

La diversión sin drogas:

Utopía y realidad



→ Amador Calafat Far

→ Cesareo Fernández Gómez

→ Montserrat Juan Jerez



→ Elisardo Becoña Iglesias

→ Enrique Gil Carmena



LA DIVERSIÓN SIN DROGAS: UTOPIÍA O REALIDAD

Amador Calafat Far
Cesáreo Fernández Gómez
Montserrat Juan Jerez
Elisardo Becoña Iglesias
Enrique Gil Carmena

Colaboradores:

Ruth Arias Esquer
Margalida Ros Rubí
Flora Rosal Bertrand



MINISTERIO
DEL INTERIOR

DELEGACIÓN DEL
GOBIERNO PARA
EL PLAN NACIONAL
SOBRE DROGAS

I R E F R E A



ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
INTRODUCCIÓN	9
Jóvenes, diversión y drogas ¿Por qué mirar hacia los no-consumidores?	9
Los no-consumidores como punto de referencia en el mundo recreativo	11
Acerca de este libro	15
1. JÓVENES EN EL ÁMBITO RECREATIVO. UN ESPACIO PARA LA DIVERSIDAD. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS NACIONALES	21
1.1. Estilos y niveles de consumo de drogas entre los jóvenes que salen de marcha y características asociadas: Encuestas nacionales	23
1.2. Variables sociodemográficas	24
1.3. Salud y bienestar físico y emocional	26
1.4. Familia, implicación social y amigos	26
1.5. Consumo de drogas: motivos y percepción del riesgo	30
2. RELEVANCIA DE LOS ESTILOS RECREATIVOS: MODELO IREFREA SOBRE LOS FACTORES DE RIESGO EN EL ABUSO DE DROGAS	31
2.1. Características personales	37
2.2. Gestión de la vida recreativa en el fin de semana	44
2.3. Entorno social y familiar	50
2.4. Actitudes, percepción de riesgos y expectativas relacionadas con las drogas	57
2.5. Modelo global y predicción del uso de drogas	65
2.6. A modo de resumen	70
3. LOS JÓVENES QUE NO CONSUMEN EN EL MODELO HEGEMÓNICO DE DIVERSIÓN	73
3.1. La lógica de la diversión rápida, el placer rápido	76
3.2. La experiencia de la diversión para los no consumidores	79
3.3. Economía	83
3.4. Relación entre jóvenes sobrios y consumidores de drogas	87
3.5. Relaciones de pareja	91

4. VULNERABILIDAD O INMUNIDAD ANTE EL CONSUMO DE DROGAS. RIESGO Y CONTROL	93
4.1. Conductas de Riesgo	95
4.2. Normas legales y sociales ante las drogas.....	97
4.3. El autocontrol. El ideal de todos.....	99
4.4. Estrategias de afrontamiento ante el consumo.....	103
5. PROGRAMAS DE PREVENCIÓN EN EL ESPACIO RECREATIVO	107
5.1. Propósito de la revisión	111
5.2. Resultados y discusión.....	114
6. CONCLUSIONES	135
6.1. El modelo IREFREA. Una mirada al contexto recreativo hegemónico.....	137
6.2. Consumidores y abstinentes, varones y mujeres	140
6.3. Control y Riesgos	143
6.4. El panorama de la prevención en el contexto recreativo	146
6.5. Reflexiones finales orientadas a la prevención	149
6.6. Orientaciones preventivas.....	150
BIBLIOGRAFÍA	155

INTRODUCCIÓN

JÓVENES, DIVERSIÓN Y DROGAS ¿POR QUÉ MIRAR HACIA LOS NO-CONSUMIDORES?

“Nosotros, los que no consumimos drogas, estamos en contra de la imagen general que se tiene de la juventud. Lo que queremos es que nos tengan en cuenta sin que para ello tengamos que beber y fumar” (Mujer 18 años).

El público que participa en el espacio recreativo es diverso y plural. Coexisten distintas subculturas con distintas lógicas ante la diversión, distintos estilos de consumo, distintos grupos de edad. El colectivo de jóvenes que no consumen drogas o el de los consumidores muy moderados es uno de los más numerosos entre ellos. Este colectivo también forma parte del entramado de la diversión pero están siendo relegados al lado no visible de los estudios, como un colectivo sin interés. La mayoría de estudios que tratan de entender a los jóvenes en relación a la diversión ponen el foco en el grupo de consumidores, como si fuese el único colectivo que sale para divertirse. Los consumidores de drogas y alcohol pues se han terminado convirtiendo en el ‘único’ referente tanto desde el punto de vista de los medios de comunicación como de los expertos. La concentración de estudios sobre los jóvenes consumidores de drogas hace que las políticas o los programas preventivos se concentren preferentemente en la lógica de estos consumidores, en especial los programas que se implementan en el espacio recreativo. Sin embargo, ese grupo es insuficiente para explicar por sí solo toda la escena recreativa.

Los jóvenes que no consumen alcohol ni otras drogas existen, actúan, son parte de la realidad. La falta de interés por ellos reside en gran parte en que son jóvenes que no necesitan consumir drogas para salir de noche a pasar un buen rato con los amigos, bailar, escuchar música, conocer gente nueva, etc. El hecho de que no adopten una actitud ‘problemática’ o de riesgo los ha convertido en invisibles para buena parte de los estudios centrados sobre los ambientes recreativos nocturnos. Es cierto que los jóvenes que no consumen drogas forman un colectivo que ha ido decreciendo en relación inversa a la extensión del consumo de drogas en el espacio recreativo. Una parte de ese espacio se está consolidando como un estilo de diversión hegemónico por su dominio sobre otros estilos de diversión y por su capacidad de extensión. Ese estilo recreativo, que podríamos llamar de forma genérica ‘salir de marcha’, está adoptando el consumo de alcohol y otras drogas como ‘la norma’ en los espacios de la diversión

nocturna, pero no por ello significa que todos los participantes acepten ni cumplan esa 'norma'.

Hasta ahora la actitud y experiencia de los jóvenes que no consumen alcohol ni otras drogas y salen de marcha ha sido minusvalorada, cuando debería ser todo lo contrario. Entre otras cosas porque existe el peligro de que el colectivo de consumidores de drogas, su lógica ante la diversión y su forma de entender la vida se convierta en la única cara visible de lo que es la juventud y en el modelo a seguir. Y aunque sea repetitivo hay que insistir en que los jóvenes son muy diversos, no todos utilizan la opción de salir de marcha para divertirse, y entre quienes sí salen no todos necesitan consumir y abusar de las drogas para lograr divertirse, sentir placer o hacer amigos.

Entender y prevenir los nuevos consumos de drogas entre la población joven supone, en la actualidad, actuar de una forma preferente en el contexto recreativo. Hace unos años ya existía la intuición de que para comprender los nuevos estilos de consumo era imprescindible relacionarlos con la dinámica de la diversión y los lugares donde van los jóvenes para divertirse. Actualmente ya no es una intuición sino un hecho corroborado por los distintos estudios realizados en estos últimos años¹. Los estudios y encuestas presentan un consumo de drogas bastante más alto cuando la muestra está formada por jóvenes que salen las noches de los fines de semana a clubes y discotecas que cuando las forman jóvenes en general.

La actitud de los jóvenes ante el consumo de drogas, como ya se ha mencionado, no es homogénea. En este estudio se va a demostrar que es un colectivo considerablemente numeroso el que opta por no consumir drogas legales ni ilegales o consumir muy esporádicamente y de forma moderada alcohol o tabaco, incluso saliendo "de marcha" a divertirse. Sin embargo, la idea que prevalece y la percepción que se extiende en la sociedad y en el imaginario de los jóvenes es que participar en la vida recreativa implica consumir drogas. Cada vez son más los jóvenes que afirman que resulta difícil participar de actividades recreativas nocturnas como ir a discotecas, pubs, fiestas o clubs a bailar, escuchar música y estar con los amigos sin consumir alcohol, cannabis u otras drogas, de forma que estos consumos son percibidos como elementos estructurales de la propia diversión. El meme², o idea establecida, de que las drogas son aliadas de la diversión y el placer se está expandiendo y arraigando en una parte de la población joven y también adulta. Uno de los objetivos de este estudio es cuestionar ese meme o idea que se está transmitiendo, demostrar que se apoya en una estrategia de marketing creada por todo el entramado inespecífico que da apoyo al consumo de drogas. La diversión y el placer libres de drogas, logrados por los individuos como parte de sus propios potenciales, es lo que los no-consumidores de drogas valoran y experimentan cuando salen a divertirse. Comparar consumidores de drogas y jóvenes

¹ En el informe 2002 del OEDT, se muestra las diferencias entre el consumo que realiza la población joven en general y el consumo de aquellos que participan en el contexto recreativo nocturno (OEDT 2002: 13, gráfico 4).

² El concepto 'meme' hace referencia a unidades básicas de información cultural. Es un concepto del área de estudios culturales que se utiliza para estudiar la transmisión de ideas entre un colectivo.

“sobrios” es comparar la experiencia de buscar y lograr placer por vías distintas, utilizando distintas tecnologías y estrategias.

El interés que ha guiado el estudio es esencialmente preventivo. Desde la perspectiva de los jóvenes “sobrios” la prevención en los espacios recreativos es claramente deficitaria e insuficiente. Desde las propuestas existentes, o bien cabe la visión culpabilizadora de todo lo recreativo (mantenida en buena parte por un sector de los adultos y en la cual se apuesta por una actitud más bien restrictiva); o, por otro lado, se apuesta por la ‘normalización’ del consumo de drogas, lo cual presupone que la única realidad recreativa existente es la relacionada con el colectivo que sí consume drogas y la dinámica debe ir dirigida a ellos aceptando acríticamente estos consumos como un hecho social tan institucionalizado como cualquier otro. Esta situación tiende a negar dos cosas, a) la posibilidad de un ámbito recreativo más saludable, con menos consumo de drogas y actitudes de riesgo; b) que las estrategias de prevención tengan en cuenta a una buena parte de los participantes en la escena recreativa que no consumen drogas y actúen en apoyo de ese colectivo.

Los datos que se presentan ofrecen un acercamiento a la realidad del colectivo diverso y complejo de los jóvenes no consumidores de drogas que salen de marcha. Se trata de una aproximación a los jóvenes que entran en el espacio hegemónico de diversión y se observa su respuesta al consumo de drogas. Con ello, brindan la posibilidad de percibir el consumo recreativo de drogas de forma indirecta. El estudio persigue varios objetivos, uno es elaborar un modelo de análisis del fenómeno del consumo de drogas entre los jóvenes, que aquí se llama ‘modelo IREFREA’ y que consiste básicamente en mostrar la significatividad que tiene el contexto en la toma de decisiones de los individuos jóvenes que allí participan ante la decisión de consumir o no drogas. Otro objetivo es mostrar, como ya se ha mencionado, la experiencia de la diversión en ese contexto hegemónico desde una doble perspectiva, la de los consumidores de drogas y la de los no consumidores. Pero el objetivo último es contribuir a desarrollar nuevas estrategias preventivas que también tengan en cuenta al colectivo de jóvenes que no consumen, reconociendo la evidencia de que consumir drogas recreativas es solo una de las formas de acercarse a la diversión, en absoluto la única, y mucho menos la más saludable y efectiva. Conocer cómo forman su identidad los jóvenes “sobrios” es importante en la coyuntura actual, no se trata sólo de plantear las cosas en negativo (intentar conseguir que los jóvenes no usen o abusen de las drogas), sino explorar la vertiente en positivo (cómo hay jóvenes que construyen su identidad sin tener necesidad de recurrir a las drogas).

Este estudio se ha desarrollado gracias a la financiación de la delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas (PNSD). Además el PNSD ha facilitado el acceso a la Encuesta Domiciliaria 2001 y la Encuesta Escolar 2002, de las cuales se ha obtenido información básica que apoya los objetivos e hipótesis del estudio.

LOS NO-CONSUMIDORES COMO PUNTO DE REFERENCIA EN EL MUNDO RECREATIVO

Desde hace siete años IREFREA viene estudiando el fenómeno de la diversión de los jóvenes españoles y europeos durante los fines de semana y su consumo de drogas

(Calafat et al, 1998,1999, 2000, 2002, 2003)³. A través de cada uno de estos estudios se ha ido haciendo evidente una realidad compleja y diversa. Cada uno de los estudios desarrollados ha ido aportando piezas que han permitido elaborar un modelo de análisis del consumo que hacen los jóvenes, en España y Europa. Los estudios y análisis en los que se ha tratado de conocer a estos jóvenes (su estilo de vida, sus valores, sus actitudes, su conducta de riesgo, etc.) que fin de semana tras fin de semana, salen de sus casas para encontrarse con los amigos, tratan de divertirse y una parte de ellos consumen drogas para lograr sus objetivos. Los estudios se han centrado sobre todo en los jóvenes que sí consumen y, en especial, en los que tienen una conducta de riesgo. En el año 2000 el equipo de IREFREA inicia un proyecto investigador en el mundo recreativo orientado hacia una nueva línea exploratoria, hacia el doble objetivo de demostrar la importancia del contexto en potenciar el consumo de drogas y al tiempo hacerlo observando y conociendo mejor a los jóvenes que a pesar de participar en ese contexto recreativo nocturno deciden no consumir drogas o lo hacen de forma mucho más moderada. El estudio parte de una perspectiva comparativa entre jóvenes no-consumidores y consumidores. Con ello también se pretende dar protagonismo a los que no consumen, convertirlos en un colectivo visible que existe y convive con los jóvenes que sí consumen, comparten los mismos espacios, persiguen ideales similares cuando van a clubes y discotecas: estar con los amigos, disfrutar de la música y el baile, ligar, tener nuevas experiencias.

El interés por el colectivo de no consumidores de drogas, el conocimiento de sus hábitos, sus inquietudes y sus dificultades, cómo afronta el riesgo, lo que les gusta, a qué aspiran, etc., todo ello puede ayudar a corregir un error importantísimo que se está dando en la práctica. Como ya se ha mencionado, el interés de los profesionales y también el de los medios de comunicación se centra normalmente en los consumidores -y especialmente en los más problemáticos- lo que provoca que sean precisamente

³ Algunos de los estudios publicados por IREFREA sobre el consumo de drogas en el contexto recreativo se han realizado en el ámbito europeo, con la financiación de la Comisión Europea, otros estudios se hacen en España con la financiación del PNSD. En *Characteristics and social representation of Ecstasy in Europe* (Calafat et al. 1998) se estudia una muestra de consumidores de éxtasis de 5 ciudades europeas y se les compara con otra muestra de jóvenes de similares características que no consumen esta droga, mostrando cómo los consumidores de éxtasis son más policonsumidores, tienden a abusar más y se interesan menos por la prevención. En *Nightlife and recreational use of drugs in Europe* (Calafat et al.1999) se estudia una muestra de 2.700 jóvenes perteneciente a nueve ciudades europeas para describir la cultura recreativa más representativa y de moda en cada ciudad. De forma paralela se trabaja en cinco ciudades españolas con una muestra de 1.340 jóvenes y surge el libro *Salir de marcha y consumo de drogas* (2000). Más adelante se desarrolla un estudio cualitativo para indagar más en aspectos culturales de la cultura recreativa lo que da lugar a la publicación *Risk and control in the recreational drug culture* (Calafat et al. 2001), donde se describe la misma muestra del estudio europeo anterior añadiendo nuevos datos relativos al papel del riesgo y del control en los jóvenes que utilizan drogas recreativas y se proponen estrategias preventivas para el ámbito recreativo. Paralelamente se trabaja en aspectos más sociales y culturales en el contexto español y centrados en el consumo del cannabis y la cocaína, por ser las dos sustancias que más se incrementa el consumo entre los jóvenes. En el último año ha aparecido el libro (2003) *Enjoying the nightlife in Europe. The rol of moderation*, publicación que describe la realidad de los no consumidores en la vida recreativa europea. Paralelamente se realiza el estudio a nivel español, en cuatro CCAA. Se puede acceder a estos trabajos a través de la web de IREFREA: www.irefrea.org

sus valores e intereses los que están más presentes en el discurso social y son los que acaban sirviendo para definir a toda la juventud. Este es otro error que tiene consecuencias graves, pues todo el colectivo juvenil -incluso el que no participa de la escena recreativa- pasa a ser visto y descrito con frecuencia como un todo homogéneo, lo cual es a todas luces falso como se demuestra en el capítulo 1. Existen grandes diferencias entre el colectivo que participa poco o nada en las actividades recreativas, que es un sector importante de la juventud-, de los que sí participan. Y, además, los que frecuentan el escenario recreativo tampoco son un grupo homogéneo ni en sus consumos de drogas ni en sus intereses.

Historicamente, los trabajos de investigación sobre consumo de drogas se han enfocado en detectar los factores de riesgo explicativos del consumo y junto a ellos los factores de protección, es decir aquellos elementos que potencian conductas, hábitos y actuaciones saludables (Newcombe 1992). Entre los factores de riesgo o protección los que están más ligados al individuo son más fácilmente estudiados y conocidos y sabemos de la importancia de la vinculación familiar, de los resultados escolares, de la búsqueda de sensaciones, del inicio temprano en el uso de drogas, de la religiosidad, etc. Hace 25 años que Kandel realiza una síntesis de los estudios longitudinales (investigaciones que estudian la presencia de una serie de variables para conocer su influencia de estas en la evolución de los consumos al cabo de unos años en los mismos individuos) existentes hasta el momento, y describe una serie de factores de riesgo que prácticamente son los mismos que conocemos ahora (Kandel 1978). En estos últimos años se ha avanzado sobre todo en el conocimiento de la interdependencia de estos factores. "Mientras que para el alcohol y el tabaco existen teorías y modelos explicativos específicos para el inicio en su consumo, consolidación y adicción, son escasos para las otras sustancias psicoactivas (...) El que no existan modelos específicos para las drogas ilegales, que sean aceptados y claros para cada una de las distintas sustancias, muestra la gran complejidad de estas conductas y la dificultad de llegar a una buena teoría o modelo explicativo para cada una de ellas" (Becoña, 1999). También contribuye a que haya modelos sobre el alcohol y tabaco el que sean sustancias de uso mayoritario y que haya muchos más estudios sobre ellas que sobre las demás sustancias. Existen en este sentido investigaciones que permiten saber por qué algunos jóvenes no consumen sustancias como el alcohol (Wynn 1997, Amadeo 1998, Bradizza 1999, Pedersen 2000), el tabaco (Resnicow 1999, Wang 2000) o los esteroides (Schwerin 1996).

La realidad del policonsumo y la importancia del contexto de consumo -en nuestro caso el escenario recreativo- hacen muy difícil pensar que podrá elaborarse en un futuro un modelo para cada una de las sustancias ilegales. Además no son las sustancias en sí mismas las que definen las conductas de abuso -a pesar de que en algún momento se ha hablado de la generación del éxtasis-. Parece mucho más útil y deseable que se elabore un modelo basado en el contexto, puesto que por lo menos en la situación actual, el contexto recreativo puede ayudar mucho más a definir y explicar por qué la gente consume. El contexto recreativo es más central como punto de mira que las diferencias químicas que pueda haber entre las diversas drogas que se utilizan en ese contexto (un análisis más en detalle y empírico se va a desarrollar en el capítulo 2). El modelo IREFREA, que parte de la relación de los individuos con el espacio hegemóni-

co de diversión, lo que se llama popularmente 'salir de marcha' ha sido desarrollado empíricamente en una muestra europea (con datos recogidos en 10 ciudades)⁴. En este estudio se presenta el desarrollo empírico en una muestra española (en cuatro ciudades). En los dos casos se demuestra la pertinencia del modelo.

El acceso a la diversión y al placer se están convirtiendo en potentes aliados del consumo de drogas y viceversa. Divertirse, tal como lo entendemos ahora, es, como tantas otras actividades, el resultado de un proceso de construcción cultural muy vinculado a la expansión del mercado y del consumo. Desde la dimensión histórica, disponer de tiempo libre y divertirse ha pasado a ser uno de los requisitos de la definición de calidad de vida tanto para adultos como para jóvenes. El aumento del tiempo de ocio para grupos amplios de población es el resultado de una larga conquista social, y también el desarrollo de un amplio mercado de consumo. En la España del siglo XXI la cultura de lo lúdico se ha convertido en uno de los pilares de la estructura social, en una plataforma que reorganiza las relaciones colectivas, la vida de la ciudad, donde se crean nuevas identidades individuales, forma parte de la lógica que crea las coordenadas espacio temporales que dividen la vida cotidiana, y es ya uno de los ámbitos que más prospera de la economía. Pero la diversión y el placer pueden ser experiencias gratificantes o perversas dependiendo de las condiciones en que se experimenten y de lo que se esté dispuesto a consumir para lograr el ideal. El mito de Fausto es perfecto como metáfora, la eterna juventud a cambio de vender el alma al diablo. Actualmente ya existe una importante elaboración teórica, diversa, analítica y crítica respecto al significado que está adquiriendo la diversión y el placer (Brukner 2000, Marina 2000, Rifkin 2000, Sissa 2000, Verdú 2003, Maffesoli 1985). Un elemento común de estos autores es su mirada crítica a la función consumista y alienante que lleva incorporada la dinámica y obligación de buscar continuamente el estado de diversión, al igual que otros ideales a los que la idea de diversión va vinculada: placer, felicidad, amor, aventura, espectáculo, etc. Todos estos autores advierten que existe una promoción en nuestra sociedad de estilos de diversión muy funcionales al consumo en general, lograda a partir de elementos externos, apoyado por una tecnología potente y sofisticada que no estimula en absoluto una actitud creativa, participativa y crítica, y donde el consumo de drogas se acopla con una 'casi' esmerada perfección.

La búsqueda de diversión y placer a través de las drogas es uno de los caminos mejor abonados para el control social más perverso, con un claro impacto actual en los jóvenes, que además se puede estar convirtiendo en un elemento explicativo y potencial generador del incremento de las desigualdades sociales en España, de nuevas fuentes de conflictos y con un impacto negativo en la salud pública. Potenciar estilos y espacios de diversión saludables para los jóvenes es un deseo de futuro. Es decir, lograr que los jóvenes se diviertan sin necesidad de consumo de cualquier droga y que los espacios de diversión sean diversos, ayuden al desarrollo y potencial creativo de los jóvenes. Son muy variadas las formas de buscar emociones, risas o aventuras a través de la dinámica social y colectiva, en la interacción entre individuos que aporta cada uno su potencial creativo y su energía. Para alcanzar ese logro hay que cuestio-

⁴ El estudio está publicado en el

nar y controlar la diversión manipulada, consumista y adicta que se fomenta desde el consumo de drogas. Los jóvenes que se divierten sin consumir son ejemplo de que esa posibilidad existe. Se puede aprender de ellos y poner a su disposición espacios recreativos donde, además de divertirse, pueden completar su desarrollo personal y social.

ACERCA DE ESTE LIBRO

En el presente libro se hace una descripción del ámbito recreativo hegemónico en nuestra sociedad, “el salir de marcha”, situando como protagonistas a los no consumidores o consumidores moderados de drogas legales en ambientes recreativos. Esto se consigue estudiando a estos jóvenes “sobrios” y comparándolos con otros jóvenes consumidores de drogas. El interés no es sólo hacer una descripción de ese colectivo, sino conocer mejor el contexto y la presión hacia el consumo, así como las estrategias de afrontamiento para no-consumir drogas. Todo ello permite captar los factores de protección que hacen que los jóvenes sean exitosos en un control eficaz de su consumo. El estudio tiene la intención de generar un nuevo discurso sobre lo recreativo que no esté únicamente ligado a los consumidores de drogas, su lógica y necesidades. La finalidad es contribuir a potenciar una imagen más diversa y menos estereotipada de los jóvenes, crear nuevas propuestas preventivas más integradoras que tengan en cuenta las necesidades y experiencias de los que saben vivir sin drogas.

Uno de los primeros problemas que se presenta al equipo desde el principio del estudio es cómo denominar al colectivo de jóvenes no-consumidores. Necesitamos encontrar un término en positivo, con el que se identifiquen. Y al principio ese objetivo no fue fácil. El término ‘consumidor’ está socialmente muy valorado y por ello el de no-consumidor, además de ser gramaticalmente negativo también lo es a nivel del significado social. Se nos ocurrieron otros términos posibles: ‘jóvenes abstinentes’, ‘jóvenes moderados’, ‘jóvenes sobrios’. Pero todos ellos tienen algo que no terminaba de convencernos ni a nosotros ni a los jóvenes entrevistados. Finalmente se decidió dejarlo como uno de las cuestiones a encontrar en el proceso del estudio. Mientras tanto se decidió denominarlos no-consumidores y jóvenes ‘sobrios’.

Metodología

En la presente investigación se han elegido muestras de jóvenes y de informantes clave en cuatro Comunidades Autónomas españolas (Baleares, Galicia, Madrid y País Vasco), alcanzando una muestra total de 806 jóvenes encuestados en ambientes recreativos. Todos ellos son jóvenes que salen con frecuencia a divertirse los fines de semana en clubs, pubs, discos. La mitad de la muestra son jóvenes y adolescentes “sobrios” (no consumidores o consumidores muy moderados de drogas legales) y la otra mitad son consumidores de alcohol y/o tabaco que además consumen una o más drogas ilegales. La labor investigadora ha consistido en crear datos que permitan un análisis en profundidad del colectivo de no consumidores, pero también un análisis comparativo con el colectivo de jóvenes que sí son consumidores. Posteriormente se ha creado información cualitativa, entrevistas en profundidad y grupos de discusión.

