican que un poco de vino siempre es bueno para la salud"; "el doctor le hizo tomar vino a mi esposo porque estaba delgado, y ahora está lo más bien".

Las escasas opiniones en contra se basan en que "puede marear", "da sueño", "perjudica a quienes tienen la presión alta", "es malo si uno se excede en la cantidad", o "no hace bien a los nervios".

Vemos que los argumentos opuestos al consumo son mucho más tibios que los favorables. Entre las respuestas adversas hay sólo una que toma en cuenta a los niños,

diciéndose que "no les hace bien porque los excita".

OPINIONES	I N S T R U C C I O N					TOTALES
	Hasta 2° grado	De 3° a 6° grado	Secund. Incom.	Secund. Compl.	Univ.	
TOTAL ACUERDO	2	20	8	3	-	33
REGULAR ACUERDO	1	6	2	1	1	11
ACUERDO	6	26	10	3	-	45
REGULAR DESACUERDO	-	1	-	-	-	1
DESACUERDO	-	3	-	2	1	6
TOTAL DESACUERDO	1	-	2	-	1	4
SIN CONTEST.	-	-	-	-	-	-
TOTAL	10	56	22	9	3	

CUADRO 8

Ítem Nº 2: "El agua de la canilla es la mejor bebida". La aceptación de este ítem se hace con muchas reservas. Así se hace la aclaración de que hay que desconfiar del agua de pozo, por lo cual debe hervírsela. En general, se teme que el agua puede estar contaminada y el gusto que le dan los desinfectantes y en particular el cloro despierta aprensiones. Dicen que "muchas veces puede caer pesada", "que el agua de los tanques no inspira confianza", que "cuando es de bomba hay que hervirla porque tiene microbios". Obras encuestadas responden: "los médicos dicen que hay que hervirla", "cuando está contaminada y hay que hervirla, no la tomamos"; "le tengo desconfianza, cae pesada, viene mala", e incluso una nos expresa su escándalo ante el agua preguntándonos: "¿Cómo se va a tomar un vaso de agua fría después de un plato de sopa caliente?". Es indudable que se fantasea con un impreciso peligro oculto en el agua. Pero también se nos hicieron reflexiones tranquilizadoras respecto al agua, sobre todo apoyándose en la responsabilidad de las organizaciones estatales de Salud "El Gobierno la manda por las cañerías y no puede ser que el Gobierno perjudique al pueblo"; "Si Obras Sanitarias desinfectó bien, no tiene microbios"; "La radio y el diario avisan cuando no hay que tomarlas".

A favor del consumo de agua, se dice: "Es lo más sano que puede existir"; "Es lo más natural"; "Es antialcohólica"; "Cuando uno está hastiado de las bebidas, un poco de agua a veces cae bien"; "Es muy buena, si sale de mucha profundidad"; "La de canilla si es buena"; "El cristiano necesita agua".

OPINIONES	I N S T R U C C I O N					TOTALES
	Hasta 2º grado	De 3º a 6º grado	Secund. Incom.	Secun. Compl.	Univ.	
TOTAL ACUERDO	5	16	5	3	2	31
REGULAR ACUERDO	-	4	3	2	-	9
ACUERDO	5	19	5	3	1	33
REGULAR DESACUERDO	-	5	1	-	-	6
DESACUERDO	-	4	5	-	-	9
TOTAL DESACUERDO	-	8	3	1	-	12
NO CONTEST.	-	-	-	-	-	-
TOTAL	10	56	22	9	3	

Cuadro 9

**Ítem Nº 3: " El vino es la bebida de los pueblos fuertes".** Utilizamos como ítem esta frase que hace unos los sirvió de slogan para la propaganda del vino. En los carteles con la frase, aparecía un soldado romano y un atleta contemporáneo empujando sendos vasos de vino. Y con sorpresa encontramos que, a pesar de la amplia aceptación del vino registrada por el primer ítem, este tercer ítem provocó una reacción negativa; sin duda condicionada por la clara finalidad comercial del afiche con la frase y los dibujos. Los encuestados se mostraron en una actitud defensiva frente al ítem, por intuir en el mismo una intención de influirlos y manejarlos para aumentar las ganancias de los productores. En algunas respuestas, el ítem es comentado burlescamente. Encontramos, por ejemplo, las siguientes respuestas: "No es la bebida lo que hace fuerte a un pueblo: el estar bebido les hace pensar que son fuertes"; "El bebido no puede estar fuerte, por que no puede hacer nada"; " Las personas tiradas por el suelo y perdidas por el vino, no pueden ser fuertes"; "Llega un momento en que lleva a la perdición"; "Hay gente que por tomar vino es un despojo humano"; "No sé cómo será fuerte un pueblo todo borracho";

