

SENTIDO DE VIDA Y PREVENCIÓN

Diversas investigaciones permiten afirmar que la adicción está ligada a una situación de falta de sentido de vida, es decir, que las consecuencias de la opción adictiva son siempre de vacío existencial, y viceversa, que las consecuencias del vacío existencial son la opción adictiva, como forma de refugio ante la frustración existencial.

El sentido de la vida es la percepción afectiva-cognitiva de valores (sé que valen y siento que valen) que mueven a la persona a actuar de un modo u otro ante situaciones específicas o la vida en general, dando coherencia e identidad propia. El sentido de vida es entendido como el polo de mayor objetividad de la fibra de valores (Valores más universales, objetivos, de mayor durabilidad en el tiempo, de mayor vivencia de cumplimiento y mayor cercanía al valor absoluto), es decir, situaciones en donde se abrazan posibilidades más cercanas al polo objetivo dan más sentido que aquellas posibilidades más cercanas al polo subjetivo, de tal manera que para algunos dará sentido comer un chocolate y para otros ser justo con su hijo, sólo que la percepción y vivencia de sentido será más fuerte cuando la misma se acerca más al polo objetivo (ej. Ser justo). En cuanto a esta aclaración acerca del sentido de vida, vale la pena evitar la introducción de un término ambiguo, al intentar diferenciar entre sentido y significado, por lo cual, entiéndase sentido y significado como sinónimos, si la referencia es a la interpretación de una situación y no se hable específicamente del tema del sentido de la vida, para lo cual será importante decir, que lo que da más sentido o significado de vida es lo referido al tema de los valores cercanos al polo objetivo, y no simplemente a la interpretación que hago de una situación, motivo por el cual, la búsqueda de sentido iría más allá de la búsqueda de coherencia e identidad, aunque la misma sea un resultado de tal descubrimiento.

Ahora bien, en la denominada era del vacío, en donde la búsqueda de placer y el ocio de las sociedades opulentas se combinan en un contexto en donde los valores subjetivos y la necesidad de satisfacción inmediata es lo que prima, el sentido de la vida se confunde con el placer, entrando las sustancias como tecnologías de consumo asociadas a este escenario de diversión. Las actividades recreativas, la industria del entretenimiento y la búsqueda de placer son algunas de las características que mejor definen esta parte inicial del milenio. Esta confusión entre placer y sentido, permite que la búsqueda exagerada de placer a través de conductas de riesgo sea parte de un modelo único de diversión que se plantea como respuesta a este espíritu de la época

Por ello, la prevención y el sentido de la vida van de la mano con la identidad, la coherencia y los valores, pues los no-consumidores creen más frecuentemente que consumir sustancias no tiene sentido en una vida con objetivos claros, a diferencia de

los consumidores que creen que quienes no consumen no lo hacen por desconocimiento o temor; de igual forma, los consumidores asumen estos consumos como parte de la identidad que construyen, siendo esto un elemento que hace que sea más difícil la concepción de un estilo de vida diferente. Sin embargo, y de manera justificatoria y de propuesta de solución, el argumento de los no-consumidores pasa por la presencia de mayores motivaciones para tener conductas saludables. Es allí, en donde los valores como estructura del sentido de la vida se convierten en algo que se puede llamar un macrofactor protectorio, en contraposición a la carencia de claras motivaciones de vida, la falta de puntos de referencia y la ausencia de valores, y el sin sentido que empuja a la búsqueda de soluciones desesperadas; siendo obviamente protectorio cuando la captación de sentido se acerca al polo de mayor objetividad y no se confunde con el placer (aunque vale la pena decir que el sentido en sí mismo y como consecuencia da placer).