El análisis de estos datos es lo que conforma el núcleo de los diferentes capítulos de este libro.

Estudio cuantitativo

Se ha realizado una encuesta a 806 jóvenes, segmentada por consumo de drogas, sexo y grupo de edad. La mitad son consumidores y la otra mitad “sobrios” (no consumidores o consumidores muy moderados), la mitad varones y la otra mitad mujeres, la mitad menores de 19 años y la otra mitad con edades comprendidas entre 19 y 30 años.

Una de las cuestiones – clave para el estudio consiste en concretar lo que se considera no-consumo o consumo moderado de drogas y donde empieza el consumo propiamente. Existe un amplio abanico de patrones entre la abstinencia total y el consumo abusivo. En base a datos obtenidos en investigaciones anteriores en el espacio recreativo se han creado los criterios de selección de las muestras para esta investigación. Los no-consumidores que salen de marcha son un colectivo importante (como se podrá ver en el capítulo 1), algunos no consumen drogas y otros practican un consumo muy moderado de drogas legales y son abstinentes en cuestión de drogas ilegales (ese consumo moderado se explica y describe más adelante).

Según la información de la encuesta realizada por IREFREA en 1998 los porcentajes y frecuencias de consumo según sustancia entre jóvenes que “salen de marcha” son:

Tabla de consumo. Encuesta europea 1998*						
Sustancias	Nunca	Alguna vez pero ahora no consumen	< 12 veces al año	Una al mes	Varias veces al mes	Con frecuencia
Alcohol	3,6	4,9	4,7	5,2	11,3	70,3
Tabaco	15,2	13,6	2,3	1,6	1,8	64,6
Cannabis	32,8	17,8				28,0
Éxtasis	65,6	10,0				22,7
Cocaína	71,6	9,8				17,2
LSD	75,5	13,2				10,5
Anfetaminas	76,4	10,0				11,6
Borracheras	-					
	No consumidores + moderados 39,2%					60,8%

* Calafat et al. 1998.

En las primeras columnas aparecen los patrones de consumo de los jóvenes considerados “no-consumidores” en este estudio, en la última columna aparecen aquellos que si han consumido distintas sustancias. Estos datos han servido para establecer los criterios de selección de la muestra. Para ello se han elaborado una serie de preguntas para discriminar quienes son consumidores y quienes no. Aquellos cuya respuesta a todas las preguntas es **“No”** o **“ahora no consumo”** se consideran ‘no-consumidores’, aquellos que responden **“Sí”** a alguna de **las dos últimas preguntas** sobre consumo actual de drogas ilegales se les ha considerado “consumidores” en nuestro estudio.

Preguntas realizadas para la inclusión en el grupo de ‘consumidores’ o de ‘no-consumidores’			
¿Has fumado en más de tres ocasiones en el último mes?	No	Sí	
¿Cuándo lo has hecho, has fumado más de tres cigarrillos en cada ocasión?	No	Sí	
¿Has bebido alcohol en más de tres ocasiones en el último mes?	No	Sí	
¿Si has bebido en alguna ocasión, has tomado más de dos bebidas alcohólicas en una noche?	No	Sí	
Te has embriagado en alguna ocasión en el último año?	No	Sí	
¿Fumas porros?	No/Sí	He fumado pero ahora no fumo	Sí
¿Consumes alguna otra droga ilegal?	No/Sí	Las he probado pero ahora ya no	Sí

En el centro de los dos colectivos elegidos, se sitúan aquellos jóvenes que consumen alcohol y tabaco más allá del límite señalado en este estudio como consumo moderado pero que no consumen drogas ilegales. Este colectivo intermedio es bastante numeroso. Además seleccionar la muestra en función de que sean consumidores y no-consumidores de drogas, en cada uno se ha balanceado el número de sujetos según género y grupo de edad. La encuesta se ha realizado prácticamente en su totalidad en espacios recreativos. La Tabla siguiente muestra cómo se distribuyen los individuos encuestados en cada ciudad que ha participado en el estudio.

Distribución de la muestra encuestadas en cada ciudad		
Consumidores (100)	Adolescentes (50)	Varones (25) Mujeres (25)
	Jóvenes (50)	Varones (25) Mujeres (25)
No-consumidores (100)	Adolescentes (50)	Varones (25) Mujeres (25)
	Jóvenes (50)	Varones (25) Mujeres (25)

Datos e información etnográfica

Algunos temas tratados en la encuesta han sido explorados posteriormente desde una perspectiva más abierta y cualitativa. Parte de la información suplementaria obtenida está relacionada con aspectos personales, emocionales, creencias y valores más accesibles desde una estrategia de investigación cualitativa que se complementa en el análisis de la información de la encuesta.

La información cualitativa obtenida ha sido diversa y su recogida se ha desarrollado en distintos períodos. Previamente a la realización de la encuesta tuvo lugar un extenso trabajo de observación de los ambientes recreativos en cada ciudad. Ello permitió elegir las zonas y locales donde actuaron los encuestadores. En todas las ciudades se eligieron los ambientes considerados más de moda para salir de marcha y donde van los jóvenes en su ronda nocturna de fin de semana. También, y durante ese periodo, se realizaron algunas entrevistas informales a jóvenes para conocer mejor algunos temas que debían formar parte del cuestionario. En la etapa posterior a la encuesta se prepararon dos grupos de discusión en cada ciudad, uno con jóvenes no consumidores y otro con jóvenes consumidores. A cada miembro de los grupos de discusión se le ha realizado además una entrevista individual corta en la cual se han tratado los temas más relevantes.

En total, con este procedimiento se han entrevistado 75 jóvenes que además han formado parte de los 8 grupos de discusión (dos en cada ciudad). Las edades han oscilado entre 14 y 29 años.

La información ha sido grabada y transcrita íntegramente. Posteriormente se ha realizado un primer análisis y una selección de la información siguiendo el orden temático previamente establecido. Ello ha dado lugar a información que ha sido utilizada para elaborar la mayoría de los capítulos que forman parte del presente libro (capítulos 2, 3 y 4).

El capítulo 1 presenta datos de los jóvenes españoles obtenidos a partir de dos encuestas nacionales realizadas recientemente por el PNSD: La Encuesta Domiciliaria 2001 y la Encuesta Escolar 2002. Se ha trabajado con esas bases de datos para obtener información de la incidencia del patrón de no-consumo entre los adolescentes y jóvenes. La información sobre los no consumidores y el análisis comparativo en relación con adolescentes y jóvenes españoles que salen de marcha y consumen drogas ha servido de fundamento para el estudio realizado por Irefrea.

El capítulo 2, describe empíricamente el “modelo IREFREA”, demostrando con datos estadísticos la relevancia de la gestión de la vida recreativa como “factor determinante” del consumo de drogas o de la sobriedad, a partir de las diferencias entre los dos colectivos. En el desarrollo del modelo de regresión logística, los elementos del contexto son determinantes, indicando que algunas de las claves principales del consumo están en el significado que da el propio sujeto al hecho de consumir drogas cuando sale a divertirse y al contexto que elige para divertirse. El análisis realizado fundamenta un modelo que permite explicar en casi un 90% si el sujeto consume o no drogas lo que resulta casi idéntico a los resultados obtenidos en otro estudio europeo realizado por IREFREA (Calafat et al. 2003).

El capítulo 3 describe el ambiente recreativo hegemónico, el 'salir de marcha', desde la experiencia de los adolescentes y jóvenes "sobrios". Se han resumido algunas de las características del modelo de diversión hegemónico (MDH) que han ido apareciendo a lo largo de los diversos estudios de IREFREA, pero muy en especial desde la información transmitida por el colectivo de los no-consumidores de drogas. En el capítulo se ha intentado mostrar los límites y diferencias entre los distintos colectivos. Se ha mirado hacia *el rol de la diversidad* en la lógica de la diversión nocturna a partir de la existencia de consumidores y no-consumidores, de distintos tipos de no consumidores y de las diferencias de género. Se ha realizado un comparativo entre los distintos colectivos desde un punto de vista integrador de los principales "constructos" que pueden significar factores determinantes clave en el consumo y abuso de drogas, como puede ser el *capital social* como riqueza que se adquiere participando en la vida recreativa entre los jóvenes. La necesidad de estar en el contexto hegemónico de diversión para crear capital social y una red de apoyo. El rol del consumo en las relaciones de inclusión y exclusión de las redes sociales

El capítulo 4 se ha planteado desde la dinámica del *control y autocontrol*, la *percepción y gestión del riesgo*. El control es una practica socialmente valorada a la que se adscriben todos los jóvenes que salen a divertirse, ya sean o no consumidores de drogas, por lo que ha interesado estudiar qué entienden por control cada uno de los colectivos. Se han valorado las estrategias utilizadas según género, edad y actitud ante el consumo para mantener bajo control las drogas.

El capítulo 5 tiene que ver con la prevención. Como ya se ha mencionado la cuestión de la prevención en el ámbito recreativo es uno de los objetivos del estudio. Por ello se ha realizado un análisis de los programas preventivos que se implementan en esos espacios. La información para este análisis se ha obtenido a partir de una muestra de programas no representativa recogida desde el año 2002 hasta la actualidad. El análisis de los programas preventivos tiene en cuenta distintos programas de países Europeos, sus objetivos, acciones y colectivos a quienes va dirigido. Esa información ha sido la base para cuestionar la actual precariedad de la prevención orientada a los jóvenes que no consumen.

1. JÓVENES EN EL ÁMBITO RECREATIVO. UN ESPACIO PARA LA DIVERSIDAD. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS NACIONALES.

El estudio de los no-consumidores ha partido de información existente en las encuestas nacionales, que demuestra que los no-consumidores de drogas que salen de marcha están lejos de ser un grupo minoritario entre los adolescentes y adultos jóvenes y sin presencia en la vida recreativa nocturna. Las dos últimas encuestas publicadas por el Plan Nacional sobre Drogas, la Escolar (2002)⁵ y la Domiciliaria (2001)⁶ permiten conocer incidencia, pautas y frecuencias de consumo de los adolescentes y jóvenes. En la Encuesta Escolar, se obtiene información de los adolescentes escolarizados entre 14 y 18 años. La Encuesta Domiciliaria proporciona información respecto a jóvenes de entre 15 a 28 años. Los contenidos de las dos encuestas son distintos, en especial en lo que concierne al consumo en el ámbito recreativo, la Encuesta Escolar es bastante más prolífica en detalles sobre temas culturales y de significado, relacionados con los que aquí se han tenido en cuenta para profundizar y ampliar la descripción de la muestra del estudio. En lo esencial las dos encuestas aportan una información sobre incidencia y frecuencias de consumo de los jóvenes que es básica para fundamentar nuestro estudio.

Las dos encuestas han permitido tener en cuenta los patrones de consumo de varias sustancias legales e ilegales. Las dos encuestas, en especial la Encuesta Escolar, permiten relacionar el consumo de drogas con otras conductas, valores y contextos de los jóvenes.

El principal objetivo en el análisis de las encuestas nacionales ha sido valorar y resaltar la incidencia del consumo moderado o nulo (de drogas legales e ilegales respectivamente) entre los jóvenes. Los resultados van a demostrar que el no-consumo es un patrón mayoritario entre los adolescentes y frecuente entre los adultos jóvenes españoles.

El interés en analizar distintos patrones de consumo e indagar en ellos está en relacionarlos con estilos de vida, valores, contextos y condiciones sociales que influyen a los jóvenes. La pregunta crucial es: ¿por qué unos consumen y otros no? ¿Qué

⁵ Más datos sobre la **Encuesta Escolar** se pueden obtener consultando la Página web del Plan Nacional Sobre drogas: <http://www.mir.es/pnd/observa/pdf/encuesta%20escolar%202002.ppt>

⁶ Para mayor información sobre la **Encuesta Domiciliaria** se puede consultar la Página web del Plan Nacional Sobre drogas. Informe 6 del Observatorio Español sobre Drogas (noviembre 2003)

elementos individuales, grupales o sociales crean esas diferencias? Pero en el presente estudio se ha tratado de dar un paso más, también se ha intentado responder a cuestiones del consumo en el ámbito recreativo: si es cierto que el consumo está tan normalizado cuando los jóvenes salen de marcha, ¿qué ocurre con los jóvenes que no consumen cuando salen de marcha? ¿Es que no salen? ¿Es que son muy minoritarios? ¿Los que salen, cómo se las arreglan para divertirse en un espacio donde el consumo es lo "normal"? En las encuestas nacionales se ha encontrado también un apoyo fundamental para entrar en esos temas. Los datos demuestran que el patrón de no-consumo entre los adolescentes y adultos jóvenes españoles va asociado a un estilo de vida adoptado por adolescentes y jóvenes más sanos física y psicológicamente, más activos en la gestión de su tiempo libre que incluye la diversión, más satisfechos con su vida personal y familiar y más implicados con la preservación de la comunidad ante los riesgos asociados a las drogas. Esas certezas también se han indagado en el análisis más en profundidad del estudio de IREFREA.

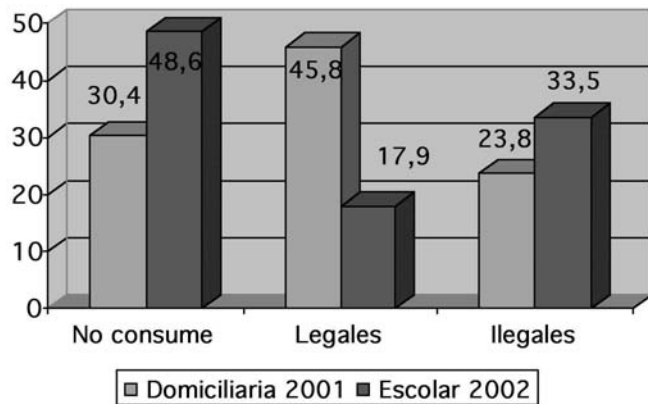
Patrones de consumo de drogas entre los jóvenes.

Se han establecido tres patrones generales de consumo **durante el último año**:

1. Los que no consumen o lo hacen muy moderadamente⁷.
2. Los que consumen únicamente drogas legales (alcohol y tabaco).
3. Los que consumen drogas legales y alguna ilegal.

El Gráfico 1.1 muestra los porcentajes de ambas poblaciones que cumplen el criterio combinado de consumo moderado de drogas legales y no consumo de ninguna droga ilegal:

Gráfico 1.1 Patrones de consumo entre los jóvenes según las Encuestas Domiciliaria teniendo en cuenta el colectivo de 15 a 25 años (2001) y Escolar a estudiantes de entre 14-18 años (2002). Consumo durante el último año⁸.



⁷ Los criterios para decidir si son consumidores muy 'moderado' de acuerdo con los criterios que se han adoptado en este estudio son los siguientes:

1. Los consumidores moderados son aquellos que han fumado en menos de tres ocasiones el último mes y si o han hecho han fumado menos de tres cigarrillos en cada ocasión.
2. los que han bebido alcohol en menos de tres ocasiones el último mes, y cuando lo han hecho no han tomado más de dos bebidas alcohólicas en cada ocasión. No se han embriagado en el último año.
3. Los que no consumen ninguna droga ilegal.

⁸ La etiqueta de los tres colectivos del gráfico hacen referencia a: los 'no-consume' son los jóvenes no consumidores o consumidores muy moderados según los criterios mencionados anteriormente. La etiqueta

El Gráfico 1.1 aporta información de las dos últimas encuestas nacionales mencionadas. La primera columna representa a los jóvenes que no consumen, la segunda columna representa a los que consumen alcohol y/o tabaco por encima de los criterios señalados y la tercera a los que consumen alguna o diversas drogas ilegales, además de que puedan o no consumir drogas legales. El patrón de no-consumo es el mayoritario entre los adolescentes que han participado en la Encuesta Escolar (48,6%) y son el segundo colectivo en la Encuesta Domiciliaria (con el 30,4%). Aquellos que consumen solo drogas legales (alcohol y/o tabaco por encima de los criterios señalados) son el grupo mayoritario en los jóvenes de la Encuesta Domiciliaria (45,8%) y minoritario en la Encuesta Escolar (17,9%). El consumo de alguna droga ilegal (además de legales) corresponde a una minoría en la Encuesta Domiciliaria (al 23,8%) pero es el segundo colectivo (con el 33%) entre los adolescentes en la Encuesta Escolar. Este porcentaje relativamente mayor en la muestra escolar del año 2002 está relacionado con el aumento reciente en la frecuencia del consumo de cannabis.

Con estos datos se obtiene una información relevante, que demuestra la existencia de un colectivo de no-consumidores/consumidores muy moderados cuantitativamente importante (a este grupo se les va a llamar '**no-consumidores**'). También se obtiene información respecto a los que consumen drogas ilegales (además de las legales) que en este estudio se les va a denominar '**consumidores**'. Esos dos colectivos son los que se van a tener en cuenta en el estudio con fines comparativos, orientado a conocer mejor la situación de los jóvenes no-consumidores en el ámbito recreativo y la relación entre ambos colectivos. En síntesis, de las encuestas nacionales se ha obtenido la siguiente información:

- 1. En la población entre 15 y 28 años encuestada en el 2001:** un tercio pueden considerarse consumidores moderados o no consumidores (30,4%) y algo menos de la cuarta parte (23,8%) cumple el criterio de consumo de drogas legales y alguna ilegal.
- 2. En la población escolar del 2002:** Casi la mitad (48,6%) cumple el criterio de consumo moderado/no consumo, y un tercio (33,5%) cumple el criterios de consumo de drogas legales y alguna ilegal.

1.1. ESTILOS Y NIVELES DE CONSUMO DE DROGAS ENTRE LOS JÓVENES QUE SALEN DE MARCHA Y CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS: ENCUESTAS NACIONALES

En la Encuesta domiciliaria del año 2001 no se obtiene información acerca de si los encuestados salen o no de marcha. En la Encuesta Escolar del 2002 sí se obtiene información de ese tipo. Se ha seleccionado entre los entrevistados en la Encuesta Escolar 2002 solamente aquellos que han salido alguna vez "de marcha" durante el último mes. Entre estos escolares que sí salen de marcha se han seleccionado dos grupos

de 'legales' son los que solo consumen alcohol y tabaco. y la etiqueta de 'ilegales' son aquellos que con independencia de que consuman o no drogas legales también han consumido por lo menos una droga ilegal.

los no-consumidores (54,6%) y los consumidores de alguna droga ilegal además de alguna legal (45,4%). El colectivo intermedio aquellos que solo han consumido drogas legales pero en frecuencias mayores a las aceptadas en este estudio como consumo muy moderado han quedado excluidos. En la Tabla 1.1 aparece los porcentajes de escolares que salen de marcha según los dos colectivos sobre los que se va a obtener información y a comparar.

Tabla 1.1: Colectivos según el patrón de consumo entre los escolares que salen de marcha (2002)	
Consumidores	45,4%
No-consumidores	54,6%
Total	100

Partiendo de la existencia de dos grupos con una actitud netamente distinta ante el consumo de drogas, se ha buscado información descriptiva y relevante para comparar ambos grupos extremos (consumidores moderados y no consumidores (N-C) versus consumidores de drogas legales y alguna ilegal (C) en una serie de características:

1.2. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Diferencias de género

La probabilidad de ser consumidor es más alta entre los varones que entre las mujeres, tanto en la población entre 15 y 28 años como en la población escolar de 14-18 años que sale de marcha. Es destacable que las diferencias entre las adolescentes escolarizadas y sus compañeros varones en el consumo son menores, que las diferencias encontradas entre los dos sexos entre los adultos jóvenes (Encuesta Domiciliaria 2001). Estos datos confirman lo que de alguna manera ya viene anunciándose en otras encuestas que tienen en cuenta el género (EDIS 2000). Las mujeres adolescentes se implican con mayor incidencia en el consumo de drogas, de tal manera que a medida que baja la edad aumenta la participación de las mujeres en el consumo de drogas legales, llegando incluso a superar a los varones.

	Consumidores*		No-consumidores*	
	H	M	H	M
Domiciliaria 2001	65%	35%	42%	58%
Escolar 2002	52%	48%	46%	54%

* Los consumidores son aquellos que han consumido alguna droga ilegal en el último año además de haber podido consumir o no drogas legales. Los No-Consumidores son aquellos que no consumen ninguna drogas o que han consumido muy moderadamente alcohol y tabaco.

Edad

Entre los adolescentes escolarizados, a medida que aumenta la edad también aumenta el consumo, en la Tabla 1.3 se muestra que los consumidores son algo mayores en promedio que los no-consumidores en ambas muestras nacionales:

	Consumidores		No-consumidores	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Domiciliaria 2001	21,4	3,7	20,9	4,3
Escolar 2002	16,2	1,1	15,5	1,1

Estudios

No se observa una asociación significativa entre el nivel académico y el consumo en la Encuesta Domiciliaria 2001. Sin embargo, en la Encuesta Escolar del 2002 se observa que los consumidores tienen una peor adaptación y rendimiento escolar que los no-consumidores, según diferentes indicadores:

1. La probabilidad de haber faltado a clase durante el último mes por una causa no justificada (no le apetecía ir a clase) es significativamente mayor entre los consumidores.
2. La probabilidad de haber repetido algún curso es significativamente mayor entre los consumidores.

	Consumidores (%)	No-consumidores (%)
Falta no justificada	12,7	2,8
Repetió algún curso	46,2	25,3

Los jóvenes escolarizados que no consumen tienen una probabilidad muy superior de estar satisfechos con la marcha de sus estudios que los consumidores (43% vs. 26%).

Creencias y prácticas religiosas

El porcentaje de sujetos entre 15 y 28 años con alguna o fuertes creencias y prácticas religiosas es sustancial y significativamente mayor entre los no – consumidores (70%) que entre los consumidores (37%)⁹.

⁹ (p exacta < 0,001).

1.3. SALUD Y BIENESTAR FÍSICO Y EMOCIONAL

Los dos grupos de adolescentes y adultos jóvenes encuestados en el año 2001 valoran como buena su salud. Los que no consumen perciben su salud como ligera y significativamente mejor que los que sí son consumidores durante el último año.

En esa misma muestra (Encuesta Domiciliaria 2001), los consumidores entre 15 y 28 años informan de una mayor probabilidad de problemas o malestar emocional que los jóvenes y adolescentes que no consumen. También resulta más probable entre los consumidores que sus estados emocionales negativos hayan llegado a interferir en sus actividades laborales o cotidianas. Inversamente, los no consumidores informan de mayor tranquilidad, calma y energía durante el último mes y menor frecuencia de tristeza y desánimo. Los consumidores informan de una mayor limitación en el funcionamiento social reciente debido a la salud física o problemas emocionales.

Entre los adolescentes en edad escolar encuestados en el año 2002, los que han consumido alguna droga ilegal durante el último año informan de estados más frecuentes de tensión y agobio que los que no han consumido ninguna droga ilegal en ese periodo o los que tan solo han consumido moderadamente alcohol y tabaco. Lo mismo ocurre con los sentimientos de baja auto-eficacia a la hora de afrontar los problemas, la baja confianza en uno mismo. Inversamente, los no consumidores se sienten satisfechos consigo mismos con mayor probabilidad que los consumidores (51% vs. 41%).

1.4. FAMILIA, IMPLICACIÓN SOCIAL Y AMIGOS

Participación en actividades asociativas

Los jóvenes en edad escolar no consumidores tienen una probabilidad algo superior de participar en una asociación deportiva / religiosa / cultural / recreativa / vecinal / humanitaria / de otro tipo que los que consumen (68% vs. 60%). Inversamente, los que sí consumen tienen una probabilidad superior de participar de una asociación pacifista / ecologista / política o sindical (6% vs. 1,5%).

Relaciones familiares, drogas en la familia, apoyo familiar y control

Los adolescentes españoles en edad escolar que no consumen perciben unas buenas relaciones familiares más frecuentemente que los que consumen (86% vs. 71%).

Los padres de los adolescentes no consumidores escolarizados muestran una actitud notable y significativamente más desfavorable y menos tolerante hacia el consumo de alcohol, tabaco y cannabis en sus hijos que los padres de los adolescentes consumidores. Los adolescentes escolarizados que consumen conviven con algún familiar que fuma (padre, madre y algún hermano / a) con mayor probabilidad que los adolescentes no-consumidores (64% vs. 54%). El consumo de alcohol también es ligeramente más frecuente entre los padres y madres de los escolares consumidores.

El porcentaje de adolescentes no-consumidores que reciben un apoyo familiar a la hora de afrontar problemas importantes (en padres, madres y hermanos) es mayor que en los adolescentes que consumen. Inversamente, los adolescentes consumidores reciben más apoyo de amigos o pareja ante estas situaciones. Es decir que entre los 14 y 18 años un mayor arraigo en la familia de origen o en el grupo de amigos es un aspecto que probablemente influye en la decisión del consumo.

Tabla 1.5: Consumo de distintos miembros de la familia entre los escolares según patrón de consumo		
Fuentes de apoyo en problemas importantes	% C	% N-C
Padre	13	31
Madre	31	57
Amigo	77	65
Pareja	31	16
Hermano	20	23

Otro aspecto reobservado en la encuesta Escolar es que las familias de los adolescentes no-consumidores saben casi en su totalidad con quien salen sus hijos cuando salen a divertirse (96%), porcentaje ligeramente menor en el grupo de consumidores (89%).