"El vino idiotiza a la gente"; "El vino arruina los hogares". Las mismas personas que aceptaron el ítem N° 1, formulan estas apreciaciones en contra del slogan, con lo cual expresan una rebeldía frente al ardid de la propaganda que atribuye al vino la propiedad de otorgar fuerza, y en realidad busca aumentar la ganancia de los productores. Muy duramente fue calificado el pueblo que toma vino, atribuyéndole un grave descontrol en el use del mismo. Estas mismas personas que así reaccionaron —con tanta oposición— frente al ítem N° 3, -después de haber aceptado al N° 1, volvieron a estar de acuerdo con -el N° 5: "El vino con soda no hace mal a nadie". Esa conducta es discordante. Se acepta que "un poco de vino siempre hace bien" y que "el vino con soda no hace mal a nadie" y se rechaza que "El vino es la bebida de los pueblos fuertes".

OPINIONES	I N S T R U C C I O N					TOTALES
	Hasta 2º grado	De 3º a 6º grado	Secund. Incompl.	Secund. Compl.	Univ.	
TOTAL ACUERDO	1	8	1	1	-	11
REGULAR ACUERDO	2	5	1	1	-	9
ACUERDO	-	5	3	1	-	9
REGULAR DESACUERDO	1	8	2	1	-	12
DESACUERDO	1	10	6	1	-	18
TOTAL DESACUERDO	5	13	6	3	3	30
NO CONTEST.	-	7	3	1	-	11
TOTAL	10	56	22	9	3	

CUADRO 10

Esto indicarla que se admite ampliamente la inocuidad o los beneficios del consumo moderado del vino; pero que se percibe el perjuicio de beberlo habitualmente en cantidad, y que surge desconfianza, rechazo y hasta una cierta indignación frente al slogan publicitario. Las encuestadas se defendieron al sentir que la propaganda comercial pretendía engañarlas para hacerles consumir más vino. Todo esto se relaciona seguramente con el hecho de que en Buenos Aires, a pesar del gran consumo de alcohol, no se ven borrachos por la calle. Hay una repulsa social al estado de embriaguez.

**Ítem N° 4: "No podemos negar a nuestros hijos el gusto de tomar coca-cola o**

**fanta a no ser que estemos muy pobres".** Frente a este ítem se observa una correlación negativa entre el nivel socio-económico y la importancia que se le otorga a poder adquirir bebidas sin alcohol. Tanto más bajo es el nivel socio-económico, tanto más se aprecia el poder tomar bebidas sin alcohol, porque se imagina que son las clases alias las que hacen use de ellos. El agua es menospreciada porque es gratis. El consumo de bebidas sin alcohol es supuesto como propio de la gente de un rango social y económico superior al de las encuestadas y por esto tratan de proporcionar a sus hijos tales bebidas que para ellas son como un "símbolo" del status del grupo de referencia. Estas actitudes son típicas de las sociedades como la nuestra en las que se compite por el ascenso en la escala de status. Esta fantasía de que la condición social se revela a través del consumo de este tipo de bebidas es estimulada por la propaganda de los fabricantes: en los carteles, en la televisión y en el cine, aparece gente muy bien vestida, jóvenes sonrientes y despreocupados, ubicados en lugares amueblados con el mejor gusto, o a bordo de un yate o en un cuidado jardín, o practicando deportes caros, y con vasos y botellas de las bebidas mencionadas. Todo el contexto sugiere la abundancia de medios económico.

Si analizamos la encuesta, nos aparece con claridad la correlación negativa entre la posición socio económica real y el aprecio por estas bebidas. Así entre otros muchos ejemplos, equivalentes, las encuestadas nos dicen:

"No se puede privar a los chicos de esto, nada menos" (\$ 2.000 min).

"Me privaría yo de cualquier cosa, antes de privar a mi hijo de esto" (\$ 8.200 min.).

"El padre y la madre pueden privarse de cualquier cosa, pero nunca privar al hijo de algo así" (\$ 9.000 min.).