Uso de drogas entre los amigos

Tener o no tener amigos que consumen drogas, este es un aspecto importante de diferenciación entre consumidores y no-consumidores. Los adolescentes que no-consumen drogas tienen mayoritariamente una red de amigos en la que ninguno o solo unos pocos han consumido en el último mes tabaco (73%) o alcohol (63%), y la mayoría (57%) informa de que ninguno de sus amigos se ha embriagado en ese periodo. Inversamente, la red de amigos de los adolescentes que han consumido está formada por pares que en su mayoría o todos han consumido recientemente tabaco (75%) o alcohol (75%), y solo el 21% afirma que ninguno de sus amigos se ha embriagado en el último mes.

La gran mayoría (72%) de los adolescentes no-consumidores afirman que ninguno de sus amigos ha consumido en el último mes cannabis (15% en el grupo de adolescentes consumidores). Estos jóvenes tienen también un porcentaje notable y significativamente menor de amigos que han consumido recientemente otras drogas ilegales (cocaína, éxtasis o similares, speed / anfetaminas y alucinógenos) que los escolares consumidores.

Uso del tiempo libre. Días laborales

En la Encuesta Escolar 2002 aparecen otros aspectos asociados con la decisión de consumir entre los escolares: la implicación con los estudios, la disponibilidad económi-

ca, la gestión del tiempo libre. Un hecho muy significativo es que los consumidores en edad escolar tienen mayor probabilidad de estar trabajando o buscando empleo que los no-consumidores. Los consumidores disponen en promedio de más dinero disponible por semana (20,5€ vs. 13,1€). Sin embargo, tienden a estar menos satisfechos de cómo ocupan el tiempo libre que los que no-consumen.

Los escolares consumidores tienen mayor probabilidad de realizar algunas actividades durante los días laborables que los no-consumidores en edad escolar: estar con los amigos, ir a bares o discotecas, escuchar música, ir al cine o jugar con ordenadores o videojuegos. Inversamente, los no-consumidores muestran mayor probabilidad durante los días laborables de realizar actividades de ocio como leer libros y revistas o practicar actividades deportivas, artísticas o culturales. En ambos grupos, las actividades de ocio más frecuentes son escuchar música y ver TV.

Tabla 1.6: Actividades de tiempo libre en días laborables entre escolares según patrón de consumo			
ACTIVIDAD	% C	% N-C	P exacta¹⁰
Escuchar música	87	80	< 0,001
Ver TV	81	80	n.s.
Leer libros y revistas	60	65	< 0,001
Estar con los amigos / as	61	46	< 0,001
Practicar algún deporte	55	57	< 0,01
Jugar con ordenadores o video juegos	47	38	< 0,001
Ver algún espectáculo deportivo	19	16	< 0,001
Realizar alguna actividad artística o cultural	17	19	< 0,003
Ir al cine o al teatro	9	6	< 0,001
Ir a bares o discotecas	9	2	< 0,001
Ir a conciertos	5	3	< 0,001
Ir a fiestas	4	3	< 0,001

Uso del tiempo libre. Fin de semana

Atendiendo a la Tabla 1.7 puede verse que los escolares consumidores tienen mayor probabilidad de realizar algunas actividades durante los fines de semana que los no-consumidores: ir a bares o discotecas, fiestas y conciertos. Inversamente, los no-consumidores muestran mayor probabilidad durante el fin de semana de realizar actividades de ocio como ver TV., ir al cine o jugar con ordenadores o videojuegos, leer libros y revistas o practicar actividades deportivas, artísticas o culturales. En ambos grupos, las

¹⁰ Las diferencias entre los dos grupos son estadísticamente significativas para un valor de $p < 0,05$.

actividades de ocio más frecuentes son estar con los amigos, escuchar música e ir a bares o discotecas.

Aquí es importante destacar un aspecto fundamental para el estudio de IREFREA, *los adolescentes no-consumidores salen casi en su totalidad a divertirse durante los fines de semana, suelen salir con sus amigos, la mayoría frecuentan bares, discoteca y fiestas, es decir 'salen de marcha'*. Un aspecto que los diferencia de su cohorte que sí consume es que estas prácticas las hacen con menor frecuencia. La mitad de los consumidores salen de marcha todos los fines de semana o casi todos, mientras que esta frecuencia la mantiene el 20% de los no-consumidores. *Es decir, que los no-consumidores salen de marcha en su gran mayoría, pero lo hacen con menor frecuencia y diversifican más sus actividades de diversión.*

También hay diferencias en aspectos de tiempo y espacios. Hay que considerar el tiempo que están de marcha cuando salen. Más de la mitad de los jóvenes en edad escolar que son consumidores regresan a casa normalmente más tarde de las 3h. de la madrugada cuando salen de marcha (56%), mientras que solamente uno de cada cuatro jóvenes no-consumidores lo hacen (24%). El espacio para la diversión también varía, atendiendo a los lugares elegidos cuando salen a divertirse. Los jóvenes no-consumidores van con mayor frecuencia que los consumidores al cine o teatro (32 vs. 9%), a pasear o a casa de amigos (16% vs. 6%). Los adolescentes consumidores en edad escolar van con más frecuencia a bares, pubs o discotecas (84% vs. 50%).

Tabla 1.7: Actividades de fines de semana entre escolares según patrón de consumo			
ACTIVIDAD	% C	% N-C	P exacta¹¹
Estar con los amigos / as	94	90	< 0,001
Ir a bares o discotecas	89	63	< 0,001
Escuchar música	78	75	< 0,001
Ir a fiestas	77	58	< 0,001
Ir al cine o al teatro	63	76	< 0,001
Ver TV	63	72	< 0,001
Ir a conciertos	50	43	< 0,001
Jugar con ordenadores o video juegos	53	64	< 0,001
Ver algún espectáculo deportivo	43	45	< 0,001
Practicar algún deporte	42	46	< 0,001
Leer libros y revistas	31	45	< 0,001
Realizar alguna actividad artística o cultural	15	20	< 0,001

¹¹ Las diferencias entre los dos grupos son estadísticamente significativas para un valor de $p < 0,05$.

1.5. CONSUMO DE DROGAS: MOTIVOS Y PERCEPCIÓN DEL RIESGO

Motivos para no consumir tabaco ni alcohol

Se ha recogido información acerca de los valores y creencias que apoyan una actitud contraria al consumo de drogas en la Encuesta Escolar. Los adolescentes escolarizados no-consumidores señalan como motivo principal para no fumar los efectos nocivos y desagradables del tabaco para la salud (64%), seguido de las molestias o desagrado que produce en otras personas (15%). Los motivos principales señalados por estos adolescentes para no consumir alcohol son los efectos nocivos y desagradables del alcohol para la salud y el funcionamiento social.

La percepción del riesgo es fundamental en la elección del consumo. En la Tabla 1.8 puede verse que entre los no-consumidores el porcentaje que percibe **ninguno o pocos problemas** en diversos patrones de consumo es siempre menor que entre los consumidores, tanto entre los adolescentes escolarizados en el 2002 como entre los sujetos de la Encuesta Domiciliaria 2001 con edades entre 15 y 28 años:

Tabla 1.8: Percepción del riesgo. Consideran que no hay ningún o pocos problemas ante distintos patrones de consumo (sustancias, cantidades y frecuencias) en las dos encuestas analizadas				
Consumo	Domiciliaria 2001 (%)		Escolar 2002 (%)	
	C	NC	C	NC
Paquete de tabaco diario	29	10	27	15
5-6 copas / cañas en f / s	76	43	69	39
Cannabis habitualmente	78	24	36	6
Éxtasis habitualmente	7	1	4	2
Cocaína alguna vez	25	3	35	22

Como se ha mencionado al principio del capítulo, los datos de las dos Encuestas, y en especial la Encuesta Escolar 2002, aportan una información muy relevante y significativa que ha fundamentado el estudio de IREFREA. En primer lugar se ha tenido en cuenta que los no-consumidores adolescentes y jóvenes existen en todos los ámbitos de la diversión juvenil, y también en los espacios donde se sale de marcha. Ello es de gran trascendencia para matizar los discursos que apoyan la normalización del consumo en esos lugares y con ello dejan en un lugar marginal a los que no-consumen. Las estrategias preventivas en los lugares de ocio han de considerar a los que no-consumen, estos deben recibir apoyo y una mayor valoración en positivo de su actitud en favor de un estilo de vida que preserva su propia salud y la comunitaria. Conocerlos mejor es el objetivo del estudio que viene a continuación, con la finalidad de orientar esos apoyos y los factores de protección aplicados a los contextos recreativos.

2. RELEVANCIA DE LOS ESTILOS RECREATIVOS: MODELO IREFREA SOBRE LOS FACTORES DE RIESGO EN EL ABUSO DE DROGAS.

Este es un capítulo central y básico para ilustrar y comprender en su complejidad una serie de factores que facilitan o protegen frente al consumo de drogas, basado en una comparación entre los jóvenes que no consumen y los que sí consumen en el ámbito recreativo nocturno. Teniendo en cuenta los principales factores de riesgo y protección hallados en la literatura científica (Becoña 1999; Becoña 2002; Rhodes et al. 2003), a lo largo del capítulo se demuestra cómo la mayoría de estos factores distinguen a los adolescentes y jóvenes que consumen y no consumen drogas. La principal aportación del estudio consiste en señalar que, incluso teniendo en cuenta estos factores con relevancia contrastada en la literatura científica, la gestión que los adolescentes y jóvenes hacen de su vida recreativa durante el fin de semana puede ser un factor determinante primordial en el consumo de drogas, de modo muy similar a lo hallado en otro estudio europeo muy reciente (Calafat et al. 2003).

Los estudios conducidos recientemente por IREFREA desde el Proyecto SONAR (Calafat et al. 1998, 1999, 2000, 2001) han aportado evidencia acumulativa a favor de un modelo sobre el desarrollo del uso y abuso de drogas entre los jóvenes europeos. Este modelo considera el uso y abuso recreativo de drogas como un patrón conductual multideterminado, y se aproxima a su estudio desde una perspectiva tridimensional que integra variables relativas a las drogas, el sujeto y su entorno. Dentro de las características personales, nuestros estudios han hallado evidencia acumulativa de la asociación entre el uso de drogas y determinadas características de la personalidad del sujeto (implicación en diversas conductas de riesgo, una predisposición hacia búsqueda de sensaciones y hacia la conducta desviada socialmente). De modo similar a los hallazgos de otros estudios, el uso de drogas en los estudios de IREFREA también está asociado positivamente a características del entorno grupal y familiar del sujeto tales como el consumo de drogas, menor integración social y familiar, menor control familiar, etc. Los factores que emergen como más relevantes en la interacción sujeto – sustancia en nuestros estudios parecen ser el valor funcional e instrumental del consumo para la integración social de determinados sujetos, y, muy especialmente, su valor funcional e instrumental como “nexo” alrededor del cual gira la vida recreativa del fin de semana en determinados entornos culturales, “tribus” y grupos de adolescentes y jóvenes. Este valor funcional del consumo de drogas en algunos jóvenes está asociado a una serie de expectativas positivas acerca de los efectos y “utilidad” de consumir drogas, una percepción determinada de los motivos que llevan a consumir o rechazar este

consumo, una relativamente baja percepción de los riesgos asociados al consumo, y actitudes favorables hacia el consumo de drogas en la red social de referencia y en la comunidad.

El componente original y principal aportación de este marco de referencia de IREFREA es combinar el estudio de estos factores etiológicos más tradicionales del consumo de drogas (personales, del entorno social – familiar y motivacionales – cognitivos) con el estilo de gestión de la vida recreativa durante el fin de semana. Con ello se logra: 1. Comprender mejor la etiología del consumo de drogas entre los jóvenes; 2. Valorar la importancia relativa de estos factores de riesgo que intervienen, demostrando que la relación que se establezca con el contexto recreativo es un determinante fundamental; 3. Consolidar la idea de que la forma de participación en el contexto recreativo es clave para la prevención del uso y abuso de drogas.

El objetivo general de este capítulo es proporcionar una visión global de los principales factores asociados al consumo o no consumo de drogas entre los jóvenes entrevistados por Irefrea en entornos recreativos. La hipótesis principal es que **el uso / abuso de drogas entre muchos jóvenes españoles está facilitado por el contexto social y familiar, se asocia a un estilo de vida orientado hacia el riesgo, la búsqueda de sensaciones y una gestión de la diversión que añade al significado del ‘salir de marcha’ el consumo de drogas como una “herramienta” clave de la diversión.** Los espacios recreativos del fin de semana proporcionan un espacio donde los jóvenes consumidores van a desarrollar un estilo de diversión parecido en la forma pero distinto en el significado y las conductas al de otros jóvenes que no consumen. Estos últimos también dedican un tiempo sustancial del fin de semana a la diversión, en los mismos contextos que sus compañeros consumidores, pero su búsqueda de diversión integra otras actividades lúdicas y mantienen una relación más positiva con otras actividades cotidianas. La actitud ante el consumo de drogas también afecta al vínculo con los grupos de referencia y en la relación con la comunidad.

Los objetivos específicos que se persiguen tienen una finalidad básicamente comparativa y predictiva:

1. Identificar los factores más relevantes en su asociación con el uso o no uso de drogas. Estos factores se agrupan en diferentes áreas o conjuntos de variables: entorno familiar – social, factores motivacionales – cognitivos asociados al uso de drogas, características relacionadas con la personalidad y estilos de gestión de la vida recreativa durante el fin de semana.
2. Construir un modelo predictivo, combinando las variables más asociadas al uso de drogas, y valorar la capacidad del modelo para predecir el uso de drogas.
 - a. Atender a la capacidad predictiva relativa de diferentes constructos tradicionalmente considerados como factores de riesgo en esta conducta, y establecer la relevancia de los estilos recreativos como predictores del uso de drogas, en comparación con estos predictores ya consistentemente validados.

El cuadro siguiente muestra una relación de las variables objeto de estudio:

Cuadro 2.1

Variables sometidas a estudio

- Variables sociodemográficas: sexo, edad, estudios, convivencia, ocupación, convivencia, nivel socioeconómico, etc
- Consumo de drogas legales (alcohol, alcohol hasta la embriaguez, tabaco) e ilegales (cannabis, cocaína, éxtasis, LSD y anfetaminas).
- **VARIABLES UTILIZADAS COMO PREDICTORAS DEL CONSUMO DE DROGAS:**
 - Implicación en salir de marcha (tempo y recursos empleados).
 - Motivación para salir de marcha.
 - Características de los lugares preferidos para salir.
 - Motivación para no consumir drogas.
 - Motivación para consumir drogas.
 - Imagen social percibida del no-consumidor.
 - Consumo de drogas entre los amigos (tabaco, alcohol, cannabis, cocaína, éxtasis, otras drogas ilegales y embriaguez).
 - Actitudes hacia el consumo de drogas en amigos íntimos y pareja.
 - Consumo de drogas en la familia (tabaco, alcohol, cannabis, otras drogas ilegales).
 - Control y ascendiente familiares sobre el comportamiento, uso de drogas y vida recreativa (relativos al padre y la madre).
 - Integración percibida en la red social, familia y comunidad.
 - Actitudes hacia la normativa y control social de las drogas.
 - Percepción del riesgo asociado al uso de drogas.
 - Conductas sexuales y riesgos asociados.
 - Conductas de riesgo en la conducción de vehículos.
 - Búsqueda de sensaciones.
 - Conducta desviada socialmente.
 - Religiosidad e ideología política.

La muestra descrita en este capítulo está formada por jóvenes entrevistados por IREFREA durante el 2003. Como consecuencia del diseño del estudio, la muestra está relativamente balanceada según tres variables de agrupación: género, consumo / no consumo de drogas y grupo de edad.

- La muestra total incluye 806 sujetos, 407 hombres (el 50,5%) y 399 mujeres (el 49,5%).

- De los 806 sujetos, 409 eran consumidores de drogas (50,7%) y 397 (49,3%) eran sujetos que no consumían drogas. El cuadro siguiente describe los criterios seguidos para definir operativamente a los sujetos consumidores y no-consumidores:

Cuadro 2.2

Consumidores y No-Consumidores

Para los fines de este estudio, un consumidor es una persona que, además de consumir alcohol y / o tabaco, también consume alguna droga ilegal.

Un No-Consumidor es una persona que:

- No consume ninguna droga ilegal.
- No ha consumido tabaco en más de tres ocasiones durante el último mes.
- No ha fumado más de tres cigarrillos por día en alguna esas tres ocasiones en las que ha podido consumir tabaco en el último mes,
- No ha consumido alcohol durante más de cuatro días en el último mes.
- No ha tomado más de dos bebidas alcohólicas en ninguna de esos posibles cuatro días de consumo de alcohol en ese mes, y
- No se ha embriagado durante el último año

Los No – Consumidores pueden ser ex-consumidores o pueden haber llegado a probar alguna droga ilegal en alguna ocasión.

- La muestra está subdividida en dos grupos de edad: un grupo con edad máxima de 18 años (401, el 49,8%) y un grupo de edad superior a 18 años (405, el 50,2%).

La Tabla 2.1 muestra las características sociodemográficas básicas del total de la muestra:

La edad más frecuente son los 17 años, la edad promedio son 20 años, con una desviación típica de 4,2 años y valores extremos de 13 y 34 años. La gran mayoría viven con la familia de origen (84,7%) y alrededor de uno de cada 10 viven con pareja o con amigos. Tres de cada cuatro entrevistados estudia como actividad principal, uno de cada cuatro trabaja regularmente, y un pequeño porcentaje (entre el 3 y 11%) trabajan de modo temporal, están desempleados o están en otra situación ocupacional. Los porcentajes de cada categoría no suman el 100%, ya que un sujeto puede estar en dos categorías (por ejemplo, trabajado y estudiando). La mitad de los sujetos encuestados proceden de familias con estatus socioeconómico medio, uno de cada tres proceden de familias con nivel socioeconómico medio – alto o alto y alrededor del 15% proceden de familias con un estatus medio – bajo o bajo. La muestra está relativamente balanceada por ciudades (Bilbao, Madrid, Palma de Mallorca y Vigo).

Tabla 2.1: Características sociodemográficas en la muestra (N = 806).			
		N	%
CONSUMO DE DROGAS	Consumidor	409	50,7
	No-consumidor	397	49,3
SEXO	Hombre	407	50,5
	Mujer	399	49,9
GRUPO DE EDAD	< 19	401	49,8
	> 19	405	50,2
CONVIVENCIA	Familia de origen	683	84,7
	Pareja	46	5,7
	Amigos	35	4,3
OCUPACIÓN	Estudiante	588	73
	Trabajo temporal	200	24,8
	Trabajo fijo	91	11,3
	Parado	47	5,8
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Alto	39	4,9
	Medio – alto	236	29,4
	Medio	429	53,4
	Medio – bajo	85	10,6
	Bajo	14	1,7
CIUDAD	BILBAO	201	24,9
	MADRID	199	24,7
	PALMA	205	25,4
	VIGO	201	24,9

El objetivo principal de este estudio se centra en comparar a los sujetos consumidores y no consumidores entrevistados por IREFREA en los ambientes recreativos. Como se ha mencionado anteriormente, los sujetos consumidores son personas que se declaran al menos consumidores de alguna droga ilegal, además de ser casi todos consumidores habituales de drogas legales. El gráfico siguiente muestra los porcentajes de sujetos consumidores que declaran consumir diferentes sustancias legales e ilegales:

Además, la gran mayoría de estos consumidores (76,5%) admiten que se han embriagado al menos una vez durante el mes anterior y más de la mitad (51,9%) en

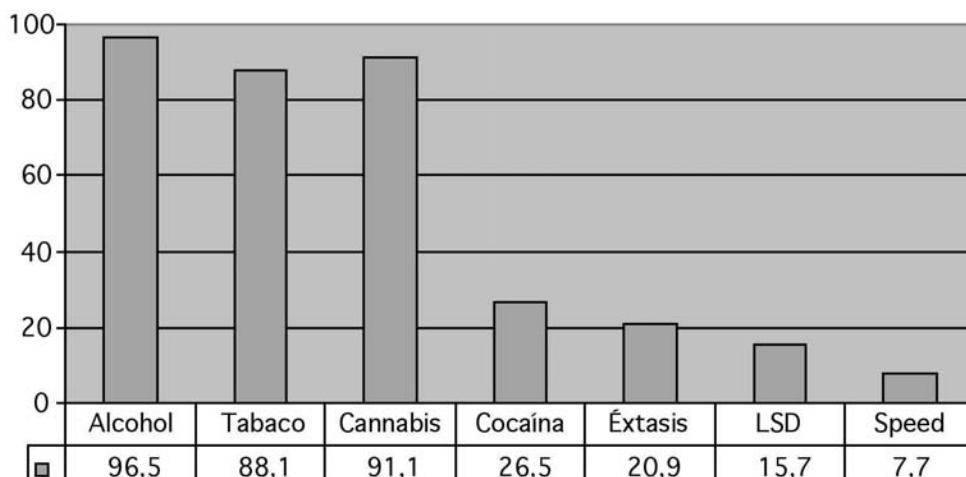


Gráfico 2.1: Porcentajes de consumidores de diferentes sustancias, entre el subgrupo de "consumidores".

dos o más ocasiones. Así pues, cuando a lo largo de este informe nos referimos a los "sujetos consumidores" estamos hablando de un subgrupo formado por sujetos que consumen casi en su totalidad alcohol, tabaco y cannabis, que consumen otras drogas ilegales en porcentajes comprendidos entre el 8 y 27% y que en su mayoría abusan del consumo de alcohol.

Entre los procedimientos útiles para alcanzar los objetivos específicos marcados anteriormente, hemos utilizado el análisis discriminante y la regresión logística, según que las variables que utilizamos para distinguir a los sujetos que consumen o no consumen drogas sean cuantitativas o cualitativas respectivamente. Cuando utilizamos la regresión logística, presentamos los coeficientes de cada variable en la ecuación de regresión logística y los estadísticos alcanzados por el modelo a la hora de "clasificar" a cada sujeto según su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor de drogas). La interpretación de la ecuación de regresión logística es relativamente simple, ya que el valor de los coeficientes de las variables es un indicador del incremento en la probabilidad de ser consumidor drogas cuando la variable cambia de valor. Los coeficientes positivos indican un aumento de la probabilidad, mientras que los negativos implican una disminución. En los modelos basados en el análisis multivariante, los resultados incluyen los coeficientes de cada variable en una función discriminante que distingue consumidores y no consumidores, indicando el peso que dicha variable tiene en la función resultante. Además, se exponen los resultados alcanzados por el modelo en la clasificación de los sujetos en un grupo de "consumidores" o "no consumidores" de drogas.

La "probabilidad a priori" de pertenecer al grupo de consumidor o no consumidor es muy similar, de modo que la capacidad de cada modelo para clasificar a cada sujeto en su grupo es atribuible a la capacidad discriminativa de las variables que lo forman,

más que al hecho de que ambas probabilidades sean muy distintas. Las variables “predictoras”, “independientes” o “covariables” son introducidas en el modelo siguiendo el procedimiento “paso a paso”. En la regresión logística utilizamos el modelo denominado “adelante: condicional” para la inclusión de variables en el modelo, una a una. En el análisis discriminante se utilizó el método de inclusión por pasos de las variables “predictoras”, basado en la distancia de Mahalanobis. Solamente son comentadas y discutidas las variables que son incluidas en los modelos con un “peso relativo” estadísticamente significativo. Asimismo, todos los modelos comentados y discutidos más adelante alcanzan estadísticos de ajuste adecuados y niveles de significación apropiados para ser interpretados sustantivamente.

2.1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

En este apartado se describen las características psicológicas y comportamentales del sujeto que han sido objeto de estudio en investigaciones recientes de Irefrea. En el estudio de encuestas se han incluido, además de las características sociodemográficas básicas, cinco constructos relativos a las características personales del sujeto:

1. Desviación social (implicación en conductas desviadas socialmente),
2. Conductas de riesgo relacionadas con la conducción de vehículos (implicación en tales conductas),
3. Predisposición hacia la búsqueda de sensaciones (frecuencia de implicación en conductas asociadas a la búsqueda de sensaciones)
4. Conductas sexuales de riesgo (frecuencia de relaciones coitales no protegidas con pareja ocasional, etc).
5. Creencias religiosas e ideología política.

Desviación social

Los indicadores de desviación social utilizados en el estudio han sido los siguientes, todos ellos evaluados de modo dicotómico en respuesta a si el sujeto los ha realizado alguna vez en el ciclo vital (si / no):

1. Conducir vehículos sin licencia,
2. Vandalismo (dañar o romper cosas en lugares públicos),
3. Hurtos (llevarse cosas sin pagar de lugares comerciales), y
4. Violencia (pelearse con personas que no son de la familia).

Estas cuatro conductas “desviadas” socialmente han sido realizadas al menos alguna vez en su vida de modo sustancial y significativamente más frecuente por los consumidores (p exacto $< 0,001$ para la prueba del Chi cuadrado en estas cuatro conductas). Los porcentajes de estas conductas para consumidores y no consumidores son, respectivamente, 36% vs. 16% para la primera conducta mencionada, 28% vs. 13% para el vandalismo, 67% vs. 32% para los hurtos y 61% vs. 32% en las peleas. En síntesis:

esas conductas son relativamente minoritarias y desviadas entre los no consumidores, mientras que son mayoritarias entre los consumidores de drogas.