"Por pobres que seamos, debemos darles ese gusto; me iría a trabajar de lavandera para dárselo" (\$ 10.000 min.).

"No puede negárseles tanto; sólo si uno verdaderamente, de ninguna forma pudiera" (\$ 10.000 min.).

"Me quedo sin comer yo, pero a los chicos no los privaría nunca de estas bebidas" (\$ 18.000 min.).

"Hay que darles siempre que se pueda" (\$ 20.000 min.).

"De cualquier forma, hay que arreglarse para dárselas" (\$ 20.000). "Aunque yo estuve muy pobre, se las he dado igual" (\$ 21.000). "Somos gente pobre, pero a los chicos nunca les faltará nada para beber o comer" (\$ 30.000).

"Si una es madre, no tiene otra solución que dárselas". (Desconoce ingresos).

En cambio, no les dan mayor importancia a estas bebidas las que cuentan con ingresos mayores, por ejemplo:

"Se las saqué a mis hijos porque quita el apetito, altera las comidas es vicio" (m\$n.

55.000).

"Le podría dar todos los días, pero creo que le hace mal (m\$ñ 50.000).

"No cuestan tanto como para no poder comprarlas, pero es un vicio (m\$ñ. 40.000).

"No es una norma comprarlas, porque a algunos les hace 40.000).

"Puede ser, pero nunca hay que darle ciertos vicios" (m\$ñ. 36.000)-

"Hay que privarlos de algo, para así lo aprecien cuando lo tienen" (m\$ñ. 30.000 }.

"No es necesario estar muy pobre, la carne y la leche es lo principal" (m\$ñ. 30.000 ).

OPINIONES	I N S T R U C C I O N					TOTALES
	Hasta 2º grado	De 3º a 6º grado	Secund Incomp	Secund Compl.	Univ.	
TOTAL ACUERDO	4	22	6	3	1	36
REGULAR ACUERDO	-	3	1	1	-	5
ACUERDO	2	14	8	3	1	28
REGULAR DESACUERDO	1	1	1	-	1	4
DESACUERDO	1	7	2	1	-	11
TOTAL DESACUERDO	2	9	4	1	-	16
NO CONTEST.	-	-	-	-	-	-
TOTAL	10	56	22	9	3	

CUADRO 11

Es indudable que el aprecio que se hace de estas bebidas está ligado a fantasías de status. Por supuesto, las personas de nivel económico bajo no mejoran, en la realidad, de situación mediante hacer que sus chicos tomen coca cola, pero se gratifican imaginariamente con el placer que creen proporcionarles, y no soportan las fantasías penosas que surgen en ellas frente a la frustración que padecen los niños al ser privados de algo que apetecen, frustración que de todos modos pueden evitarla a bajo precio, mientras que otras más importantes y graves privaciones les resultan insuperables. Si, pueden darles coca cola a los chicos en vez de agua, tienen algún fundamento para imaginar que aun les queda margen para gastar en algo no imprescindible.

**Ítem Nº 5. "El vino con soda no hace mal a nadie".** La conducta de los sujetos investigados frente a este ítem fue muy parecida a la que tuvieron frente al primero: "un poco de vino siempre hace bien"; pero en este ítem introdujimos un elemento, la soda, que en el primero no figuraba. Y observamos, en una gran cantidad de respuestas, cómo los encuestados desplazaron sobre la soda la causa del malestar producido por el vino, atribuyéndole la causación de diversos trastornos; afirmando, por otra parte, que si el vino con soda hace algún daño es porque el que lo bebe ya está enfermo desde antes porque padece alguna minusvalía física.

Citamos algunas respuestas:

"Puro no sienta mal, con soda si".

OPINIONES	I N S T R U C C I O N					TOTALES
	Hasta 2º grado	De 3º a 6º grado	Secund. Incomp.	Secund. Compl.	Univ.	
TOTAL ACUERDO	7	24	7	2	1	41
REGULAR ACUERDO	-	3	2	1	1	7
ACUERDO	1	14	10	1	-	26
REGULAR DESACUERDO	1	3	-	1	-	5
DESACUERDO	1	10	2	4	1	18
TOTAL DESACUERDO	-	1	1	-	-	2
NO CONTEST.	-	1	-	-	-	1
TOTAL	10	56	22	9	3	

CUADRO 12

"Si el organismo es muy débil, puede hacerle mal".

"La soda es gaseosa, puede traer trastornos estomacales". "La soda hace mal".

"La soda no hace bien, el vino puro es mucho mejor".

"No hace bien porque la soda hincha".

"Puede que a alguien le haga mal; todos los organismos no son iguales".

"La soda da inflamación".

"Para el hígado de una persona delicada, la soda hace mal por el gas".

"Yo no me crié con eso. Hace mal la soda".

Es evidente que las objeciones son a la soda y que se absuelve al vino.

En las respuestas hay afirmaciones rotundas en favor del vino con soda:

"Yo lo tomo y no me hace mal".

"Es necesario a la comida".

"No puede hacer mal".

"Es sano".

"Ayuda a hacer la digestión".

"Dice el Doctor que no hace mal".

Estas aclaraciones son muy semejantes a las que surgieron en el primer ítem "un poco de vino siempre hace bien". Este ítem N° 5 es el que logra un mayor consenso afirmativo. A una sola de las personas sometidas a la encuesta, se le ocurre relacionar este ítem con los niños, diciendo simplemente: "Para los chicos no".

Del trabajo realizado podemos sacar las siguientes conclusiones, aun teniendo en cuenta que la muestra extraída del Servicio de Psiquiatría e Higiene Mental del Hospital de Niños no es representativa de la totalidad de la población:

1º) Que el alcoholismo en los niños es de extraordinaria frecuencia, hecho que debería alarmar a las autoridades.

2º) Que no existe, en la población concurrente a nuestro servicio y probablemente tampoco en la población en general, el concepto preciso y claro que el alcohol siempre es nocivo y, para los niños, gravemente nocivo:

3º) Que, al contrario, se lo imagina como inofensivo, y hasta de efectos beneficiosos, si se lo ingiere en una cierta dosis óptima, lo que se considera reprobable, no nocivo, es caer en la embriaguez. La verdad científica, ignorada, es que lo nocivo es el alcoholismo crónico aunque no se de con manifestaciones de embriaguez.

4º) Que la población examinada padece las consecuencias de una falta de información seria y educación sanitaria sobre este tema.

5º) Que, por lo contrario, en la población examinada encontramos temores y aprensiones al agua como bebida.

6º) Que nuestros niños consumen también bebidas sin alcohol y que en los niveles más modestos, se hace de ello una cuestión de status.

7º) Que es un deber de las autoridades promover una educación sanitaria adecuada e impedir la propaganda socialmente nociva de las bebidas alcohólicas.

8º) Que todo lo observado seguramente está en relación con los intereses de los industriales. En efecto, es enorme la propaganda que se hace a las bebidas alcohólicas de toda especie, así como a las sin alcohol; y muy escasa la información que llega al pueblo sobre las graves consecuencias del alcoholismo.

Sin embargo la Organización Panamericana de la Salud, desde 1953 fecha en la que se realizó en Buenos Aires el Seminario Sudamericano de Alcoholismo, comenzó a estudiar