La Tabla 2.2 resume los resultados obtenidos con un modelo de regresión logística aplicado a estas conductas indicadoras de desviación social y conducta delictiva para predecir el consumo / no consumo de drogas:

1. Solamente la participación en actos vandálicos (dañar deliberadamente coches, cabinas telefónicas, etc,) queda excluida del modelo. La conducta más relevante es haber realizado hurtos, seguida de la implicación en peleas y agresiones y conducir vehículos sin licencia.
2. El modelo global clasifica correctamente a dos de cada tres sujetos (68%) en su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor).

Tabla 2.2: Resultados de la regresión logística aplicada a la desviación social para predecir el consumo o no consumo de drogas.		
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
<i>Desviación social</i>		
Variable	Coefficiente	Capacidad clasificatoria
Hurtos	0,57	
Implicación en peleas y agresiones	0,40	
Conducir vehículos sin licencia	0,28	
Constante	-1,1	
Modelo que incluye los cuatro parámetros		68%

El signo positivo de los tres coeficientes indica que la probabilidad de ser consumidor de drogas aumenta si el sujeto ha realizado en su vida alguna de las tres conductas desviadas. El tamaño relativo de los coeficientes indica que la conducta desviada más relevante para discriminar a los consumidores / no consumidores es la participación en hurtos, seguida de la conducta violenta y conducir vehículos sin licencia. La asociación entre la implicación en actos vandálicos y consumo de drogas queda explicado por estas tres variables incluidas en la ecuación.

Globalmente, el modelo viene a decir que la historia del sujeto, relativa solamente a estas tres conductas antisociales y desviadas es capaz de “predecir” correctamente en alrededor de dos tercios de la muestra entrevistada si un joven o adolescente es consumidor o no de drogas (68%).

Conductas de riesgo

Los indicadores de conductas de riesgo han sido los siguientes, todos ellos relativos a la conducción de vehículos bajo los efectos de alcohol y drogas, y evaluados de

modo dicotómico en respuesta a si el sujeto los ha realizado alguna vez durante el ciclo vital:

1. Conducir vehículos bajo los efectos del alcohol,
2. Conduciría vehículos bajo los efectos del alcohol,
3. Viajar en un vehículo conducido por alguien bebido,
4. Viajaría en un vehículo conducido por alguien bebido,
5. Viajaría en un vehículo conducido por alguien bajo los efectos de otras drogas,
6. Evitaría que un amigo condujese bebido (respuesta negativa).

Estas seis conductas de riesgo son más frecuentes en el grupo de consumidores de drogas, y las diferencias con los no consumidores son estadísticamente significativas en todas ellas menos en la probabilidad de prevenir a un amigo la realización de esa conducta (p exacto $< 0,001$ para la prueba del Chi cuadrado en estas cuatro conductas).

Los porcentajes de estas conductas para los consumidores y no-consumidores son, respectivamente: 40% vs. 7% para la conducción bajo efectos del alcohol; 38% vs. 5% para las expectativas de esta conducta en un futuro; 83% vs. 44% en la probabilidad de viajar con alguien bebido al volante y 55% vs. 14% para este tipo de expectativas en el futuro. Las expectativas de viajar en un futuro en un vehículo conducido por alguien bajo efectos de otras drogas están presentes en el 47% de los consumidores y en el 7% del grupo de los no-consumidor. En síntesis: las expectativas o experiencias de una o varias conductas de riesgo en la conducción de vehículos asociadas al consumo de drogas y alcohol son mayoritarias entre los consumidores, mientras que son claramente minoritarias entre los no-consumidores.

La Tabla 2.3 resume los resultados obtenidos con un modelo de regresión logística aplicado a estas conductas de riesgo en la conducción de vehículos:

1. Cuatro de los 6 indicadores de conductas de riesgo han quedado incluidos en el modelo. El indicador más relevante es la experiencia de haber conducido bebido, seguido de la predisposición a viajar en un vehículo conducido por alguien bajo los efectos de drogas o alcohol, y la experiencia de haber viajado con alguien bebido al volante.
2. El modelo global clasifica correctamente tres de cada cuatro sujetos (75%) en su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor).

La capacidad del modelo para "predecir" quién consume drogas y quien no lo hace es ligeramente superior a la del modelo que agrupa las conductas antisociales y desviadas valoradas en la Tabla 2.2.

Búsqueda de sensaciones

Se han utilizado tres indicadores de Búsqueda de sensaciones, todos ellos evaluados con una escala de seis puntos ordenados de menor a mayor frecuencia durante el ciclo vital y el último año:

1. Hacer lo que apetece, sea lo que fuere,

Tabla 2.3: Resultados del análisis de regresión logística aplicado a las conductas de riesgo en la conducción de vehículos y el consumo de drogas.		
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
<i>Conductas de riesgo en la conducción de vehículos</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Ha conducido bebido	1,5	
Viajaría con alguien drogado al volante	1,1	
Viajaría con alguien bebido al volante	1	
Ha viajado con alguien bebido al volante	0,8	
Constante	-7,4	
Modelo que incluye los cuatro parámetros	75%	

2. Hacer algo peligroso porque alguien le desafió a ello, y
3. Hacer cosas “locas”, aunque sean un poco peligrosas.

Estas tres conductas orientadas hacia la búsqueda de sensaciones son significativamente más frecuentes entre los consumidores que entre los no consumidores ($p < 0,001$ en la prueba T para la comparación de medias).

La tabla siguiente resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos indicadores:

1. Dos de estos indicadores de búsqueda de sensaciones han sido incluidos en el modelo, y el más relevante es la frecuencia de hacer cosas “locas”, aunque sean peligrosas.
2. La función canónica discriminante basada en estos indicadores alcanza una capacidad moderada para clasificar correctamente a los sujetos según su consumo / no consumo de drogas: algo menos de dos de cada tres sujetos con clasificados correctamente (62%).

Tabla 2.4: Resultados del análisis discriminante aplicado a la búsqueda de sensaciones y el consumo o no consumo de drogas.		
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
<i>Búsqueda de sensaciones</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Hacer cosas “locas”, aunque sean peligrosas	0,99	
Hacer lo que apetezca, sea lo que fuere	0,66	
Modelo que incluye los dos indicadores	62%	

CONDUCTAS SEXUALES

La probabilidad de haber tenido relaciones sexuales coitales es significativamente mayor entre los consumidores que entre los no consumidores (76% vs. 48%; p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado), así como la probabilidad de haber mantenido relaciones sexuales con alguien del mismo sexo (3,1% vs. 0,8%). La edad de la primera relación coital es también significativamente más temprana entre los consumidores (16,8 años) que entre los no-consumidores (18,1 años), ($p < 0,001$ para la comparación de medias con la prueba T).

Entre los sujetos que han tenido relaciones sexuales, no se observan diferencias estadísticamente significativas en la frecuencia de relaciones sexuales durante el último año entre consumidores y no-consumidores, siendo esta frecuencia ligeramente superior entre los jóvenes no-consumidores (p exacta $> 0,05$ para la prueba U de Mann – Whitney). El número de personas con las que se han mantenido relaciones sexuales durante el último año es significativamente superior entre los consumidores (p exacta $< 0,001$ para la prueba U de Mann – Whitney).

Los jóvenes no-consumidores que han tenido relaciones sexuales han utilizado anticonceptivos y métodos para relaciones sexuales protegidas (preservativo) con mayor frecuencia que los consumidores, aunque las diferencias solo son estadísticamente significativas en el uso de anticonceptivos (p exacta $< 0,001$ para la prueba U de Mann – Whitney). Los no-consumidores sexualmente activos asumen la iniciativa en la toma de decisiones para adoptar medidas de sexo seguro y control de embarazos con mayor probabilidad que los consumidores (96% vs. 86% respectivamente; p exacta $< 0,01$ para el Chi cuadrado). Casi todos los jóvenes no-consumidores sexualmente activos han utilizado siempre anticonceptivos (89%), en comparación con dos de cada tres jóvenes consumidores (66%). El porcentaje de uso del preservativo siempre en esas relaciones es ligeramente menor en ambos grupos (83% vs. 61% respectivamente).

Las variables relativas a las conductas sexuales sido tratadas mediante análisis multivariantes (análisis discriminantes y regresión logística). La probabilidad de haber mantenido relaciones coitales, la iniciativa en la adopción de medidas para una relación segura y sin riesgos, la frecuencia de uso de preservativo y la frecuencia de relaciones durante el último año no entran a formar parte del modelo. El análisis discriminante incluye la edad de la primera experiencia coital, el número de personas con las que se ha mantenido relaciones coitales durante el último año y la frecuencia de uso de anticonceptivos.

La tabla siguiente resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos indicadores:

1. El indicador más relevante es el número de personas con quien se han mantenido relaciones coitales durante el último año (promiscuidad), seguido de una iniciación más temprana en la relación coital y la frecuencia de uso de anticonceptivos en las relaciones coitales.
2. La función canónica discriminante basada en estos indicadores alcanza una capacidad moderada para clasificar correctamente a los sujetos según consumo / no consumo de drogas: dos de cada tres sujetos con clasificados correctamente (66%).

En síntesis: el consumo de drogas puede ser predicho en un 66% por una mayor promiscuidad sexual, una iniciación más temprana en las relaciones coitales y una menor frecuencia de uso de anticonceptivos.

Tabla 2.5: Resultados del análisis discriminante aplicado a la conducta sexual y el consumo o no consumo de drogas.		
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
<i>Conducta sexual</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Personas con relación (último año)	0,73	
Edad de la primera experiencia coital	0,66	
Frecuencia de uso de anticonceptivos	0,63	
Función con los tres indicadores	66%	

Religión e ideología

Las creencias religiosas y la ideología política fueron evaluadas con una escala de 5 puntos, donde las máximas puntuaciones corresponden a alguien que no es nada creyente y de ideología de extrema derecha respectivamente. La Tabla 2.6 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estas dos características personales para predecir el consumo de drogas:

Tabla 2.6: Resultados del análisis discriminante aplicado a las creencias religiosas, ideología política y el consumo o no consumo de drogas.		
CARACTERÍSTICAS PERSONALES		
<i>Religión e Ideología</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Religión	0,94	
Ideología	-0,56	
Modelo que incluye los dos indicadores	62%	

1. Los dos indicadores entran en la función discriminante. La creencia religiosa es el indicador más relevante.
2. La función discriminante resultante clasifica correctamente el 62% de los sujetos en su grupo de pertenencia.

Los jóvenes consumidores de drogas se caracterizan por una menor religiosidad y mayor inclinación hacia las ideologías “de izquierda” que los jóvenes no-consumidores, y las diferencias entre estos dos grupos son estadísticamente significativas ($p < 0,001$ para la prueba T para la comparación de medias). Teniendo en cuenta las dos variables conjuntamente en un análisis discriminante, la religiosidad resulta casi dos veces más relevante que la ideología a la hora de distinguir a los consumidores de los que no consumen drogas. La función que combina estas dos características personales también alcanza una capacidad moderada para predecir si un sujeto es consumidor o no (de modo similar al modelo basado en la búsqueda de sensaciones).

Características personales y consumo de drogas

Cada uno de los cinco constructos anteriores nos permite calcular para cada sujeto una probabilidad de ser consumidor de drogas. Estos atributos personales (desviación social, conductas de riesgo en la conducción de vehículos, búsqueda de sensaciones, conducta sexual de riesgo y religiosidad – ideología) han sido combinados en un modelo basado en el análisis discriminante, cuyos resultados globales se muestran en el Gráfico 2.2:

Características personales y uso de drogas.

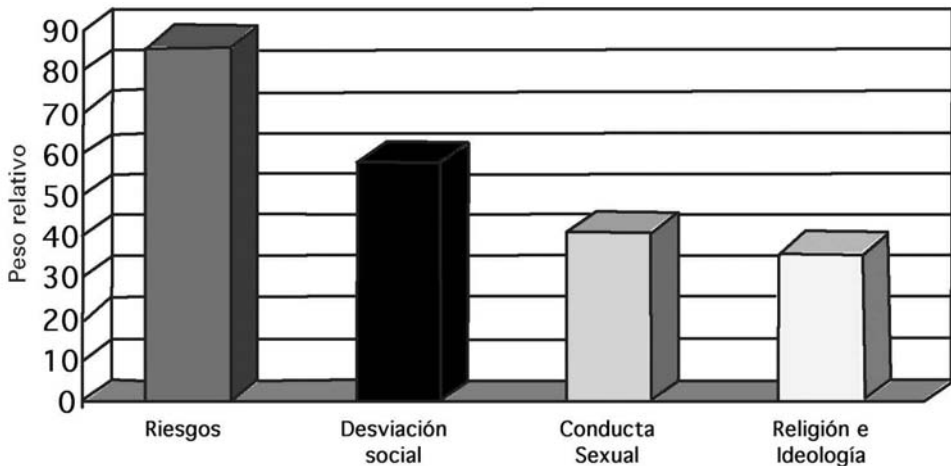


Gráfico 2.2: Características personales y consumo de drogas.

1. La búsqueda de sensaciones no ha quedado incluida en la ecuación discriminante basada en las características personales.
2. La característica más relevante resulta ser la realización de las conductas de riesgo en la conducción de vehículos. Desviación social, conducta sexual de riesgo y religiosidad e ideología alcanzan una relevancia ligeramente menor.
3. En conjunto este modelo clasifica casi cuatro de cada cinco sujetos en su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor), un **78%** de la muestra.

De un modo resumido: en la muestra entrevistada, ser una persona con un estilo de vida caracterizado por la inclinación hacia la conducta arriesgada en diversos ámbitos, con poca adscripción religiosa y con orientación política más “de izquierdas” está sustancialmente asociado al consumo de drogas. Inversamente: ser prudente ante conductas de riesgo para la salud, integridad y propiedad propia y ajena, mantener creencias religiosas y una ideología política más “de centro” o conservadora está sustancialmente asociada con ser un no-consumidor de drogas.

El resultado principal al observar la “personalidad” de los adolescentes y adultos jóvenes y su asociación con el uso o no uso de drogas vienen a confirmar que los no-consumidores en la presente muestra son jóvenes más próximos a una conducta pro-social, más cercanos a valores religiosos, con menor necesidad de ruptura con las instituciones formales, menor interés por la búsqueda de sensaciones a través del riesgo y la conducta no convencional. Estos resultados ya se intuyen en los datos hallados en los últimos estudios de IREFREA (Calafat et al., 1998, 1999, 2001, 2003) y apoyan sustancialmente las predicciones formuladas sobre del uso de drogas desde los modelos explicativos basados en la conducta de riesgo y conducta – problema al evaluar a los jóvenes que sí son consumidores. Los factores estudiados se sitúan entre las características de personalidad que han sido consideradas como “factores de riesgo” en el uso de drogas, tras diversas revisiones de la literatura científica (Hawkins, Catalano y Miller 1992; Petraitis, Flay y Miller 1995; Becoña 1999, Rhodes, Lilly, Fernández et al. 2003).

2.2. GESTIÓN DE LA VIDA RECREATIVA EN EL FIN DE SEMANA

Los indicadores que definen la vida recreativa del sujeto en el estudio de encuestas de IREFREA se agrupan en tres áreas:

- La implicación en la actividad de ‘salir de marcha’, o intensidad con que el sujeto se implica en ese estilo recreativa del fin de semana.
- La motivación para salir de marcha.
- Los lugares preferidos por el sujeto para salir de marcha y donde se desarrolla su vida recreativa del fin de semana.

Implicación en salir de marcha o participar del MDH

La implicación en el modelo de diversión hegemónico, o lo que populmente se denomina ‘salir de marcha’ se ha cuantificado a través de cuatro indicadores:

1. El nº de fines de semana que el sujeto ha salido de marcha durante el último mes.
2. El nº de horas que habitualmente el sujeto dedica a salir de marcha.

3. El dinero total que el sujeto se gasta en salir de marcha durante un fin de semana en diversos conceptos.
4. El porcentaje de dinero disponible que el sujeto se gasta en salir de marcha.

La mayoría de los consumidores (60%) salen de marcha todos los fines de semana o durante tres fines de semana al mes (17%), mientras que solamente la mitad de los no-consumidores salen durante tres (21%) o cuatro fines de semana al mes (31%) (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado). El nº promedio de horas dedicadas a salir de marcha en cada sesión es sustancial y significativamente mayor entre los consumidores (7,1 horas) que entre los no-consumidores (5,3 horas) ($p < 0,001$ para la prueba T para la comparación de medias).

Los consumidores se gastan cada fin de semana en promedio casi el doble de dinero que los no-consumidores (48,1€ vs. 25,3€ respectivamente), ($p < 0,001$ para la prueba T para la comparación de medias). Más de la mitad de los consumidores se gastan en salir de marcha más de la mitad de su dinero disponible (51%), mientras que solamente la cuarta parte (24%) de los no-consumidores lo hacen (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado).

La Tabla 2.7 resume los resultados más relevantes del análisis discriminante aplicado a estos indicadores de la implicación en salir de marcha:

1. Los cuatro indicadores han quedado incluidos en el modelo. Todos ellos se asocian positivamente con la función discriminante que indica la implicación en salir de marcha en cada sujeto.
2. La variable con mayor peso relativo para distinguir los dos grupos es el nº de horas dedicadas a salir de marcha. Los indicadores relativos a la cantidad total de dinero (en €) gastado en salir de marcha durante un fin de semana, el porcentaje de dinero dedicado al salir de marcha y la frecuencia del salir de marcha tienen casi el mismo peso relativo.
3. La función discriminante que combina estos cuatro indicadores clasifica correctamente el 78% (casi cuatro de cada cinco de los sujetos) en su grupo de pertenencia (consumidor o no-consumidor de drogas).

En síntesis: el tiempo que se dedica a 'salir de marcha' durante el fin de semana es un indicador muy relevante a la hora de distinguir a los que consumen drogas de los que no lo hacen. Lo que significa que la implicación de los jóvenes consumidores en esa actividad es mayor. Los jóvenes que no consumen también se divierten, pero lo hacen implicándose menos en ese estilo de diversión.

Motivación para salir de marcha

La motivación alegadas para salir de marcha se ha cuantificado a través de ocho indicadores: Bailar, Conocer gente diferente, Reunirse con los amigos, Escuchar música, Buscar pareja, Buscar sexo, Romper con la rutina diaria, Tomar drogas. Estos indicadores se evalúan en una escala de 4 puntos (desde 1= muy importante hasta 4 = nada importante).

Tabla 2.7: Resultados del análisis discriminante aplicado a la implicación en salir de marcha y el consumo o no consumo de drogas.		
SALIR DE MARCHA		
<i>Implicación en salir de marcha</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Nº de horas que sale de marcha habitualmente	0,68	
Dinero (en €) que se gasta en salir durante un fin de semana	0,54	
Porcentaje de dinero que se gasta en salir	0,5	
Nº de fines de semana que sale de marcha al mes	0,45	
Modelo que incluye los cuatro indicadores	78%	

Ambos grupos coinciden aproximadamente en señalar la importancia del salir de marcha como marco para encontrarse con los amigos (el 95% aproximadamente en ambos grupos consideran que es un motivo importante para salir), romper la rutina (el 80% aproximadamente en ambos grupos señala que es un motivo importante para salir), escuchar música (alrededor del 70% lo consideran importante), conocer gente diferente (alrededor del 65% lo consideran importante) y bailar (alrededor de un 55%). Los consumidores le dan mayor importancia que los no-consumidores a motivadores menos importantes para ambos, tales como buscar sexo (42% vs. 22% lo consideran importante para salir), buscar pareja (28% vs. 22%) y tomar drogas (47% vs. 2%).

La Tabla 2.8 resume los resultados más relevantes del análisis discriminante aplicado a estos indicadores de la motivación para salir de marcha:

1. Aunque el modelo incluye tres indicadores, solamente la importancia que el sujeto otorga a drogas tiene un peso sustancial en la función discriminante.
2. La función discriminante que resulta clasifica correctamente a cuatro de cada cinco sujetos en su grupo (consumidor o no consumidor).

Los resultados más llamativos del modelo resultante son dos:

1. La vida recreativa no parece tener un significado sustancialmente distinto para jóvenes consumidores y no consumidores en componentes tan esenciales como reunirse con los amigos, bailar, escuchar música, conocer gente o romper la rutina diaria, y que son los más importantes para ambos grupos. La oportunidad de consumir alcohol y drogas en un contexto recreativo que "regula" estos consumos parece ser un componente motivador específico para los consumidores de drogas.
2. En segundo lugar, resulta llamativo que estos ítems alcancen tan alta capacidad predictiva del consumo de drogas (cuatro quintas partes), mayor que las carac-

Tabla 2.8: Resultados del análisis discriminante aplicado a la motivación para salir de marcha y el consumo o no consumo de drogas.		
SALIR DE MARCHA		
<i>Motivación para salir de marcha</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Tomar drogas	0,98	
Conocer gente diferente	0,15	
Buscar pareja	0,05	
Modelo que incluye los tres indicadores		81%

terísticas personales (aislada y conjuntamente) comentadas anteriormente, y que la propia implicación en salir de marcha.

En síntesis: el significado de la diversión para los consumidores no se distingue básicamente del significado que esta tiene para quienes no consumen. Más bien, resulta que los consumidores “añaden” al significado básico del ‘salir de marcha’ la oportunidad de consumir drogas, y es esta motivación “extra” para salir lo que evidentemente distingue muy eficazmente a consumidores de no – consumidores.

Lugares para salir de marcha y consumo de drogas

Los lugares preferidos por el sujeto para salir de marcha y donde se desarrolla su vida recreativa nocturna se han definido operativamente a través de una escala de cinco puntos que valora:

1. Su preferencia por lugares libres de drogas ilegales.
2. La frecuencia percibida de escenas violentas en estos lugares.
3. La preferencia por lugares con bebidas no alcohólicas accesibles y baratas.
4. La accesibilidad percibida de lugares libres de drogas.
5. La preferencia por lugares con música muy alta.
6. La preferencia por lugares repletos de gente.
7. La preferencia por lugares de aspecto “descuidado” o no bien acondicionados.
8. La accesibilidad de preservativos en estos lugares.
9. La limpieza de los espacios reservados para la higiene (servicios).

La Tabla 2.9 resume los resultados más relevantes del análisis discriminante aplicado a estos indicadores:

Tabla 2.9: Resultados del análisis discriminante aplicado a los lugares preferidos para salir de marcha y el consumo o no consumo de drogas.

SALIR DE MARCHA		
<i>Lugares para salir de marcha</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Lugares sin drogas ilegales	0,90	
Bebidas no alcohólicas económicas	0,45	
Ambiente saludable y limpio	0,37	
Lugares un poco descuidados	-0,34	
Música no muy alta	0,28	
Modelo resultante	77%	

1. Cinco de los 9 atributos de los espacios recreativos elegidos para salir de marcha entran en el modelo que discrimina a los consumidores de drogas de los no consumidores:
 - a. La preferencia por lugares donde no se consumen drogas ilegales es la variable más relevante.
 - b. La preferencia por lugares con bebidas no-alcohólicas accesibles, y la preferencia por lugares de aspecto descuidado frente a un entorno limpio, no excesivamente ruidoso y saludable tienen una menor importancia. La primera es mayor entre los no-consumidores y la segunda es mayor entre los consumidores de drogas.
2. La función discriminante que agrupa estas cinco características clasifica correctamente a más de tres de cada cuatro sujetos (77%) en su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor de drogas ilegales).

Nuevamente, se observa que este componente de la vida recreativa alcanza una capacidad para “predecir” el consumo de drogas muy sustancial, y comparable a las características personales que se han estudiado y a la implicación en salir de marcha.

La característica del contexto físico para la diversión que distingue el significado que esta diversión para jóvenes consumidores y no-consumidores está en la disponibilidad de drogas versus la existencia de un ambiente limpio, saludable, cuidado y que facilite o al menos permita la conversación. Parece ser que los consumidores “necesitan” la disponibilidad de estas sustancias y modelos consumidores para divertirse, mientras que son los no-consumidores quienes prefieren espacios recreativos libres de drogas y con otro ambiente claramente distinto.

Modelo global relativo al salir de marcha y consumo de drogas

El modelo basado en el análisis discriminante que reúne las tres funciones relativas al salir de marcha y su asociación con el consumo de drogas alcanza unos resultados que están resumidos en el siguiente gráfico:

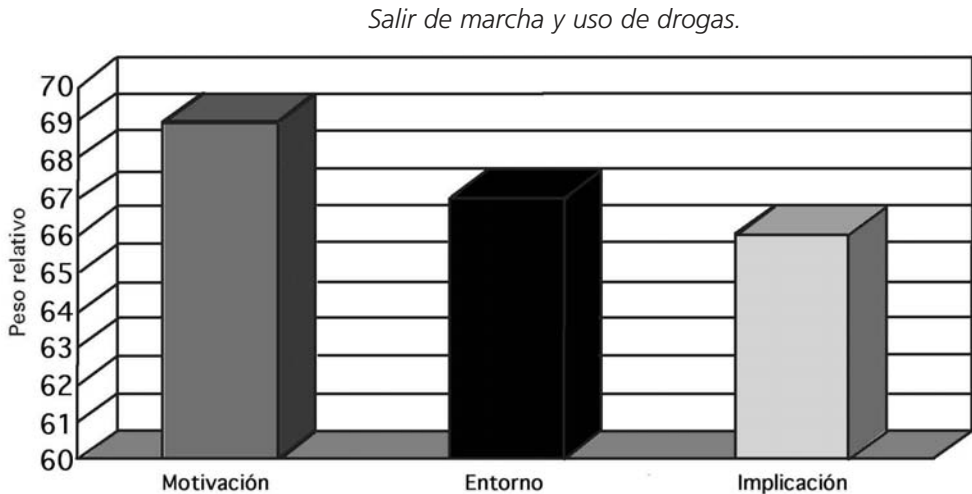


Gráfico 2.3: Salir de marcha y consumo de drogas.

1. Las tres funciones discriminantes estudiadas anteriormente son incluidas en el modelo, con una relevancia muy similar.
2. La función discriminante que agrupa estos tres atributos de la vida recreativa del sujeto clasifica correctamente a casi 9 de cada 10 sujetos (**85%** del total) en su grupo de pertenencia (consumidor o no consumidor).

Lo que distingue a los jóvenes que no-consumen drogas de los que sí-consumen ante la gestión que hacen de la diversión no es tanto el tiempo y los recursos económicos que le dedican. En lugar de esto, nuestros resultados demuestran que lo que distingue a unos y otros es (y en este orden de importancia): el **SIGNIFICADO** que este ocio cobra para ellos. Para los que sí consumen el alcohol y las drogas llegan a convertirse en un componente que forma parte de la diversión y son herramientas para la socialización en su vida recreativa, mientras los que no-consumen logran esos dos objetivos sin necesidad de consumo de drogas; y el **CONTEXTO** donde desarrollan su vida recreativa del fin de semana. Los jóvenes que no consumen prefieren lugares de mayor calidad ambiental (menos humo, menos ruido, menor presencia de drogas, más higiénico) mientras que los jóvenes consumidores se sienten cómodos en los ambientes más cargados de humo, presencia de drogas ilegales, de aspecto más bien descuidado, etc. Finalmente, resulta llamativo que con estos componentes de la vida recreativa del sujeto podamos “predecir” en casi un 90% si el sujeto consume o no

drogas, cuando otros factores tradicionalmente considerados “clave” (características de personalidad, contexto grupal y familiar, factores motivacionales y cognitivos, etc.) alcanzan menor capacidad “predictiva”, como veremos durante este capítulo.

En consecuencia, nuestros resultados indican la necesidad de que las medidas preventivas y educativas en el uso y abuso de drogas incluyan la decodificación y construcción del significado que la diversión adquiere entre los adolescentes y jóvenes consumidores de drogas. Estas medidas deben analizar y poner de manifiesto los puntos débiles en los discursos que vinculan de modo inevitable la diversión con el consumo de drogas legales e ilegales, para lo cual contamos con el ejemplo de muchos adolescentes y jóvenes que se implican activamente en la diversión del fin de semana sin recurrir a ese consumo. Otro vínculo a decodificar es la idea de que la diversión está en los contextos insanos, en lugares de poca calidad ambiental, en ‘antros’ carentes de higiene. Los jóvenes no-consumidores son más críticos con las condiciones ambientales, a pesar de que también son usuarios, quizás por falta de opciones para estar en los lugares donde están sus coetáneos. Simultáneamente, la construcción de una diversión sin el componente añadido del uso de drogas pasa por el desarrollo de la diversión en un entorno libre de drogas legales e ilegales, como una actividad normalizada más que nuestras comunidades ponen al alcance de los jóvenes.

2.3. ENTORNO SOCIAL Y FAMILIAR

En el estudio de encuestas se han incluido los siguientes cuatro constructos relativos al entorno social y familiar del sujeto:

1. Consumo de drogas entre familiares de primer grado.
2. Consumo de drogas entre los amigos.
3. Actitudes hacia el consumo de drogas entre los amigos.
4. Integración social y familiar.

Drogas en la familia

Se ha evaluado el uso de alcohol, tabaco, cannabis y “otras” drogas ilegales en algún padre y hermano, utilizando una escala dicotómica (si / no). Los consumidores tienen con mayor probabilidad que los no-consumidores un padre consumidor de alcohol (68% vs. 48%), la madre (44% vs. 26%) y algún hermano (66% vs. 41%), (p exacta < 0,001 para el Chi cuadrado en los tres casos). Las diferencias también van en este sentido en el consumo de tabaco por parte del padre (53% vs. 37%), la madre (40% vs. 29%) y algún hermano (58% vs. 38%), y también en este caso las diferencias son muy significativas estadísticamente (p exacta < 0,001 para el Chi cuadrado). Lo mismo ocurre con el consumo de cannabis en el padre (6,8% vs. 1,6%), en la madre (4,6% vs. 1,3%) y algún hermano (42% vs. 10%), (p exacta < 0,001 para el Chi cuadrado en la comparación para el padre y hermanos y p < 0,01 en la comparación del consumo de cannabis en las madres). Finalmente, el consumo de otras drogas ilegales también es más probable entre los padres y madres de los sujetos consumidores, aunque solamen-

te llega a ser significativamente más frecuente entre los hermanos de los consumidores (22% vs. 3%; p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado).

La Tabla 2.10 resume los resultados del modelo basado en la regresión logística:

1. El consumo de cannabis en algún hermano y en la madre resultan ser las variables más relevantes. El consumo de otras drogas ilegales en alguno de los hermanos y el consumo de alcohol en el padre muestran menor relevancia.
2. La función discriminante clasifica correctamente algo más de dos de cada tres sujetos (68%) en su grupo (consumidor o no consumidor).

Tabla 2.10: Resultados del análisis de regresión logística aplicado al consumo de drogas en familiares de primer grado y el consumo o no consumo de drogas		
CONTEXTO FAMILIAR Y SOCIAL		
<i>Uso de drogas en la familia</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Algún hermano consume cannabis	1,6	
La madre consume cannabis	1,6	
Algún hermano consume otras drogas ilegales	0,85	
El padre consume alcohol	0,74	
Constante	-8,8	
Modelo que incluye los tres parámetros		68%

Esta función discriminante alcanza aproximadamente la misma capacidad para “predecir” el consumo de drogas que la desviación social, algo más que la búsqueda de sensaciones y la religiosidad - ideología y algo menos capacidad que las conductas de riesgo en la conducción. En nuestro estudio, la capacidad “predictiva” del uso de drogas en la familia es inferior a la observada en los tres componentes asociados al salir de marcha.

Drogas entre los amigos

Se ha evaluado el uso de alcohol, alcohol en exceso, tabaco, cannabis, cocaína, éxtasis y “otras” drogas ilegales entre los amigos, utilizando una escala de cuatro puntos para describir la proporción de amigos que realizan frecuentemente estos consumos (desde ninguno hasta la mayoría).

El porcentaje de amigos que mantienen esos 7 tipos de consumo es siempre significativamente superior entre los sujetos consumidores (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado). La mayoría de los amigos de estos consumidores consumen alcohol (94%,

vs. el 49% entre los amigos de los sujetos del otro grupo), incluso en exceso (59%, vs. 12%), fuman (85% vs. 30%) y consumen cannabis (58% vs. 5%). También existe un porcentaje apreciable de sujetos consumidores que tienen la mitad o más de los amigos consumidores de cocaína (25% vs. 3%), éxtasis (21% vs. 2%) y otras drogas ilegales (14% vs. 2%).

La Tabla 2.11 resume los resultados del modelo basado en el análisis discriminante:

1. De los 7 indicadores, cuatro han sido incluidos en el modelo. La variable más relevante resulta ser la proporción de amigos que consumen cannabis frecuentemente. Tras el consumo de cannabis, la proporción de amigos que se embriagan frecuentemente y que consumen frecuentemente alcohol y éxtasis muestran una relevancia muy similar entre si, aunque menor que el consumo frecuente de cannabis entre los amigos.
2. Estos cuatro indicadores de consumo de drogas entre los amigos forman una función discriminante que clasifica correctamente a cuatro de cada cinco sujetos (82%) en su grupo (consumidor o no consumidor).

Tabla 2.11: Resultados del análisis discriminante aplicado al uso frecuente de drogas entre los amigos y el consumo o no de drogas.		
CONTEXTO FAMILIAR Y SOCIAL		
<i>Uso de drogas entre los amigos</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Porcentaje de amigos consumidores de cannabis	0,93	
Porcentaje de amigos que se emborrachan frecuentemente	0,64	
Porcentaje de amigos consumidores de alcohol	0,53	
Porcentaje de amigos consumidores de éxtasis	0,48	
Modelo que incluye los cuatro indicadores		82%

La capacidad de este modelo para distinguir consumidores / no consumidores es muy similar a lo observado en la motivación para salir de marcha, y superior a la alcanzada por el uso de drogas en la familia y los atributos relativos a la personalidad conjuntamente. En resumen, podemos acertar cuatro de cada cinco veces diciendo que un sujeto es consumidor o no de drogas si tiene más o menos amigos consumidores frecuentes de cannabis, éxtasis y alcohol (con relevancia especial para el consumo excesivo de alcohol).

Actitudes hacia el consumo de drogas entre los amigos / pareja y consumo de drogas en el sujeto

Se utilizó una escala con cuatro puntos que evaluaba el grado de acuerdo con afirmaciones relativas a actitudes ante un potencial consumo de drogas en una persona cercana (íntimo y pareja):

- Aceptación del amigo / amiga "como es", aunque consuma.
- Preocupación ante el consumo de drogas ilegales.
- Preocupación ante el consumo de alcohol en exceso.
- Intentaría hacerle cambiar su actitud.
- Rompería la relación si siguiese consumiendo.
- No iniciaría una relación de amistad íntima / pareja con un consumidor.

Las respuestas a estos 6 ítems relativos a las relaciones de amistad íntima o relación de pareja muestran diferencias muy notables y estadísticamente significativas entre los jóvenes consumidores y los no-consumidores (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado). Casi todos los consumidores aceptarían el consumo de drogas en un amigo íntimo (91%) y en la pareja (81%), y más de la mitad de los jóvenes no-consumidores también lo haría (69% y 54% respectivamente). Casi todos los jóvenes no-consumidores sentirían preocupación por el consumo de drogas ilegales en amigos y pareja (93% y 94% respectivamente), mientras que algo más de la mitad de los consumidores muestran tal preocupación en caso del amigo (58%) y un 82% se preocuparían si fuese la pareja quien consumiese drogas ilegales. Casi todos los no-consumidores intentarían hacer cambiar la actitud del amigo o pareja consumidora (84% y 94% respectivamente), y una clara mayoría de los consumidores harían lo mismo (62% y 75% respectivamente).

La Tabla 2.12 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos 12 indicadores (6 para un amigo y otros 6 para una posible pareja):

1. Los cuatro indicadores han sido incluidos en la función discriminante:
 - a. El indicador más relevante es la negación de relaciones cercanas con un consumidor.
 - b. La no-aceptación del consumo en la persona cercana y la determinación a romper la relación si el consumo se mantiene alcanzan relevancia intermedia, mientras que la determinación de intentar el cambio en el otro tiene menor peso relativo.
2. La función discriminante clasifica correctamente a dos de cada tres sujetos (75%) en su grupo (consumidor o no consumidor).

De un modo resumido: la capacidad de este modelo para "discriminar o predecir" es notable, comparable al consumo de drogas entre los familiares y el modelo de características personales, y menor que la alcanzada por las variables relativas al salir de marcha y el consumo de drogas entre los amigos.

Tabla 2.12: Resultados del análisis discriminante aplicado a las actitudes de aceptación o rechazo del uso de drogas en amigos íntimos y pareja.

CONTEXTO FAMILIAR Y SOCIAL		
<i>Actitudes hacia el uso de drogas en un amigo y pareja</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Le preocuparía que un amigo consumiera drogas ilegales	0,80	
Intentaría cambiar su actitud (pareja)	0,58	
No aceptaría el consumo en un amigo	0,56	
No se implicaría con pareja consumidora	0,52	
Intentaría cambiar su actitud (amigo)	0,46	
Modelo que incluye los cinco indicadores		75%

Integración social y familiar y consumo de drogas

Se utilizó una escala con cuatro puntos que evaluaba el grado de acuerdo – des-acuerdo con 7 afirmaciones relativas a la integración percibida del sujeto en su red social (pares y amigos), y con otras 10 afirmaciones que indicaban la satisfacción e integración percibida con actividades realizadas en el entorno familiar y social. Finalmente, se incluyeron 7 afirmaciones acerca de la preocupación de los padres por el posible consumo de alcohol y drogas en sus hijos, el control sobre los hábitos recreativos y el ascendiente de los padres sobre el comportamiento de los hijos.

De los siete indicadores relativos a la integración social, el análisis discriminante seleccionó dos percepciones más frecuentes entre los sujetos consumidores: ser conocido y conocer a mucha gente (87% vs. 77%) y facilidad para relacionarse con personas del otro sexo (84% vs. 74%). De los ítems acerca de la integración y satisfacción con actividades en el entorno familiar, el análisis discriminante seleccionó 5 afirmaciones más frecuentes entre los no-consumidores y mayoritarias en este grupo: Compartir habitualmente momentos agradables con su familia (84% vs. 69%), desear contribuir a mejorar el mundo (80,8% vs. 63%), encontrarse habitualmente a gusto en casa (70% vs. 50%), participar en actividades sociales o voluntarias (54% vs. 33%) y colaborar en las tareas domésticas (87% vs. 77%). Finalmente, el análisis de regresión logística incluyó el control de la madre sobre los hábitos de salir de marcha (con quién y dónde va cuando sale de marcha) y el ascendiente del padre (intentar hacer lo que éste considera correcto). En ambos casos, la respuesta afirmativa es significativamente más frecuente entre los no-consumidores (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado): el control materno se observa en la mayoría de los no-consumidores (72% vs. 48%) y en un menor porcentaje el ascendiente paterno (40% vs. 25%).

La Tabla 2.13 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos tres grupos de ítems:

1. Los tres grupos de ítems comentados en el párrafo anterior son incluidos en la función discriminante, y el modelo global alcanza una capacidad moderada de clasificar a los sujetos en su grupo (consumidor o no consumidor).
2. Los indicadores más relevantes son los relativos al control de la madre sobre los hábitos recreativos (con quién y dónde sale) y el ascendiente paterno sobre la conducta, seguidos de la integración en el entorno familiar y en actividades pro-sociales. La percepción de mayor red de relaciones y facilidad de interacción con el otro sexo son relativamente menos relevantes para discriminar a los jóvenes que consumen o no consumen drogas.

Tabla 2.13: Resultados del análisis discriminante aplicado a la integración social y familiar y el consumo o no consumo de drogas.		
CONTEXTO FAMILIAR Y SOCIAL		
<i>Integración social y familiar</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Control y ascendiente familiar	0,73	
Integración familiar y personal	0,65	
Integración social	-0,44	
Modelo que incluye los 3 indicadores		68%

La capacidad predictiva de esta integración social y familiar para discriminar el consumo de drogas es menor que la alcanzada por las conductas de riesgo, los diferentes indicadores de la vida recreativa y el consumo de drogas entre los amigos.

Entorno social y familiar y consumo de drogas: modelo global

Las funciones discriminantes y de regresión logística relativas al consumo de drogas en la familia, el consumo frecuente de drogas en los amigos, la actitud hacia el consumo en un amigo íntimo y la integración social y familiar (como han sido descritas previamente) son incluidas en el modelo global. El gráfico siguiente resume los resultados del análisis discriminante aplicado a distinguir consumidores de no consumidores:

Nuevamente se observa que las cuatro funciones discriminantes comentadas anteriormente por separado juegan un papel relevante para distinguir el consumo de drogas. Según lo esperable, la variable más relevante resulta ser el consumo frecuente de drogas entre los amigos. La capacidad discriminativa de las variables relativas al contexto social y familiar es también notablemente alta, clasificando correctamente al 84% de la muestra.

Contexto social y familiar y uso de drogas.

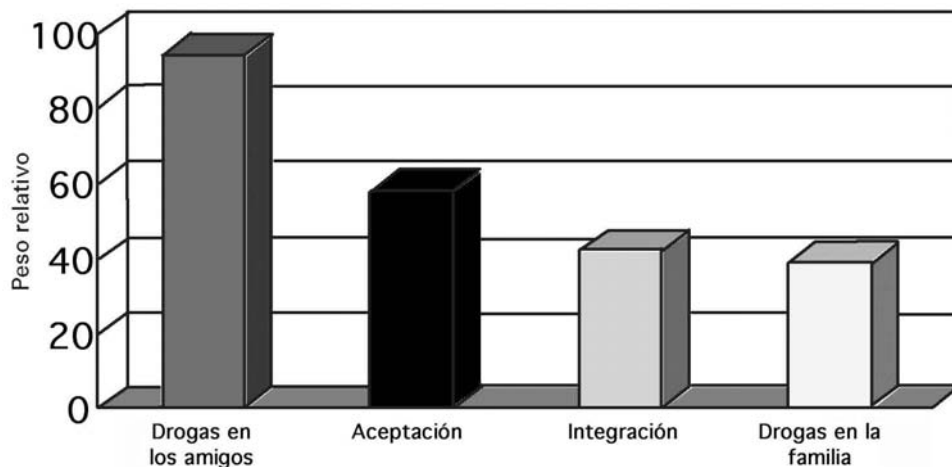


Gráfico 2.4: Contexto social y uso de drogas.

En síntesis: podemos acertar cuatro de cada cinco veces en predecir si un sujeto es o no consumidor de drogas en la medida que tenga más o menos amigos consumidores de cannabis, éxtasis y drogas legales y que acepte el consumo de drogas en una pareja o amigo íntimo. Nos puede ayudar en esta predicción también tener en cuenta el nivel menor o mayor de satisfacción con su vida cotidiana y con sus interacciones familiares, el control y ascendencia parentales, si tiene o no algún hermano consumidor de cannabis y otras drogas ilegales, si alguno de sus padres consume alcohol (el padre) o cannabis (la madre). Finalmente, cabe reseñar que el modelo basado en el contexto social y familiar aunque muy importante tiene menor alcance que la capacidad "discriminativa o predictiva" observada en el modelo relativo a salir de marcha descrito en el punto anterior, a pesar de que habitualmente se le considera como uno de los factores más claves a la hora de predecir el consumo de drogas.

En este apartado relativo al entorno social y familiar se encuentra, una vez más, evidencia que muestra la relevancia clave de estos factores en el uso y abuso recreativo de drogas. El uso frecuente de drogas no se desarrolla y mantiene aisladamente del entorno del adolescente y joven, sino que en la mayoría de los casos se convierte en sí misma en un criterio para la inclusión y exclusión activa en la red social y en un componente de la identidad psicosocial del sujeto. La literatura científica que establece las bases teóricas de la prevención en el uso de drogas y diversas revisiones bibliográficas ya han establecido la relevancia del uso de drogas en los pares y familiares como factor de riesgo en el uso y abuso de drogas (Becoña 1999; Rhodes et al. 2003). La contribución sustancial de nuestro estudio consiste en demostrar que el consumo de drogas llega a ser tolerado en alguien muy cercano (pareja o amigo íntimo) por los consumidores, aunque se considere como una conducta que debe ser modificada y se intente su eliminación. Este proceso de incluir el uso de drogas como un componente

de la identidad grupal y personal no está presente entre los jóvenes no-consumidores, lo que constituye un elemento discriminativo y un posible ente preventivo.

Este estudio también pone de manifiesto la relevancia que tienen algunos aspectos de la vida social y familiar a la hora de predecir del uso de drogas. Los resultados vienen a coincidir en alguna medida con las afirmaciones de algunos autores que consideran al uso de drogas como parte de un conjunto de comportamientos asociados a su vez con valores intra-personales (que se orientan más hacia el interés personal). Inversamente, los no consumidores mantendrían según estos autores una jerarquía de valores caracterizada por una mayor importancia relativa hacia valores interpersonales o sociales, orientación hacia otros significativos y hacia otras áreas vitales valiosas para el sujeto, incluyendo la conducta pro-social y la autopercepción o "self" (Peele 1987; Rokeach 1979; Pettet 1993).

2.4. ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS RELACIONADAS CON LAS DROGAS

En el estudio de encuestas se han incluido ítems relativos a los siguientes cinco constructos:

1. Percepción de los motivos por los que algunas personas no consumen drogas.
2. Percepción de los motivos por los que algunas personas sí consumen drogas cuando salen a divertirse.
3. Percepción de la imagen que tienen los que consumen drogas de los que no las consumen.
4. Actitudes hacia el control social y legal de las drogas.
5. Percepción de los riesgos asociados al consumo de drogas.

Motivos para no consumir drogas

En la encuesta se ha preguntado al sujeto acerca de su grado de acuerdo o desacuerdo con nueve afirmaciones que expresan motivos por los cuales algunas personas no consumen drogas legales ni ilegales. La mayoría de estos "motivos" para no consumir aportan matices que distinguen a los consumidores de aquellos que no consumen drogas. La Tabla 2.14 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a esos nueve motivos con el fin de comparar y distinguir consumidores de no consumidores:

Los resultados alcanzados por el análisis discriminante podrían resumirse en los siguientes puntos:

1. Entre los cuatro motivos incluidos en la función discriminante, hay dos motivos (con signo negativo) aducidos más frecuentemente por los consumidores y dos motivos que son aducidos más frecuentemente por quienes no consumen. Los no-consumidores creen más frecuentemente que consumir drogas no tiene sentido en una vida con objetivos claros y que además hace que el mundo sea un

Tabla 2.14: Percepción de los motivos para no consumir drogas y el consumo o no consumo de drogas.		
ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS		
<i>Percepción de los motivos para no consumir drogas</i>		
Variable	Coefficiente	Capacidad clasificatoria
Solo consume quien no sabe lo que quiere	0,69	
No han probado y no saben lo que se pierden	-0,67	
Creen que el mundo sería mejor sin drogas	0,29	
Temen convertirse en adictos	-0,15	
Modelo que incluye los 4 indicadores		72%

lugar peor para vivir. Los consumidores creen más frecuentemente que quienes no consumen no lo hacen por desconocimiento o temor.

2. Estas percepciones de los motivos percibidos para no consumir resultan notablemente útiles para “predecir” y “discriminar” consumidores de no consumidores, llegando a clasificar correctamente al 72% de los sujetos en su grupo de consumo.

En síntesis: la percepción de las causas por las cuales muchos jóvenes (o la mayoría) no consumen drogas resulta útil para distinguir ambos grupos. Quienes no consumen tienden mucho más que quienes si lo hacen a argumentar su conducta por la falta de sentido de consumir drogas en su vida personal y por su impacto negativo en la comunidad. Inversamente, quienes consumen tienden a fundamentar la decisión de los “sobrios” en el “temor” y desconocimiento de aquellos hacia las sustancias. En otras palabras: se encuentran argumentos basados en valores personales y comunitarios vs. argumentos basados en el “poder” atribuido a las drogas.

Motivos para sí consumir drogas

En la encuesta se ha preguntado acerca del grado de acuerdo o desacuerdo con nueve afirmaciones que expresaban motivos por los que algunas personas sí consumen drogas legales e ilegales cuando salen a divertirse los fines de semana. La tabla siguiente resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos motivos con el fin de distinguir consumidores de no consumidores:

1. Cinco motivos son relevantes y alcanzan una capacidad “predictiva” casi idéntica a la observada en los motivos para no consumir drogas (73%).
2. Todos son más valorados como motivadores por los consumidores. Dos de los más relevantes son el supuesto “valor instrumental” del consumo de drogas para alcanzar metas vitales (la satisfacción vital y el placer) y los otros dos se

refieren el supuesto “valor instrumental” del consumo ante situaciones clave la vida recreativa (diversión, música y baile).

Tabla 2.15: Resultados del análisis discriminante aplicado a la percepción de los motivos para sí consumir drogas y el consumo o no consumo de drogas.

ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS		
<i>Percepción de los motivos para sí consumir drogas</i>		
Variable	Coficiente	Capacidad clasificatoria
Ayudan a tener una experiencia vital más completa	0,77	
Puede resultar placentero	0,76	
Ayuda a divertirse	0,62	
Mejora la experiencia con la música y el baile	0,55	
Ayuda a evadirse de los problemas	0,14	
Modelo que incluye los cuatro indicadores		

La mayoría de los consumidores están de acuerdo en afirmar que el consumo de drogas les resulta útil para sus metas en una amplia gama de situaciones, mientras que generalmente son la mitad o menos los no-consumidores que están de acuerdo en señalar que el consumo de drogas les sirve a quienes lo hacen para alcanzar sus metas en tales situaciones.

En síntesis: podemos predecir y acertar tres de cada cuatro veces si decimos que un sujeto es consumidor o no de drogas si considera o no que las drogas mejoran la experiencia vital, proporcionan placer y ayudan a divertirse, experimentar la música y el baile y a evadirse de los problemas.

Imagen social del no-consumidor de drogas

En el estudio de encuestas también se preguntaba acerca del grado de acuerdo o desacuerdo con 9 afirmaciones sobre la imagen que los consumidores tienen de quienes no consumen drogas legales ni ilegales.