estos ,problemas. Esta organización convocó a un grupo de estudiosos en 1966 para que se dedicase a la consideración de la epidemiología del alcoholismo. Resultado de estos esfuerzos es la publicación de "Bases para una epidemiología del alcoholismo en América Latina", con la firma de José Horwitz, Juan Marconi y Gonzalo Adis Castro, primera de las Monografías, de Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina, a cargo de los Doctores Guillermo Vidal de la Argentina, Juan Marconi de Chile, Gonzalo Adis Castro de Costa Rica y Javier Mariategui del Perú publicada en Buenos Aires, en 1967, y que conocimos después de realizado nuestro trabajo de encuesta y estadística que fue efectuado, en efecto en 1965- 1966. Aunque nosotros partimos del problema en los niños, las conclusiones a que llegamos son en sustancia totalmente coincidentes con las que surgen de la lectura de esta monografía. Así en ella leemos: "La Argentina está entre los mayores productores y consumidores de vino en el mundo. La producción de vino se triplicó en los últimos 20 años a favor de una mayor demanda producida por la propaganda, la alta calidad del producto y su relativo bajo precio", (pag. 62). "Después de Francia, Italia y Portugal, la Argentina es el país que más vino consume per cápita. El 95 % del total de la uva producida se vinifica; es muy escaso el consumo de uva fresca, pasa y jugo de uva y muy poca la cantidad de vino que se exporta. La Argentina es el país que menos cerveza consume en América Latina. En cambio el consumo de bebidas destiladas, especialmente el whisky, va en rápido aumento", (pag. 63). "Con los datos obtenidos por el instituto de Vitivinicultura, la Cámara Argentina de Cerveceros y la Dirección General Impositiva, puede calcularse que en 1965 cada argentino mayor de 15 años consumió 18,21 litros de alcohol absoluto. La industria vitivinícola, licorera y cervecera mueve ingentes capitales. Es una de las industrias que mas contribuye a ingresos en las arras fiscales. Por otra parte, despliega una activa y libre propaganda. Sólo, en marzo de 1966 se invirtieron 46.922.700 m\$. en programas de televisión en la Capital Federal. ... En la Capital Federal y en el Gran Buenos Aires, de población predominantemente europea, es notoria la actitud de rechazo frente al enfermo de alcoholismo. No se observan borrachos en las calles de la ciudad, y en las guardias de los hospitales generales, a donde concurren muchos intoxicados por el alcohol, ni siquiera se los registra en el libro de entradas. En un estudio descriptivo y exploratorio, Goldenberg, Korn, Tarnopolsky y Sluzki, aclaran muy bien la actitud del porteño frente al alcohol, el alcoholismo y el alcoholista. Transcribimos a continuación sus principales conclusiones: El 90 % de la población encuestada bebe vino —los más entre 1/4 y 1 litro por día— durante los siete días de la semana. La edad mínima en que se considera que se puede comenzar a beber es extremadamente baja. La idea acerca de ingesta ideal o teórica diaria oscila entre 1/4 y 1 litro. El consumo efectivo por adulto es muy poco mayor que el teórico. La imagen de peligrosidad adictiva del vino es muy reducida. Respecto

del alcoholista, la imagen recogida fue predominantemente peyorativa. El etilismo es catalogado, en general como un vicio. En fin, con respecto al alcoholismo, algo más de la mitad de los encuestados opinaron que es un problema importante para el país, propiciando en una ligera mayoría soluciones de tipo comprensivo frente a las de tipo restrictivo" (130. 64). En el resumen de las conclusiones de esta monografía puede leerse, en lo que respecta a la Argentina: "La Republica Argentina está entre los mayores productores y consumidores de vino' del mundo. La tasa bruta de consumo de vino per capita fue de 80,75 litros en 1966. Sumando vino, bebidas destiladas y cerveza puede calcularse que cada argentino mayor de 15 años ingiere unos 50 cc. de alcohol absoluto por día. Sin embargo los problemas del alcohol no parecen ser muy graves. En Buenos Aires y en las principales ciudades del país no se observan ebrios por las calles y el ausentismo laboral y las admisiones hospitalarias por alcoholismo parecen relativamente bajas. La tasa de mortalidad por cirrosis en Buenos Aires es del 22 por 100.000. Hasta ahora no se han hecho sino tres investigaciones de prevalencia: una en un barrio de clase popular de la Capital Federal, otro en una zona suburbana de Mendoza y una tercera en una pequeña comunidad patagónica: los resultados son 0,70, 3,30 y 8,00 por ciento, respectivamente en población adulta mayor de 15 años. Gran parte de la población argentina —blancos oriundos del Mediterráneo-- toma vino todos los días en las comidas. Esta pauta del beber, más la riqueza en proteínas y el alto nivel calórico de su alimentación, explican tal vez la contradicción entre la cantidad de alcohol ingerida y la relativamente baja morbilidad y mortalidad por el alcoholismo".

NOTA: Ahora al publicar este trabajo debemos agregar que el déficit en proteínas de la alimentación actual, en la que se restringe el consumo de carne vacuna hace mucho mas grave el problema estudiado en 1965 y 1966.

### **Notas**

1. Jaspers, Kart. "Allgemeine Psychopatologie" (1 edición, 1918). Traducción al español de la quinta edición alemana (1946) : "Psicopatología general" Buenos Aires, 1950, Tomo I, pág. 120.

1. Torgerson, Warren - "Theory and Methods of Sealing", New York, 1958, Capitulo II.

1. La muestra fue tomada entre octubre de 1965 y diciembre de 1966, lo que debe tenerse en cuenta al apreciar estas cifras. Diversos inconvenientes nos impidieron publicar antes este trabajo.