La Tabla 2.16 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos componentes de la percepción social de los no-consumidores desde la perspectiva de los que sí consumen.

1. Cinco de estas afirmaciones resultan relevantes:
 - a. Los no-consumidores creen que son más respetados y percibidos como menos conflictivos por los consumidores de lo que realmente ocurre. Esa

imagen positiva no es percibida por una clara mayoría, tanto entre los no-consumidores (40% en el mayor respeto y 58% en la menor conflictividad) como entre los consumidores (23% y 46% respectivamente).

- b. Los jóvenes no-consumidores se creen percibidos por los consumidores como más "raros", como personas que se divierten menos y aguantan con más dificultades "la marcha" de lo que realmente ocurre. Menos de la mitad de los dos grupos resaltan esos rasgos acerca de la imagen del no-consumidor.
2. La relevancia del modelo para "predecir" el consumo es moderada, y ligeramente inferior a los motivos para consumir y no consumir drogas, clasificando correctamente al 61% de los sujetos.

Tabla 2.16: Resultados del análisis discriminante aplicado a la percepción de la imagen del no-consumidor de drogas por quienes consumen drogas.

ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS		
<i>Imagen social de los no consumidores</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Son más respetados	0,72	
Son menos conflictivos	0,52	
Son vistos como "raros"	0,42	
Se divierten menos	0,39	
Resisten menos la diversión	0,05	
Modelo que incluye los 5 indicadores		61%

En síntesis: los componentes "positivos" de la imagen social del no-consumidor (mayor respeto social y menor conflictividad) son percibidos por la mitad o menos de los sujetos, y siempre son menos percibidos por quienes consumen. De modo similar, los aspectos menos "deseados" de la imagen social de estos no-consumidores (menor integración social, se divierten menos, etc.) también son percibidos por la mitad o menos de los sujetos y también son menos percibidos por quienes consumen.

Actitudes hacia la prevención y control legal de las drogas

Los sujetos entrevistados indicaban su grado de acuerdo / desacuerdo con ocho afirmaciones relativas a la prevención y control social de las drogas.

Los consumidores de drogas se distinguen de los no consumidores por un menor porcentaje de sujetos que muestran preocupación por el consumo de drogas (53% vs. 88%), actitud menos favorable hacia una legislación estricta en materia de alcohol y drogas (26% vs. 74%) y de las drogas ilegales en particular (56% vs. 98%). Su actitud

también es más desfavorable hacia la restricción de la venta de alcohol a menores (55% vs. 86%), hacia el castigo del consumo público de drogas ilegales (30% vs. 79%) y alcohol (17% vs. 56%), y por un mayor grado de información acerca de la legislación sobre alcohol y drogas (66% vs. 53%). También son menos favorables a la penalización de conducir bajo los efectos del alcohol (87% vs. 97%). Las diferencias entre grupos en estos ítems son estadísticamente significativas (p exacta < 0,001 para el Chi cuadrado).

La Tabla 2.17 resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estos componentes de las actitudes hacia el control social de las drogas:

Tabla 2.17: Resultados del análisis discriminante aplicado a las actitudes hacia el control social y el consumo o no consumo de drogas.		
ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS		
<i>Actitudes hacia el control social de las drogas</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
El consumo público de drogas debe ser sancionado	0,81	
La legislación sobre drogas debería ser menos exigente	-0,77	
El consumo de drogas es preocupante	0,62	
El consumo de alcohol en la calle debe ser sancionado	0,60	
El consumo de drogas debe ser regulado	0,55	
Conoce la normativa sobre drogas	-0,19	
Modelo que incluye los 6 indicadores		

Al introducirse conjuntamente en el modelo discriminante, resultan relevantes seis de estas actitudes. Los consumidores están claramente y como es lógico más a favor de un menor control legal que los jóvenes que no-consumidores.

Estas actitudes también “predicen” el consumo de drogas de un modo sustancial, de modo similar a la percepción de los riesgos asociados al consumo (ver punto siguiente) y las características relativas a la personalidad globalmente. Sin embargo, no tienen el alcance de discriminar el consumo de drogas al grado que sí se logra al mirar el consumo de drogas entre los amigos y los componentes más relevantes del salir de marcha.

Percepción de los riesgos asociados al consumo de drogas

Los sujetos entrevistados indicaban su percepción del grado de peligrosidad asociado al consumo de drogas legales (tabaco y alcohol) e ilegales (cannabis, éxtasis, cocaína y LSD). La percepción del riesgo asociado a estos 8 tipos de consumo y el porcentaje de sujetos que los consideran peligrosos es siempre sustancial y significativamente superior entre los no-consumidores (p exacta $< 0,001$ para el Chi cuadrado).

La tabla siguiente resume los resultados del análisis discriminante aplicado a estas ocho percepciones del riesgo asociado al consumo de drogas:

1. De los 8 tipos de consumo, 4 muestran relevancia para distinguir a los consumidores de drogas, relativos a la percepción de los riesgos asociado a consumir regularmente cannabis, llegar a la embriaguez, consumir una dosis elevada de alcohol y consumir cocaína mensualmente.
2. Tres de cada cuatro sujetos (75%) son clasificados correctamente en su grupo (consumidor / no consumidor), de modo muy similar a lo observado con las actitudes hacia el control social de las drogas.

Tabla 2.18: Resultados del análisis discriminante aplicado a la percepción de los riesgos de consumir drogas y el consumo o no consumo de drogas.		
ACTITUDES, PERCEPCIÓN DE RIESGOS Y EXPECTATIVAS		
<i>Percepción de los riesgos asociados al consumo</i>		
Variable	Coeficiente	Capacidad clasificatoria
Consumo regular de cannabis	0,75	
Embriagarse mensualmente	0,67	
Tomar 4 bebidas alcohólicas en una sola ocasión	0,66	
Tomar cocaína mensualmente	0,64	
Modelo que incluye los cuatro indicadores		75%

Podemos predecir acertadamente en tres de cada cuatro predicciones si un sujeto consume o no drogas en función de si percibe como menos o más peligroso consumir cannabis frecuentemente, consumir alcohol hasta la intoxicación o en dosis elevadas o consumir cocaína mensualmente.

Actitudes, percepción de riesgos y expectativas: predicción del uso de drogas

Las cinco funciones discriminantes fueron introducidas conjuntamente en un nuevo análisis discriminante para distinguir a los jóvenes consumidores de drogas de los no-consumidores. El Gráfico 2.6 muestra los resultados obtenidos:

1. Nuevamente, se observa que los cinco conceptos resultan relevantes para distinguir a los sujetos según consuman o no drogas:
 - a. Las actitudes hacia el control social y legal de las drogas y la percepción de riesgos asociados al consumo son los más relevantes para diferenciar sujetos según su grupo.
 - b. La percepción de los motivos que tienen muchos adolescentes y jóvenes para no consumir drogas y los motivos que llevan a algunos sujetos a consumirlas para divertirse cuando salen de marcha alcanzan una relevancia intermedia para clasificar a los sujetos en su grupo (consumidor / no consumidor).
 - c. La imagen percibida del no consumidor entre quienes consumen drogas resulta menos relevante que los otros cuatro constructos.
2. Globalmente, esta función discriminante que agrupa percepciones, expectativas y actitudes hacia las drogas es capaz de clasificar correctamente a cuatro de cada cinco sujetos (82% de la muestra), mayor capacidad que las características personales y ligeramente menor que el contexto familiar – social y que el modelo sobre la gestión del salir de marcha.

Variables mediadoras y uso de drogas.

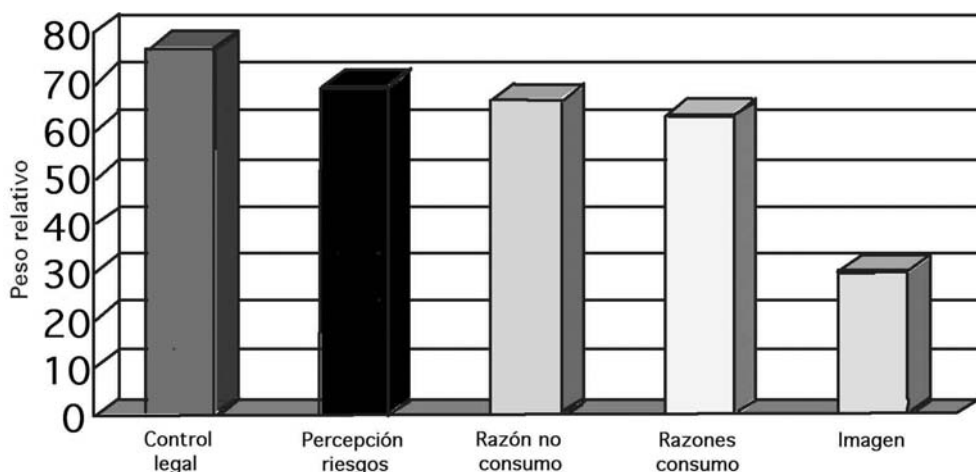


Gráfico 2.6: Variables medidoras (normativa, percepción del riesgo, razones e imagen del consumo) del uso de drogas

La utilidad principal de este modelo consiste en que está formado por variables dinámicas y susceptibles de modificación a través de la educación e intervenciones preventivas. Comentaremos la posible utilidad para la educación y prevención del uso de drogas que encontramos en nuestros resultados sobre los dos conceptos más relevantes de los que forman el modelo: a) las actitudes hacia el control y la percepción de los riesgos asociados al consumo; b) la motivación para consumir o no consumir drogas.

El resultado más relevante hallado en este apartado se refiere a la actitud de los consumidores contraria al control social del uso de drogas y su baja percepción del riesgo asociado al consumo de drogas legales e ilegales. Los consumidores se diferencian en ese aspecto de forma crucial, pero más en la actitud que en la percepción del riesgo. Los sujetos que utilizan drogas ilegales son generalmente conscientes de muchos efectos nocivos de las drogas (por ejemplo, que podían disminuir la capacidad para la conducción), les preocuparía que un amigo o pareja consumiera drogas o alcohol en exceso, afirman que prevendrían a un amigo en contra de conducir bebido y están a favor de penalizar la conducción bajo los efectos del alcohol. Al mismo tiempo, muchos de estos sujetos reconocen que el consumo de drogas está claramente asociado a la conducción: conducen para adquirir las drogas, consumen frecuentemente dentro de los vehículos, se interesan menos por la ilegalidad de su comportamiento y en bastantes casos han conducido sin licencia. Este fenómeno de percibir el riesgo de usar drogas para uno mismo como menor de lo que se percibe para otros es denominado "sesgo optimista" o "sentimiento de invulnerabilidad" (Leigh 1999) y está presente entre muchos jóvenes consumidores. Coincidiendo con nuestros resultados, existe evidencia acumulativa demostrando que los consumidores de drogas tienden a infravalorar las consecuencias negativas del consumo y la probabilidad de riesgo (Aitken, Kerger y Crofts 2000), especialmente una especie de "miopía temporal" que consiste en negar sus consecuencias a largo plazo. Por el contrario, los no consumidores tienen una actitud de autocontrol más coherente con su percepción del riesgo, han desarrollado una mayor conciencia de su vulnerabilidad y se orientan hacia una mayor autoprotección.

Aunque la percepción de riesgos y la vulnerabilidad al daño son aspectos centrales en muchas de las teorías psicológicas sobre la conducta de riesgo (Cummings, Becker y Maile 1980; Rogers 1984; Weinstein 1993), aún resulta difícil explicar los factores que determinan la baja percepción del riesgo asociado a una conducta arriesgada. Los psicólogos cognitivos e investigadores sobre los procesos de decisión han puesto de manifiesto una serie de impedimentos que dificultan una toma de decisiones racional (Leigh 1999). La capacidad de las personas para calcular el riesgo es pobre. Más aún, la gente a menudo infravalora la propia vulnerabilidad a una variedad de eventos desgraciados, incluidas las consecuencias dañinas del consumo de alcohol y drogas. Esta tendencia es aún más fuerte para los eventos más estigmatizados y para los resultados que se suponen más controlables, y las consecuencias del consumo de alcohol y drogas reúnen ambas características. Estos sesgos y el déficit en la percepción de los riesgos asociados al uso de drogas pueden ser también consecuencia de distorsiones en el procesamiento de la información y estar afectadas por el consumo regular de alcohol y otras drogas. Además, parecen ser resistentes al cambio a través de la exposición a intervenciones educativas sobre drogas.

La percepción del riesgo asociado al consumo de drogas está también en la base de una actitud más o menos favorable hacia el control social del consumo, al menos en una buena parte de los consumidores. Aunque no parece fácil conseguir aumentar la percepción de los riesgos asociados a las drogas entre adolescentes y jóvenes, esta tarea constituye un desafío para la prevención del uso de drogas. Otras evidencias mostradas en este y otros capítulos indican que una buena parte de los consumidores

de drogas también muestran mayor inclinación hacia las conductas de riesgo asociadas a la denominada “delincuencia de baja intensidad” (hurtos, vandalismo, violencia, etc.) y a la búsqueda de sensaciones asociadas a diversas conductas arriesgadas. En estos, una baja percepción de los riesgos asociados al consumo de drogas y una actitud contraria hacia el control social de las drogas a través de normas reguladoras estaría asociada, con una inclinación hacia la conducta – problema en general (Jessor 1993; Jessor et al. 1995). En estos consumidores, aumentar la percepción de los riesgos asociados al consumo de drogas y aceptar el control social de este consumo requiere modificar una pauta generalizada favorable al riesgo y que forma parte de un estilo de vida.

Un segundo bloque de resultados relevantes se refiere a la motivación para consumir y para no consumir drogas, tal como es percibida por los jóvenes consumidores y no consumidores. La comprensión de la motivación para consumir o no consumir drogas puede ser útil para la lógica preventiva. Los mensajes preventivos orientados a impedir la iniciación, experimentación y evitación de los riesgos y consecuencias del abuso “encajan” mejor dentro de la lógica de los consumidores para no consumir drogas, aunque (en su caso) ese discurso no parece haber sido lo suficientemente eficaz. Inversamente, el “discurso preventivo” que caracteriza a los no consumidores se dirige hacia la propia falta de sentido y utilidad del consumo en sus vidas y en la mejora del mundo en que desean vivir. Tal vez, el mensaje que subyace es que la prevención debería orientar más sus objetivos hacia resaltar a los no consumidores como modelos de comportamiento, quienes, además de mantener una actitud de control y rechazo del consumo, mantienen sus objetivos vitales centrados en ámbitos de actividad alejados y sustancialmente incompatibles con el uso de drogas. El análisis de este estilo de vida donde el consumo no tiene sentido ni cabida podría presentarse como elemento de comparación al estilo de vida de muchos consumidores: ¿qué entienden unos y otros por una vida “más plena”, y porqué las drogas son necesarias o útiles según los consumidores para alcanzarla?, ¿qué entienden unos y otros por “bienestar”, y porqué las drogas son útiles o necesarias para alcanzarlo, según los consumidores?, ¿qué entienden unos y otros por experimentar la música y el baile, y porqué solo algunos parecen necesitar las drogas para ello?, etc. Tal vez, una parte de la respuesta está en la orientación inmediata de muchos consumidores hacia los riesgos, la sobre-estimulación y búsqueda de sensaciones, la desinhibición y los valores menos convencionales.

2.5. MODELO GLOBAL Y PREDICCIÓN DEL USO DE DROGAS

Con el fin de valorar el peso relativo de los modelos anteriores conjuntamente se construyó un modelo discriminante final que agrupa los diferentes conjuntos de variables. El gráfico siguiente muestra los resultados relativos a este modelo final:

1. Las cuatro funciones discriminantes realizan una aportación relevante para distinguir a los sujetos según su consumo de drogas:
 - a. Los lugares preferidos, la motivación y la implicación para salir de marcha forman el componente más distintivo.

- b. El consumo frecuente de drogas entre los amigos y familiares, la aceptación de este consumo y la integración social y familiar resulta ser el segundo componente del modelo en relevancia.
 - c. Las actitudes hacia el control social y legal de las drogas, percepción de riesgos, motivaciones para consumir y no consumir drogas y la imagen del no consumidor forman un tercer componente del modelo.
 - d. Las características relativas a la personalidad (conducta arriesgada en diversos ámbitos: conducción, sexual, etc., conducta desviada socialmente, religiosidad e ideología) son algo menos relevantes en el modelo global.
2. La capacidad del modelo para distinguir el grupo de pertenencia (consumidor / no consumidor) puede considerarse muy alta (89%): Nueve de cada 10 sujetos son "clasificados" correctamente en su grupo.

Modelo de Irefrea sobre el uso de drogas.

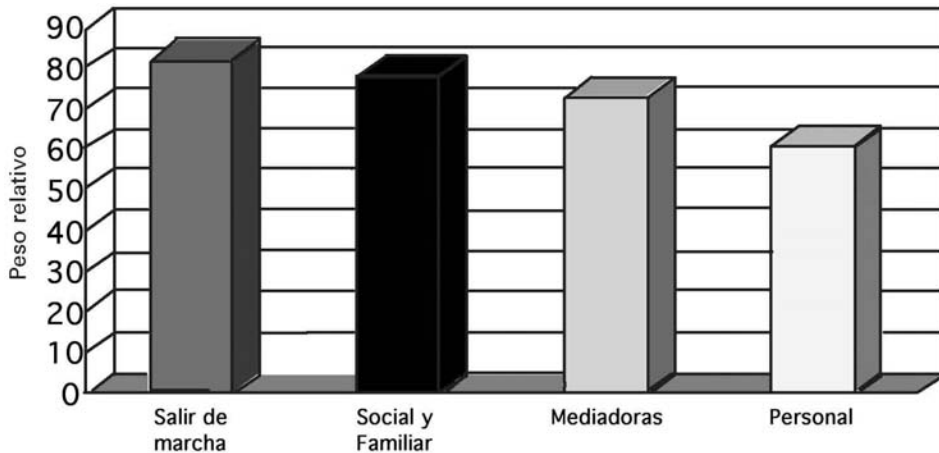


Gráfico 2.7: Modelo IREFREA. Gestión del salir de marcha como la variable de mayor alcance en la predicción del consumo de drogas.

Por tanto, no solamente se demuestra que estas variables de distinta naturaleza (personalidad, motivacional – cognitiva, familiar – social y gestión de la vida recreativa) son por si solas capaces de predecir muy sustancialmente el uso de drogas. También se demuestra que cada una de ellas realiza una contribución sustancial a tal predicción independientemente de las demás, y por ello todas estas características deberían ser tenidas en cuenta a la hora de prevenir el uso de drogas.

Para entender y prevenir el uso de drogas no solamente es necesario identificar sus determinantes, sino que es conveniente comprender cómo estos se interrelacionan e influyen recíprocamente. Los cuatro tipos de determinantes identificados en estos estudios de Irefrea (europeo y Español) están sustancialmente interrelacionados. Los coeficientes de correlación entre estas cuatro medidas (personalidad, motivacional – cognitiva, familiar – social y gestión de la vida recreativa) oscilan entre 0,63 y 0,75,

indicando que el riesgo para el uso de drogas en una de estas cuatro dimensiones aumenta muy probablemente a medida que aumenta el riesgo en cualquiera de las demás. Los coeficientes de correlación parcial nos indican con mayor precisión una medida de interrelación entre dos cualesquiera de estas cuatro dimensiones, independientemente de las demás. La tabla siguiente muestra los coeficientes de correlación parcial obtenidos entre ellos:

Los coeficientes de correlación parcial obtenidos también guardan un paralelismo muy notable con los obtenidos en el estudio europeo reciente (Calafat et al., 2003), y podrían resumirse señalando:

1. Los determinantes agrupados en el **contexto social y familiar** son los que muestran mayor asociación con los demás. Parece especialmente relevante su asociación con las variables mediadoras (motivos para consumir y no consumir drogas, percepción de los riesgos asociados al consumo, actitudes hacia el control social de las drogas, percepción la imagen social del no-consumidor). El contexto social y familiar más asociado al consumo favorece también notablemente la mayor implicación en un estilo recreativo que se desarrolla en entornos favorables al uso de drogas.
2. Los estilos recreativos asociados al uso de drogas podrían ser favorecidos también por factores constitucionales (personalidad, valores, etc.) y estilos de vida orientados al riesgo, la conducta de riesgo y la conducta – problema.
3. Los factores personales, relativos a los rasgos, estilos de vida y valores del sujeto guardan una asociación ligeramente menor con los otros grupos de determinantes del consumo de drogas.

Tabla 2.19: Correlaciones parciales entre los grupos de determinantes del uso de drogas.				
	Personal	Salir de marcha	Contexto familiar y social	Variables mediadoras
Personal		,21	,27	,23
Salir de marcha	,21		,28	,34
Contexto familiar y social	,27	,28		,40
Variables mediadoras	,23	,34	,40	

Desde otra perspectiva, todos estos determinantes el uso de drogas pueden agruparse mediante un análisis factorial, e identificar de este modo cuales de ellos están más cercanos entre si. La Tabla 2.20 recoge los determinantes del uso de drogas que han demostrado su relevancia en el estudio y muestra como han sido agrupados a través de un análisis factorial. El resultado apunta a una solución con tres factores, sugiriendo una jerarquía de determinantes ordenados según su ascendente / distancia a la conducta (uso de drogas).

Como indica el factor principal, el uso / abuso de drogas parece determinado en primer lugar por lo que podría considerarse un factor de mayor o menor **vulnerabilidad psicológica, actitudinal y comportamental** hacia el riesgo (conducta desviada, conducta sexual, en la conducción de vehículos, búsqueda de sensaciones, implicación en una vida recreativa que integra el uso de drogas como elemento estructural y que se desarrolla en contextos asociados al consumo, contexto social y familiar y unas expectativas y actitudes más favorables al uso de drogas).

Tabla 2.20: Factores que agrupan los determinantes del uso de drogas

FACTORES			
	<i>Vulnerabilidad</i>	<i>Relaciones e integración</i>	<i>Valores</i>
<i>Conducta desviada socialmente</i>	*		
<i>Riesgo en conducir vehículos</i>	*		
<i>Riesgo en la conducta sexual</i>	*		
<i>Búsqueda de sensaciones</i>	*		
<i>Ideología y religión</i>			*
<i>Implicación en salir de marcha (tiempo y dinero)</i>	*		
<i>Motivos para salir de marcha: uso de drogas</i>	*		
<i>Lugares para salir asociados al uso de drogas</i>	*		
<i>Consumo de drogas en la familia (padres y hermanos)</i>	*		
<i>Consumo de drogas legales e ilegales en los amigos</i>	*		
<i>Aceptación del consumo de drogas en los amigos / pareja</i>	*		
<i>Control y ascendientes familiares (madre y padre)</i>		*	
<i>Integr. familiar y personal: actividades cotidianas, altruismo</i>		*	
<i>Integr. social: conocer, ser conocido y facil. con el otro sexo</i>		*	
<i>Motivos para no consumir drogas</i>	*		
<i>Motivos para consumir drogas</i>	*		
<i>Imagen del no-consumidor: respeto, más aislamiento, menos conflicto y diversión</i>			*
<i>Actitudes hacia el control social de las drogas</i>	*		
<i>Percepción del riesgo asociado al uso de drogas</i>	*		

Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. * = Factor en el cual el determinante del uso de drogas ha sido agrupado.

En segundo lugar aparece un factor relativo al estilo de vida del sujeto relativo a la satisfacción e implicación con las actividades cotidianas, y a su **integración familiar y social**. Este factor está compuesto por el ascendente de los familiares (el ascendente del padre sobre el propio comportamiento, y el control familiar – de la madre- sobre la vida recreativa), una mayor implicación y agrado por las actividades cotidianas (trabajo, estudio, convivencia y actividades en el entorno familiar) y mayor orientación altruista (voluntariado, deseo de mejorar el mundo) y una menor implicación con el grupo de pares (popularidad, facilidad con el otro sexo).

En tercer y último lugar aparece un factor más alejado y menos determinante del uso de drogas, asociado a los **meta-valores** (religiosidad, ideología política y cómo se valora el rol social de los jóvenes sobrios).

Valoración del ajuste del modelo global

Como prueba adicional de ajuste del modelo según el género y grupo de edad, se realizaron análisis basados en la tabla de contingencias, cruzando la predicción realizada (acertada o errónea) con el género y el grupo de edad. Los sujetos a quienes el modelo no predijo acertadamente el grupo de pertenencia eran varones en un 48% y mujeres en un 52%. En otras palabras: el género no está asociado significativamente con el ajuste del modelo (Chi cuadrado corregido por continuidad, p bilateral exacta = 0,66). Los sujetos con una predicción errónea del modelo eran del grupo más joven en un 43% y del grupo mayor de 19 años en un 57%. Así pues, tampoco existe asociación significativa entre el ajuste del modelo y el grupo de edad (Chi cuadrado corregido por continuidad, p bilateral exacto = 0,23). En conclusión, el modelo global es capaz de predecir con una capacidad notable (cerca al 90%) si un sujeto es consumidor o no de drogas, independientemente de que sea hombre o mujer, y adolescente o adulto joven.

Finalmente, se realizó un análisis de los sujetos con predicción errónea (el 11% del total), con el fin de detectar si presentaban características diferentes de aquellos sujetos de su grupo (consumidores / no consumidores) cuyo grupo de referencia había sido “predicho” correctamente por el modelo global. Los resultados son los siguientes:

1. **En el grupo de consumidores**, aquellos sujetos que no entran en los criterios del modelo, es decir que están más cercanos a los “no consumidores” según el modelo global:
 - a. Se trata de sujetos que consumen alcohol con menos probabilidad y frecuencia que los etiquetados como consumidores (p bilateral exacta < 0,001).
 - b. Son sujetos que consumen tabaco con menos probabilidad y frecuencia que los etiquetados como consumidores (p bilateral exacta < 0,001).
 - c. Son sujetos que también consumen cannabis con menos probabilidad y frecuencia que los etiquetados como consumidores (p bilateral exacta < 0,001).
 - d. Son sujetos que han llegado con menos probabilidad a probar y consumir cocaína, éxtasis, LSD y Speed que los etiquetados como consumidores (p bilateral exacta < 0,001).

En conclusión: los consumidores de drogas que no entran en el modelo global como “consumidores” resultan ser significativamente menos consumidores de las drogas legales e ilegales estudiadas que los demás consumidores de drogas.

2. **En el grupo de no - consumidores**, aquellos sujetos que están más cerca del modelo de “consumidores” según el modelo global:
 - a. Son sujetos que consumen o son ex consumidores de alcohol con mayor probabilidad que los etiquetados como no-consumidores (p bilateral exacta $< 0,05$).
 - b. Son ex – consumidores de cannabis o han llegado a probarlo con mayor probabilidad que los etiquetados como no-consumidores (p bilateral exacta $< 0,01$).
 - c. Son sujetos que han llegado a probar cocaína con mayor probabilidad que los etiquetados como no-consumidores (p bilateral exacta $< 0,001$). Lo mismo ocurre con respecto al éxtasis (p bilateral exacta $< 0,01$) y con el LSD (p bilateral exacta $< 0,01$). También tenían mayor probabilidad de ser ex – consumidores o haber probado el speed (p bilateral exacta $< 0,05$))

En conclusión: los no-consumidores de drogas que el modelo global sitúa como “consumidores” están significativamente más cercanos al consumo de drogas legales e ilegales estudiadas (salvo tabaco) que los demás de su grupo. Ya sea por haberlas probado con anterioridad o ser exconsumidores.

En síntesis: El análisis de ese 11% de sujetos que han sido clasificados erróneamente por el modelo global pone de manifiesto que se asemejaban más al grupo “opuesto” significativamente en su historia de consumo de drogas que los demás miembros de su grupo. Estos resultados relativos al ajuste del modelo en los sujetos “mal clasificados” también se asemeja muy notablemente a lo observado en el estudio europeo (Calafat et al., 2003).

2.6. A MODO DE RESUMEN

El objetivo general del estudio era ilustrar la relevancia de los principales determinantes del uso de drogas hallados en la literatura científica, a la hora de predecir el consumo de drogas o la sobriedad en jóvenes españoles que salen a divertirse. Los resultados hallados en cuanto a los determinantes del uso de drogas identificados, peso relativo de estos determinantes, interrelación entre ellos, capacidad predictiva global del modelo sobre el uso de drogas y ajuste globo del mismo a los datos son casi idénticos a los hallados en este mismo estudio conducido recientemente por Irefrea en 10 ciudades europeas (Calafat et al., 2003), lo que viene a apoyar la validez empírica del marco conceptual utilizado por Irefrea para predecir y explicar el consumo de drogas.

Globalmente, los resultados demuestran la relevancia a la hora de predecir y explicar el consumo de drogas de una serie de determinantes **intrapersonales** (patrones comportamentales asociados al riesgo en situaciones diversas, rasgos psicológicos asociados al riesgo y variables mediadoras de naturaleza motivacional – cognitiva relati-

vas al control, riesgo y función del uso de drogas), **interpersonales** (redes sociales y familiares más o menos asociadas al uso de drogas, funcionamiento social y familiar) y **ambientales** (exposición a determinadas culturas y contextos recreativos).

Específicamente, y al igual que lo hallado en el estudio europeo, los resultados indican que la gestión de la vida recreativa dentro del contexto hegemónico de diversión puede ser un determinante de primer orden en el consumo de drogas entre adolescentes y adultos jóvenes, más relevante incluso que otros determinantes intrapersonales e interpersonales y por lo cual debe situarse en el punto de mira preferente (no el único y en relación con los otros aspectos) de los programas preventivos dirigidos a adolescentes y adultos jóvenes. Con un mayor detalle, los dos estudios de Irefrea indican tres parámetros de la vida recreativa relevantes, tanto para la teoría como para la prevención: el entorno donde se desarrolla, el significado que la vida recreativa cobra para el joven y la hegemonía que ese estilo de diversión adquiere en la vida de los jóvenes (su implicación e inversión en tiempo y recursos). Estas tres características han sido objeto de análisis y descripción detallados en el presente libro, como parámetros descriptivos de un Modelo de Diversión Hegemónico (MDH), explicando su dinámica de desarrollo reciente, sus determinantes culturales y estructurales y papel facilitador del uso de drogas.

Comprender este MDH y su papel sobre el consumo de drogas entre los jóvenes implica analizar su naturaleza, impacto sobre los jóvenes, objetivos y estrategias de crecimiento, promoción y desarrollo. La gestión de la vida recreativa de los jóvenes y su interacción con este MHD está influida por una mayor o menor interacción e implicación con el entorno familiar y comunitario y por unas redes familiares y sociales donde el uso de drogas es modelado, aceptado y ejerce de agente vinculante, tal como se indica en la Tabla 2.19. La gestión de la vida recreativa de los jóvenes (contexto, significado e implicación) también está determinada sustancialmente por una serie de actitudes acerca de la función instrumental en la diversión, riesgos y control del uso de drogas que son también sustancialmente modeladas y mantenidas por estos entornos familiares y sociales. Además de la estructura del MDH como facilitador del uso de drogas, un marco comprensivo para la prevención debería analizar las redes familiares y sociales y las culturas juveniles que facilitan el uso de drogas promocionándolas directa o indirectamente como elemento estructural de la experiencia personal, las relaciones interpersonales y la diversión en particular.

En algunos casos, el uso de drogas y la sobriedad o abstinencia responden también (además de los determinantes contextuales e interpersonales mencionados) a una serie de estilos de vida, valores y metas – valores contrarios o asociados al control social y autocontrol, valores convencionales (religiosidad, ideología), la conducta de riesgo y la conducta - problema. En estos casos, la prevención (además de dirigirse a los contextos recreativos y redes sociales y familiares) también habrá de ser indicada para una serie de déficit personales manifiestos en diversas conductas – problema.

3. LOS JÓVENES QUE NO CONSUMEN EN EL MODELO HEGEMÓNICO DE DIVERSIÓN

"El otro día hablando con un amigo comentábamos que el ambiente en esta ciudad está podrido. Yo me muevo mucho y voy a distintos ambientes. Lo más triste de todo es que está aceptado el convivir con eso, con un porro al lado, con una raya en el baño, con tres copas de más en la barra, eso es lo que hay. Lo triste es que se acepta y uno tiene que convivir con ello" (Varón 24 años).

En diversos estudios de IREFREA se ha afirmado que la diversión es un ámbito importante para los jóvenes porque divertirse es algo necesario en la salud de las personas, pero además también porque mientras se divierten aprenden estrategias de comunicación y adquieren capital social. Pero a medida que los estudios nos llevan a profundizar en la complejidad de la vida recreativa se van descubriendo conexiones entre el ámbito de la diversión y el control social. En todas las épocas el tiempo libre ha sido un elemento en la vida de las personas gestionado por la propia sociedad, a través del Estado, de la religión, la escuela, la familia; actualmente es la industria recreativa la instancia que ejerce casi el monopolio en la definición, gestión y promoción del tiempo libre de los jóvenes.

El hecho de que los jóvenes de hoy dispongan de tanto tiempo libre es un logro social fundamental orientado a mejorar su calidad de vida. Pero también es cierto que el tiempo libre, el ocio, la diversión y el placer se han convertido en elementos muy vinculados al mercado y al consumo y por ello en señuelos para atraer el interés de los jóvenes.

El espacio recreativo más atrayente para muchos jóvenes españoles es el 'salir de marcha' y una de las conclusiones que se desprende de los estudios de Irefrea es que se está convirtiendo en un modelo de diversión hegemónico (MDH), que al crecer tiende a excluir otras formas de diversión. A través de un estudio anterior de IREFREA realizado con jóvenes en contextos recreativos nocturnos de nueve ciudades europeas (N: 2.700) sabemos de la intensidad y dedicación de los jóvenes clubbers a esta forma de diversión. El 57% de los 'clubbers' europeos salen 3 o 4 fines de semana al mes, el 61,4% lo hacen entre 2 y 3 fines de semana, y el 40% también acostumbran a salir por la noche durante los días laborables. Cada vez que salen acostumbran a emplear una media de 6,1 horas (Calafat et al. 1999). Otros estudios recientes sobre la juventud española también señalan que el salir de marcha es una de las actividades

de ocio más practicadas por la noche y los fines de semana (Martín Serrano y Velarde 2001, Elzo et al. 1999, Laespada y Pallarés 2001). Si se tiene en cuenta la Encuesta nacional a los escolares entre 14 y 18 años, el 34% de los escolares declaran haber salido por las noches todos los fines de semana en el último año; mientras que salen todas las noches del fin de semana el 48,4% de los estudiantes de 18 años y el 56% de los escolares regresó a casa la última vez después de las 02'00 horas (Observatorio Español sobre Drogas 2002). Por tanto se trata de una actividad generalizada entre los jóvenes españoles y posiblemente a la que dedican más tiempo durante el fin de semana.

La hegemonía del 'salir de marcha' como espacio de diversión viene dada no solo porque es una de las actividades que tienden a practicar mayoritariamente los jóvenes, sino también porque esta forma de diversión progresivamente está desplazando otras formas de diversión o de ocupar el tiempo libre. En los espacios creados por el modelo de diversión hegemónica (MDH) tienden a ser espacios o a con ambientes masificados donde hay música, luces y en ocasiones una estética psicodélica que llena el ambiente. La diversión consiste para una parte considerable de los jóvenes en la proximidad de muchos otros, el baile, la interacción con los amigos, el consumo de alcohol y otras drogas, y el conseguir de una forma rápida una desconexión de la vida rutinaria de la semana, en bastantes ocasiones a través de un estado de embriaguez o del efecto de las drogas. Desde la ironía un joven que acostumbra a salir de marcha pero sin consumir drogas define el significado de la diversión dominante de la siguiente forma:

“El fin de semana es para romper con todo el resto de la semana, incluso lo dicen en la radio. El sábado y domingo es para ser feliz. Si hay que romper no te vas a jugar al *trivial* a casa de alguien. Para romper hay que buscar el desfogue a muerte, si has de romper es pillando el pedo barato del botellón y luego seguir en los bares” (Varón, 23 años).

Este estilo de diversión ha encontrado en el progreso tecnológico potentes aliados como son el automóvil –y otros medios de transporte-, los teléfonos móviles y las tecnologías de la luz y del sonido. Otro potente aliado son las drogas, pues facilitan de forma extraordinaria el paso rápido desde la rutina de la semana a la lógica de la diversión nocturna de fin de semana. Las drogas en este contexto son importantes no solo por sus propios efectos sino porque facilitan sobremanera el paso a la lógica consumista de la diversión de fin de semana diseñada por la industria. Sería difícil de entender la intensidad que está adquiriendo esta forma de diversión que hemos denominado MDH en la cual participa un número considerable de jóvenes durante muchas horas sin estos facilitadores e inductores que son el alcohol y las otras drogas.

Se ha podido ver en el capítulo anterior cómo algunos factores de riesgo más tradicionales (características de personalidad, contexto familiar, factores motivacionales y cognitivos, etc.) relacionados con el consumo de drogas, aun siendo importantes y de gran capacidad 'predictiva', alcanzan menor capacidad 'predictiva' para el consumo de drogas en situaciones recreativas que otros factores más ligados a la valoración que hacen los jóvenes del *contexto recreativo* y a algunos elementos claves en la definición

del *significado que adquiere el ocio* para ellos. Estos resultados son casi exactamente idénticos a los hallados en el mismo estudio realizado en diez ciudades europeas¹². Por tanto, hay cuestiones ligadas a la elección de determinados elementos de los contextos recreativos por parte de los jóvenes que tienen un alto poder predictivo y tal vez determinante en el consumo de drogas.

Otras alternativas al MDH relacionadas con la diversión y el tiempo libre están en proceso de exclusión, es decir, perdiendo espacio social a medida que se extiende la hegemonía del salir de marcha. Los jóvenes que practican el salir de marcha tienden a perder interés por otras formas de diversión o de uso del tiempo libre de los fines de semana como son el excursionismo, actividades lúdicas con la familia, práctica de deporte, la diversión diurna en espacios abiertos con diversidad de colectivos sociales y con interacción entre generaciones, o el participar en actividades solidarias. Los jóvenes que no consumen tienen una mirada crítica hacia esa hegemonía, les cuesta aceptar ese vínculo entre diversión, salir de marcha y consumo de drogas. La experiencia de muchos de esos jóvenes se puede leer en el siguiente comentario.

"He visto a gente en los bares con la copa mirando al infinito, aburridos. No creo que se diviertan tanto. Cuando a mí me han preguntado qué he hecho el viernes y les he dicho que ir a cine no se lo han podido creer, no creen que un viernes por la noche se pueda ir al cine. Se asocia una cosa con la otra, el viernes es para salir, y salir es beber, y hay que beber para pasárselo bien" (Varón, 20 años).

Existe una importante diversidad entre aquellos jóvenes que salen de marcha. Precisamente por ello es importante identificar y conocer los diversos colectivos que suelen salir de noche y tratar de comprender cómo en ocasiones el consumo se incorpora como parte de su identidad y en íntima relación con la subcultura con la que se implican para divertirse. A pesar de la masificación aparente, los colectivos tienden a preservar su identidad según distintos elementos culturales como son la indumentaria, el tipo de música, su relación con el consumo de drogas, los locales a donde van a divertirse, etc. La música ocupa un lugar privilegiado en la configuración del ambiente y en la cultura del local, convirtiéndose en la principal aliada de la industria recreativa y en uno de los elementos que explican el consumo (Gilvert & Pearson 2003, Oleaque 2003). En ese sentido una joven que no consume aprecia la relación entre música y consumo.

"Ahora las noches de fiestas están orientadas para beber y fumar porros. Llega un momento de la noche en que cambia la música y ponen bakalao, parece que te echen. Yo dejo de bailar porque esa música no me gusta y noto que bailan los que van bien colocados. No conozco a nadie que baile esa música si no toma nada. Así que hacia las cuatro me retiro a casa" (Mujer 26 años).

¹² Calafat et al., (2003) *Enjoying the nightlife in Europe. The role of moderation*. Palma: IREFREA.

La lógica que explica la aparición del MDH es compleja; intervienen distintas dinámicas sociales y una industria que ha sabido gestionar y potenciar ese estilo de diversión. Es un modelo que tiende a extenderse a diversos países y culturas y forma parte de la dinámica de globalización. En la medida que la industria que crea el MDH crece y se fortalece también contribuye a crear y definir el contenido de la diversión siempre en coherencia con sus intereses. No hay que perder de vista que la diversión, como cualquier otro ideal, toma cuerpo en un proceso de construcción social que le da significado y orienta. La diversión se materializa en elementos culturales, en piezas materiales y simbólicas que forman parte de la estructura social. La dinámica de la construcción de elementos de diversión se ha dejado en gran parte en manos de la industria, que obviamente persigue sus fines en términos de provecho económico. La función de esa industria no se limita a ofrecer unos servicios de forma inteligente e interesada; su labor consiste también en definir los ideales y las prácticas concretas de lo que debe ser la diversión de los jóvenes. El problema además es que no existe demasiada conciencia social sobre el estado de la cuestión, ni una articulación social capaz de ejercer alguna visión crítica sobre esta situación para comprender mejor a los jóvenes y su consumo de drogas. Este es el motivo por el que hablamos al referirnos a la situación actual de modelo de diversión hegemónico (MDH).

3.1. LA LÓGICA DE LA DIVERSIÓN RÁPIDA, EL PLACER RÁPIDO

En los espacios del MDH la diversión sigue una lógica particular que asegura una inmersión rápida y eficaz en un estilo de diversión programada, en el cual el consumo de alcohol y drogas es de gran ayuda, además de otros elementos culturales y tecnológicos que recrean el ambiente. Buena parte de la diversión nocturna está orientada a garantizar que los jóvenes puedan romper rápidamente con la rutina de la semana y a garantizarles que en pocas horas puedan tener una satisfacción lo más completa posible. La participación de los clientes está en dejarse invadir por los elementos del ambiente (estética, luces, música, imágenes, mensajes), en aceptar las reglas del juego y en dejarse seducir por el acceso al placer-rápido. Este tipo de diversión se convierte en una especie de diversión fácil y rápida muy adecuada para un mundo competitivo y consumista¹³.

La interacción verbal es mínima. Una vez dentro de los espacios, se espera que los clientes acepten la lógica de la diversión que ha sido trazada y diseñada. En esa situación, las drogas y el alcohol, resultan altamente efectivas, se han convertido en aliadas de la racionalidad y eficiencia de este tipo de diversión. Son sustancias que ayudan a

¹³ El estudio de George Ritzer *The McDonaldization of society* (publicado en 1993 por Pine Forge Press) crea las bases teóricas que explican la cultura interna de las nuevas industrias orientadas según una lógica racionalista en que las empresas de fast-food McDonalds fueron pioneras. Aquí se tiene en cuenta por las similitudes con la industria de diversión nocturna. En el estudio muestra cómo se genera el proceso de alienación tanto de los empleados de la industria como de los clientes. La lógica empresarial funciona en pro de la eficacia y rapidez en el logro del producto, además del beneficio y el control. El resultado es cuestionado por el autor desde las consecuencias inhumanas e irracionales que aparecen en el proceso.

conectar más rápido y más intensamente con el ambiente. Cuando los jóvenes entran en ese espacio y lógica dejan de lado su capacidad de control y cuestionamiento del proceso de diversión y simplemente se dejan invadir por el ambiente creado por la industria y sus técnicos. Por eso quienes no consumen están en desventaja, tienen más dificultades para adaptarse, se implican menos y de forma distinta con los elementos que definen el ambiente.

“Yo me divierto haciendo la ruta. Tengo unas amigas que también consumen poco y con ellas me lo paso bien. Además se contagia un poco la diversión que llevan los otros. Lo que pasa es que el buen rollo se estropea cuando cae alguno y cada semana hay alguno a quien le pasa alguna cosa o queda tirado por el suelo, o se meten en peleas.” (Varón 18 años).

“En mi clase yo me sentía un poco como un bicho raro. Mis amigas estaban deseando salir del colegio para empezar a fumar, beber, salir con chicos y en mi casa me dijeron que me lo pensara, que era muy joven todavía. Estuve un año o dos que no sabía qué hacer porque a mí no me gustaba ese rollo, pero quería estar con mis amigas” (Mujer 19 años).

En el estudio cuantitativo se pone de manifiesto que el 94,7% de la muestra afirma que una razón importante para salir de marcha es estar con los amigos. La diversión es importante, pero lo es como actividad social que se comparte con los coetáneos. La hegemonía del modelo recreativo actual cobra importancia precisamente en ese aspecto, en que se sabe utilizar la necesidad que tienen los jóvenes de estar con otros jóvenes. Los lugares más atrayentes son aquellos donde está la mayoría, donde se adquiere capital social y cultural a compartir en la red de coetáneos. Y ese es un aspecto fundamental pues muchos jóvenes temen quedar aislados socialmente si no asumen las formas de diversión ofrecidas por el MDH, con todo lo que ello significa de desventajas presentes y futuras. Los no consumidores o consumidores moderados o experimentales también se sienten atraídos por ese espacio como un ejercicio vital para ellos. Eso no les exime de jugar en inferioridad de condiciones una vez dentro, pues existe una importante presión social directa e indirecta sobre ellos para adoptar el comportamiento de la mayoría.

“Tengo dos pandillas, en una nadie fuma ni bebe, y en la otra la única que no consume nada soy yo, y es un poco agobiante. A ellos les cuesta entender que no consuma nada y como son muchos es un poco agobiante. Suelo tomar zumos, antes tomaba leche pero se reían de mí. Al final decidí tomar zumos.” (Mujer 17 años).

El consumo de drogas produce unos efectos que los jóvenes conocen y tienen en cuenta. Tanto los consumidores como los no consumidores se han formado una

idea del valor de las drogas para divertirse el fin de semana, siendo más frecuentemente consumidores quienes dan valor a los efectos y funcionalidad de las drogas. Atendiendo a los datos de la Tabla 3.1 se puede apreciar las diferencias entre los jóvenes no consumidores versus los que sí consumen a la hora de considerar las razones por las que se consumen drogas. La **evasión de los problemas** es la razón más aludida por la mayoría de los jóvenes (67,8% de los no-consumidores vs. 73,2% de los consumidores), lo que debe entenderse como la capacidad que tienen las drogas como facilitadoras en la desconexión de preocupaciones, responsabilidades, etc. Los jóvenes saben que **las drogas pueden resultar aliadas del placer** (47,3% de los no-consumidores vs. 84,8% de los consumidores), pero aquí ya se encuentra una de las diferencias fundamentales entre uno y otro colectivo. El placer puede ser comprendido y experimentado de forma diversa y comprender esa diferencia está en el centro de la comprensión del consumo de drogas; el vínculo entre diversión y drogas tiene que ver con el significado que se da al placer. Se puede definir el placer de distintas formas, con distintos contenidos y alcanzarlo a través de diversas experiencias. Pero la forma en que se está estructurando en nuestras sociedades convierten el placer en una experiencia vinculada a la pasividad, la huida, el derrotismo, el consumo intensivo y al control social (Sissa 2003, Brukner 2002). La experiencia del placer incluye la experiencia del dolor, al igual que la vida incluye la muerte. Son dos caras de una misma moneda que se dan significado la una a la otra, Oscar Wilde¹⁴ afirmó “porque el secreto de la vida

Tabla 3.1: Estar muy de acuerdo y de acuerdo ante las siguientes razones que pueden explicar por qué algunas personas sí consumen drogas según consumo

Razones por las que algunos sí consumen drogas. Porque...	Total %	Actitud ante el consumo	
		No-consumid.	Consumid.
Ayudan a la <i>evasión</i> de los problemas	70,4	67,8*	73,2
Puede resultar una <i>actividad placentera</i>	65,8	47,3***	84,8
Ayudan a la gente a <i>divertirse más</i>	65,2	58,9***	81,0
El <i>baile y la música</i> se exper. de forma más intensa	64,1	52,0 ***	76,6
Permiten estar mejor con los amigos	39,8	25,4 ***	54,6
Permiten estar mejor con uno mismo	36,1	21,5 ***	51,1
Se liga más	30,0	25,2 ***	34,9
Ayudan a mejorar las relaciones sexuales	21,7	12,0 ***	32,8
Las drogas ayudan a tener una experiencia de la vida más completa	31,7	13,2 ***	50,7

* = p exacta (Chi cuadrado) < 0,05; *** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

¹⁴ La cita procede de la obra de Oscar Wilde *De profundis* (2000) Madrid: Siruela: pag. 76.

es el sufrimiento. Eso es lo que se oculta detrás de todo. Cuando empezamos a vivir, lo dulce es tan dulce para nosotros, y lo amargo es tan amargo, que inevitablemente dirigimos todos nuestros deseos al placer, y aspiramos no ya a <alimentarnos de miel un mes o dos>, sino a no probar otro alimento en todos nuestros años, ignorantes de que mientras tanto podemos estar realmente matando el hambre del alma". Matar el hambre del alma es morir. Eliminar la gestión que cada individuo debe aprender a hacer del sufrimiento, el dolor, las preocupaciones con la promesa de felicidad, evasión, placer absolutos es el camino hacia la nada o el absurdo.

Las drogas facilitan el divertirse (58,9% de los no-consumidores vs. 81% de los consumidores); ayudan a **conectar con el baile y la música** (52% de los no consumidores vs. 76,6% de los consumidores). Estas razones están entre las principales razones aducidas por los que no consumen drogas aunque en un porcentaje bastante menor que los que sí consumen. Las otras razones son menos valoradas por los que no consumen pero algunas de ellas sí son consideradas muy importantes por los que consumen, en especial valorar que a través de las drogas se tiene una experiencia más completa de la vida (50,7% de consumidores vs. 13,2% de los no consumidores). En conjunto estas razones ayudan a entender que en la lógica de la diversión nocturna las drogas facilitan la búsqueda de sensaciones y el logro de diversión y placer. Aunque una parte de los *jóvenes que no consumen saben de los efectos de las drogas, se mantienen alejados porque no tienen tanto interés en ellos, o consideran que pueden lograr los objetivos propuestos sin necesidad de drogas y a través de otras estrategias*, según se desprende de este estudio. Eso es uno de los elementos que mejor explican su actitud y les diferencia de los otros.

Varón (23 años): **"a los trece o catorce se quiere hacer todo tipo de cosas, yo fumé un par de veces y fue a esa edad. Me di cuenta de que fumar me producía vómitos y dejé de hacerlo, me parece asqueroso, no lleva a nada"**.

Mujer (20 años): **"eso ocurre las primeras veces, luego se te pasa y lo disfrutas, eso me decían a mí, pero yo nunca he tenido curiosidad ni de probarlo"**.

Varón (23 años): **"fumar es horrible para todos, pero es como un obstáculo que hay que atravesar para encajar en el grupo. Las primeras experiencias no le gustan a nadie. A los trece años a nadie le gusta fumar, luego a los quince es cuando se meten más"**.

3.2. LA EXPERIENCIA DE LA DIVERSIÓN PARA LOS NO CONSUMIDORES

"Cuando bebes descontrolas pero del todo. Cuando ves que te estás pasando ya no puedes tirar marcha atrás. Pero llega un momento que eso te cansa y deja de divertirme. Ahora simplemente salgo a divertirme. Antes para mí lo divertido era embo-

rracharme, hasta que dejó de serlo, ahora para mí salir es bailar, es hacer un poco el tonto, es hablar, es reírme de cosas. Para mí ha cambiado la marcha, antes era muy limitada, antes solo era bum, bum, bum, era salir e ir a saco. Hasta que me cansé" (Varón 24 años).

El estudio aporta diversa información que permite entrar en ese complejo mundo de los no-consumidores y su encaje en un ambiente que les atrae pero en el que se sienten extraños al mismo tiempo. La supuesta mejora de la experiencia con los amigos es un de las razones aducidas por los consumidores para el consumo de drogas, sin embargo para los no-consumidores esa conexión deja de ser válida si se subordina al consumo, ello la convierte en circunstancial y mediatizada. En el estudio aparece una amalgama de situaciones en la relación entre los dos colectivos. Hay una parte de jóvenes consumidores y no consumidores que no les importa mezclarse con otros jóvenes que tienen hábitos de consumo distintos. Un joven que no consume afirma:

"Yo los veo (a los consumidores) como gente totalmente normal. Para mí, mientras no me afecte, mientras ningún borracho o ninguna borracha me de la vara, son gente normal, están ahí, forman parte del ambiente y no puedes evitarlo" (Varón, 24 años).

Sin embargo, la tendencia que aparece más generalizada es que consumidores y no consumidores orientan sus relaciones hacia otros amigos con sus mismos hábitos de consumo:

"Una cosa es beber y otra es emborracharse. Si estás con gente que bebe no pasa nada pero si estás en un grupo que todos se emborrachan entonces sí que desencajas" (Varón 20 años).

"Con mis amigos del instituto, que son los que consumen, también me divierto cuando estamos en el instituto, porque allí no toman nada. Fuera son muy pesados, beben, empiezan a decir muchas tonterías, se les ponen los ojos rojos y no me gusta. Cuando salgo a divertirme salgo con unas amigas como yo. He tenido muchas veces ocasión de probar pero no lo he hecho porque me parece una tontería. Hay gente que tiene un carácter débil y para entrar en el grupo de amigos toman lo que les echen" (Mujer 16 años).

El estudio muestra que los no consumidores se ven percibidos por quienes consumen como personas que aguantan menos "la fiesta" y que se divierten menos. La percepción que crean de sí mismos los jóvenes no-consumidores tiende a devaluarlos por adoptar una actitud sobria y contraria a 'la norma'.

Al observar los lugares donde prefieren ir de marcha (Tabla 3.2) la mayoría de los jóvenes no consumidores prefieren lugares donde no hay presencia de drogas (76,3% vs. 23,1% de los consumidores). La mayoría de jóvenes valoran positivamente la posibilidad de conseguir bebidas no alcohólicas más baratas en la elección del local, pero

hay bastantes más no consumidores que se apuntan a esa opción (79,7% vs. 52,3% de los consumidores). Los locales de ambiente limpio, saludable y con una estética agradable son más valorados por los no-consumidores. Hay más consumidores (42,5% versus 21,8% de no consumidores) que prefieren ambientes 'cutres', carentes de esas condiciones. Sin embargo las preferencias por locales más saludables no están muy asimiladas por el mercado. Lo que importa en un local es la popularidad, que vaya gente, que haya ambiente. Los jóvenes que no consumen se subordinan en ese aspecto, quieren estar con los 'otros', lo que les obliga a estar en lugares en que el ambiente les resulta más inhóspito:

“Los locales sanos no existen. Los únicos locales donde la gente no se emborracha son locales estilo cafés, pero si a uno le gusta bailar no es posible ir a un local donde ni se fume ni se beba. Pero además, lo suyo no está en discriminar. Si a mí me apetece bailar y tomar una copa por qué no voy a poder ir a un local normal. El límite está en cada uno. Sí que se debería controlar más a menores. Yo tengo amigos que les gusta fumar y sé que no estarían cómodos si no se pudieran fumar un cigarrillo, ni yo de estar imponiendo esto. A mí tampoco me molesta que mis amigos fumen cuando vamos por la calle y hay ventilación, el problema es que los locales no están acondicionados para esto” (Mujer 23 años).

“En un local donde no se pudiera consumir drogas se estaría muy tranquilo porque estaría vacío, la gente cuando sale no es eso lo que busca. El local puede ser muy bonito pero estaríamos tres personas. Los grupos que hay en la calle no son como nosotros, o nos ponemos en plan autista para estar entre los cuatro que no consumimos o si queremos estar con gente hemos de aceptar estar en sus ambientes y divertirnos lo mejor que podamos” (Varón 23 años).

Tabla 3.2: Estar muy de acuerdo ante algunas características de los locales donde salen de marcha, según consumo			
	Total %	Consumo	
		No-consumid.	Consumid.
Me gustaría ir a sitios donde no hubiera cons. de drogas	50,0	76,3 ***	23,1
Es fácil encontrar situaciones de violencia	48,8	46,3 **	51,4
Es import. poder consumir bebidas no alcoh. baratas	66,3	79,7 ***	52,3
Me gustan los sitios un poco cutres	32,1	21,8 ***	42,5

** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,01; *** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

La comparación entre consumidores y no consumidores muestra que estos últimos tienen mayor interés por actividades distintas al ‘salir de marcha’ (Tablas 3.3 y 3.4), en especial en el plano familiar y en actividades altruistas. Entre los que no consumen hay más tendencia a divertirse y tener un papel activo con su familia que los consumidores. Los jóvenes no consumidores sienten que se lo pasan mejor en sus actividades cotidianas. Un comentario que puede leerse como una crítica a orientar el tiempo libre hacia el MDH es el siguiente:

“El dinero se pierde con las salidas pero también el tiempo. Salir significa preparar la salida y luego al día siguiente has de descansar porque quedas hecho polvo. Yo también limito las salidas porque me gusta hacer otras cosas. Si cuando salgo me quedo hasta las ocho pierdo el día siguiente que para mí también es importante” (Varón de 25 años).

Cosas que ocurren a menudo y muy a menudo	Total %	Consumo	
		No-consumid.	Consumid.
Mis padres me permiten que participe en la toma de decisiones	67,2	72,7 ***	61,6
Comparto momentos divertidos con mi familia	76,4	83,8 ***	68,1
Me lo paso muy bien en mis actividades cotidianas	62,4	69,3 ***	55,3
Participo del trabajo doméstico en mi vida familiar	62,4	63,9 ***	60,7

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

La participación en actividades sociales es otra diferencia entre los dos colectivos. Los que no consumen tienen un mayor interés y hacen una mayor aportación al que-hacer social y solidario.

Cosas que ocurren a menudo y muy a menudo	Total %	Consumo	
		No-consumid.	Consumid.
Participo en actividades sociales o de voluntariado	23,3	27,5 ***	18,9
Me preocupa que mi participación en el mundo contribuye a que este sea mejor	54,4	63,9 ***	44,7

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

3.3. ECONOMÍA

“El dinero es importante. Hay gente que fuma mil pesetas de costo cada fin de semana, más luego beben, más la entrada a los locales, más el taxi para seguir la ruta. Ese ritmo es para arruinarse. Yo estoy en un colegio donde la gente es bastante pija pero también están los que son normales y no tienen tanto dinero, como yo. Aunque el dinero se consigue. Conozco gente que busca cómo hacer dinero. Yo creo que aunque tuviera más dinero tampoco consumiría. La gente con menos dinero se organiza más, compran en supermercados y se van de botellón, van a menos locales, pero consumen igual. De hecho consumir lo puede hacer todo el mundo.” (Varón 15 años).

Salir de marcha es caro. Son diversos los elementos de consumo que giran alrededor de esa actividad. Además del consumo inmediato hay otros consumos relacionados, indumentaria, cosméticos, música, teléfonos móviles, comida, transporte, etc. Existe una gran relación entre la capacidad económica de los jóvenes y las posibilidades de salir de marcha. Ya en anteriores estudios se ha mostrado que el salir de marcha lo practican más los jóvenes con poder adquisitivo, y buena parte de la gente que sale de marcha para divertirse se adscriben a un estatus socioeconómico medio y alto. Pero tener dinero en el bolsillo no significa necesariamente pertenecer a un nivel socioeconómico medio-alto, y de hecho hay jóvenes que pertenece a familias de estatus medio y bajo que se incorporan al espacio laboral muy jóvenes. Esos jóvenes pueden disponer de más dinero propio que otros que estén estudiando aunque sus familias tengan un estatus mayor. También hay que contemplar nuevas situaciones que vienen de la mano de cambios en nuestra sociedad, hay familias con menor poder económico dispuestas a hacer un esfuerzo económico para que sus hijos no pierdan oportunidad de divertirse, porque valoran muy en positivo esa oportunidad. No se han contemplado en este estudio las formas de financiación de la diversión nocturna como puede ser ‘el trapicheo’ que son estrategias de jóvenes con menor poder adquisitivo para poder financiar “la marcha”.

De hecho tener disponibilidad económica para salir de marcha depende de distintas variables, una importante es la gestión económica y de la inversión que los jóvenes hagan respecto a su vida presente y futura. La siguiente cita de un joven no-consumidor explica la lógica que tiene para él la gestión del gasto

“Fumar no es nada barato. A dos treinta el paquete diario son casi setenta euros al mes y al año son más de ochocientos euros. Con eso me voy de vacaciones un mes” (Varón).

En la Tabla 3.5 se menciona la procedencia del dinero que gastan cuando salen de marcha. La mayoría dependen de sus familias, pero los que no consumen aun más. Entre los consumidores son más los que obtienen su dinero de su propio trabajo que entre los no – consumidores.

Procedencia del dinero	Consumo	
	No-consumidores	Consumidores
De la familia	74,3 **	64,9
Del trabajo propio	33,3 ***	44,4

** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,01; *** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

Tanto consumidores como no consumidores gastan dinero en las salidas pero difieren tanto en la cantidad total como en la forma de gastarlo (ver Tabla 3.6).

Los varones y los consumidores de drogas gastan más dinero cuando salen a divertirse los fines de semana (versus mujeres y no-consumidores). El elemento que explica la diferencia entre los distintos colectivos es el mayor gasto que se realiza en alcohol, tabaco y drogas. Los varones gastan más y evidentemente los consumidores también al adquirir drogas. Las mujeres gastan más que los varones (3.08€ vs. 2.77€) únicamente en cine y teatro. Los no consumidores gastan más que los consumidores en diversos consumos: en comida (6.56€ vs. 5.72€), bebidas sin alcohol (5.01€ vs. 3.28€), cine y teatro (3.58€ vs. 2.22€), libros, revistas (3.19€ vs. 2.22€), lo que es consecuente con sus intereses en otras actividades distintas al salir de marcha. El gasto medio que hacen los consumidores en bebidas alcohólicas (12.97€) y drogas ilegales (11.06€) es el más importante de todos los consumos que practican estos jóvenes cuando salen de marcha. Las consecuencias de todo esto es que los consumidores gastan el doble que los no consumidores (49,85€ vs. 26,62€) cada vez que salen de marcha.

La gestión de la economía cotidiana es otro de los aprendizajes básicos para los jóvenes. El hecho de vivir más años vinculados a los padres es una de las características propias de los jóvenes españoles, a diferencia de otros jóvenes europeos, en especial los de países de centro y norte de Europa. El compartir hábitat con los padres libera a los jóvenes de una serie de responsabilidades domésticas y económicas y les permite mayores posibilidades de gasto o ahorro. Como se ha visto, la mayoría de jóvenes entrevistados viven con sus familias y su economía depende del dinero familiar (para la mayoría, Tabla 3.5). Aquellos que trabajan disponen de su propio dinero, mientras que aquellos que no trabajan dependen exclusivamente de la asignación que sus padres les ofrecen. Unos y otros dedican una parte de ese dinero a salir de marcha pero con claras diferencias entre los dos colectivos como puede verse en la Tabla 3.6.

Los jóvenes que no consumen (versus consumidores) gestionan su dinero de tal manera que gastan en salir de marcha de forma muy visible y significativa un menor porcentaje del total de dinero del que disponen. Un 47,4% de los jóvenes que no consumen gastan menos del 25% (vs. el 23,3% de los consumidores); el 28,1% gastan casi la mitad de su dinero (vs. el 25,3% de los consumidores); solo una cuarta parte de los consumidores gasta más de la mitad de su dinero en salir de marcha (vs. el 51,4% de los consumidores). en definitiva, el gastar más lleva a los consumidores a tener que gastar un porcentaje mayor del dinero que disponen, lo que también les inhabilita para

Tabla 3.6: Dinero que se gastan en distintos productos y actividades cuando salen a divertirse, según género y consumo (en euros), por noche.

Aspectos y actividades en las que se gastan el dinero	Total euros	Género		Consumo	
		Varón	Mujer	No-consumid.	Consumid.
En bebidas alcohólicas	7.43	8.64 ***	6.19	1.30 ***	12.97
En comida	6.15	6.17	6.12	6.56	5.72
En drogas ilegales	5.84	7.56 *	4.07	0.02 ***	11.06
En bebidas sin alcohol	4.18	4.29	4.06	5.01 ***	3.28
En transporte	2.96	3.28 *	2.64	2.74	3.19
En cine y teatro	2.93	2.77	3.08	3.58 ***	2.22
En libros, revistas, discos	2.72	2.91	2.52	3.19 *	2.22
Entrada a discotecas y locales	2.47	2.76	2.18	1.59 ***	3.33
En tabaco	2.19	2.31	2.06	0.10 ***	4.06
En otros conceptos	1.11	1.46 *	0.75	1.33	0.90
En espectáculos deportivos	1.04	1.50 **	0.56	1.20	0.88
TOTAL euros	39.01	43.66	34.24	26.62	49.84

* = (t; p < 0,05); ** = (t; p < 0,01); *** = (t; p < 0,001);

Tabla 3.7: Del total de dinero que disponen, porcentaje que gastan en la actividad de salir de marcha, según consumo

% de dinero dedicado a salir de marcha	Total %	Consumo	
		No-consumidores ***	Consumidores
Menos del 25%	35,6	47,4	23,3
Del 25% al 50%	26,7	28,1	25,3
Del 50% al 75%	21,0	18,1	24,1
Más del 75%	16,7	6,4	27,3

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

realizar otras actividades. Eso significa un aspecto más de la hegemonía que adquiere el salir de marcha como sistema de diversión.

La gestión de la economía es uno de los mecanismos que puede incrementar las desigualdades sociales y los procesos de exclusión social. Disponer de más o menos dinero es un determinante en el acceso a más recursos, por eso aquellos jóvenes con

recursos limitados que además consumen quedan más en precario para el acceso a otros recursos importantes: elementos de formación, inversión en autonomía futura y promoción social. La siguiente cita de un joven que ha abandonado el consumo permite reflexionar sobre la cuestión:

"Si tienes el nivel precario eso influye, pero no es el caso de la mayoría. Yo tengo amigos que se gastan la mitad del sueldo en sus salidas nocturnas. Una persona puede tener un sueldo bajo y gastarse mucho más. Cuando se tiene algo de dinero no hay límites, si empiezan a consumir se gastan lo que sea" (Varón 25 años).

Ser pobre dificulta el acceso a las drogas e incluso a los ambientes donde estas se consumen, lo cual puede verse incluso como un factor de protección. Pero los jóvenes pobres que sí logran entrar en el MDH y en el consumo de drogas (muchos saben cómo hacerlo y lo desean ya que es un ámbito prestigioso) van a dedicar un porcentaje mucho más alto de sus recursos a esa actividad, lo que les supone renunciar a otros accesos (estudios, viajes, elementos culturales, cuidado de la salud). Esas renunciaciones no son necesarias para otros jóvenes de estatus social más alto, el gasto en drogas también les supone a estos últimos algunas renunciaciones, pero tienen más posibilidades de acceso a esos otros recursos que van a ser fundamentales en su vida adulta y para su autonomía personal. La economía de las drogas es una cuestión clave como nueva vía de crecimiento de desigualdades y como un elemento que va a intervenir en la dinámica de movilidad social. A corto plazo las diferencias no son muy visibles pero el hecho real es que una parte de los jóvenes están hipotecando su futuro. Esa realidad, no obstante, está interpretada de distinto ángulo por otros investigadores. Por ejemplo Parker (2003) afirma que en un seguimiento longitudinal que él ha realizado a un colectivo de jóvenes, un tercio de su muestra que hacen un uso regular de drogas han hecho transiciones exitosas hacia el rol de adultos, y de hecho ganan más dinero en su trabajo profesional que sus compañeros abstemios. La explicación que nosotros aportamos y teniendo en cuenta los datos del estudio es que Parker está deslumbrado por un espejismo. En las condiciones actuales de socialización son los jóvenes con mejores habilidades sociales y con mejor capacidad económica y mejores apoyos familiares los que se integran en el modelo hegemónico de diversión, ya que supone un espacio privilegiado de socialización y búsqueda de sensaciones que incorpora muchos elementos de prestigio, como es la tecnología más sofisticada, tanto material como simbólica. El apoyo social y material del que disponen esos jóvenes les permite llegar con éxito a sus metas como adultos, lo que no sabemos es hasta qué punto el tiempo y recursos dedicados al espacio hegemónico de diversión les condiciona (cuantitativa y cualitativamente) en el logro de algunos objetivos vitales. Tampoco se sabe (aunque se intuye) que el paso por el espacio hegemónico puede estar contribuyendo a fomentar las desigualdades y procesos de exclusión social de jóvenes con menos recursos. Es ese precisamente el espejismo que hay que superar. No obstante es necesaria más investigación en ese terreno¹⁵ y es positivo que se empiecen a dar controversias y a tratarse la cuestión de diferencias y desigualdades relacionadas con el consumo de drogas en la adolescencia.

¹⁵ El estudio a que hace referencia el párrafo es de Howar Paker (2003) "Pathology or modernity? Rethinking risk factor análisis of young drug users, en *Addiction research and Theory* 11 (3): 141-144.

3.4. RELACIÓN ENTRE JÓVENES SOBRIOS Y CONSUMIDORES DE DROGAS

No existe una frontera evidente entre los dos colectivos, pero todos los datos indican que existen procesos de selección en la elección del grupo, basados en la actitud ante el consumo. A los no-consumidores les molesta la falta de comunicación a la que llegan con los consumidores cuando estos están bajo los efectos de las drogas. Unos y otros acceden a la diversión, aunque esta conexión es distinta:

(Varón 24 años): **"Las reuniones empiezan siempre por el botellón, ir al botellón es inevitable, allí se toman las primeras copas y todo el mundo acaba super pedo, hablando de gilipolleces y nada de lo que dicen tiene ningún sentido. Yo estoy con amigos míos con los que puedo hablar de cosas super bien y acabo hartos de ellos. Hay gente que se vuelve hiper pesada".**

(Mujer, 18 años): **"A veces vamos al botellón, me tomo una copa y los demás se pasan y empiezan a decir tonterías y cosas sin sentido. Se vuelven pesados, no los aguanto y me voy".**

(Varón 24 años): **"Pero si vas con gente que no bebe te lo puedes pasar la mar de bien".**

(Varón 22 años): **"Si te encuentras con alguien de tu misma situación incluso te lo pasas bien riéndote de las personas que están pasadas".**

Los no consumidores son diversos, no pueden verse como un grupo homogéneo. Algunos han reflexionado acerca de su posición abstemia y se enorgullecen, pero otros no saben muy bien por qué no consumen, les da miedo hacerlo y sienten temor, pero no han elaborado unas reflexiones que legitimen su actitud. Estos últimos son los más vulnerables.

Aquellos que asumen más conscientemente su postura de no consumir han desarrollado una visión social del consumo muy crítica, una imagen que les ayuda a ir sin complejos, les explica por qué los otros consumen, y les confirma que están en ventaja. Observar y asumir las consecuencias para la salud y el funcionamiento vital que acompañan al consumo de drogas es lo que más les ayuda a mantenerse en su actitud:

"A mí me da pena cuando las consecuencias se pagan a largo plazo. He visto amigos que eran gente muy maja y se han empezado a meter de todo y he visto como cambian y tienen otra forma de vida, otra forma de ser, y eso sí que me da pena." (Mujer, 19 años).

"Mis amigos empezaron hace un año a fumar porros, a beber y a tomar alguna pastilla los viernes y los sábados. Al final, a mí

amiga y a mi que no consumimos nos toca aguantar a las tres de la mañana el verlos por el suelo tirados y vomitando, más de una vez nos ha tocado acompañarlos hechos una mierda en coche a sus casa, o a otro sitio porque en casa tienen a sus padres. Yo les digo que si supieran beber y emporrarse estaría bien, si se tomaran un par de porros cogieran un punto y se pararan a mí no me importaría, pero ellos no, ellos beben y se emporran todo lo que pueden” (Mujer 19 años).

Para algunos no consumidores la salud es un valor que, además de apreciado, es entendido en el sentido más amplio, no solo orgánico o psicológico, sino también social. Se trata de lo que piensan aquellos no-consumidores que han conseguido teorizar su propia posición abstemia, pero no se puede olvidar que parte del no-consumo se apoya en miedos y en falta de habilidades sociales de jóvenes que son abstemios y no saben muy bien por qué, o incluso lo consideran una falta de valentía.

Sustancias	Mayoría %		La mitad %		Pocos %		Ninguno %	
	N-C	C	N-C	C	N-C	C	N-C	C
Alcohol ***	48,8	93,7	26,5	4,8	20,3	1,3	4,4	0,3
Tabaco ***	29,9	85,1	34,3	10,6	27,5	4,0	8,3	0,3
Cannabis ***	5,2	58,4	12,3	22,2	36,4	16,6	46,2	2,8
Cocaína ***	1,2	12,9	1,5	12,4	10,9	38,9	86,4	35,9
Éxtasis ***	0,5	12,1	1,0	9,3	7,1	30,1	91,4	48,5
Otras ***	0,8	7,9	1,3	6,2	6,4	29,2	91,5	56,7
Se embriagan con frecuencia***	12,2	59,4	25,4	24,4	46,2	14,6	16,4	1,5

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

Los no consumidores se protegen del consumo de diversas formas (tabla 3.9), una de ellas es manteniendo a los consumidores un tanto alejados de ellos, por lo menos a la hora de establecer vínculos emocionales más fuertes. Pueden compartir el mismo local para divertirse, las mismas actividades, pero es más difícil establecer una relación de amistad íntima o de pareja si se tienen actitudes distintas ante el consumo de drogas. Como resultado, los no-consumidores tienen menos amigos que sean consumidores de drogas ilegales. Aceptan mejor a quienes consumen tabaco, alcohol e incluso cannabis, pero los otros consumos más allá del cannabis no se aceptan generalmente de forma fácil. Parece que el cannabis es una sustancia-frontera que establece los límites entre consumidores y no consumidores. En el capítulo 2 está comentada la relevancia

Tabla 3.9: Estar de acuerdo y muy de acuerdo con las siguientes actitudes que se adoptarían ante un amigo/a que fuera consumidor de drogas o alcohol , según género y consumo

Actitudes hacia un amigo/a consumidor	Total %	Género %		Consumo %	
		Varón	Mujer	No-consumid.	Consumid.
Lo aceptaría tal y como es	80,0	81,6	78,4	69,2 ***	91,2
Me preocuparía que consumiera drogas ilegales	76,0	70,9 ***	81,3	92,6 ***	58,4
Me preocuparía que bebiera de forma excesiva	82,7	75,8 ***	89,7	92,4 ***	72,7
Haría todo lo que pudiera para que cambiara de actitud	72,9	63,7 ***	82,4	83,9 ***	61,6
En caso de que persistiera en el cons. acabaría dejando la relación	24,8	22,3	27,3	30,3 ***	19,1
No me implicaría con alguien que es consumidor	28,1	26,5	29,6	36,3 ***	19,5

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

que alcanza la aceptabilidad entre amigos con distintos estilos de consumo a la hora de distinguir ambos grupos. Aquí se detallan desde un enfoque cualitativo algunos aspectos que separan a los no-consumidores de sus compañeros de cohorte consumidores.

Los comentarios extraídos de los grupos de discusión explican las razones que tienen una parte de los no-consumidores para mantenerse separados de los consumidores. De forma sintética, los principales argumentos son los siguientes:

- *Han tenido experiencias negativas con consumidores.* Los no -consumidores se sienten molestos por las actitudes que adoptan sus amigos consumidores, en situaciones en que interviene la violencia, agresividad o actitudes de riesgo, sobre todo a partir de ciertas horas de la noche.

“Yo creo que hay una tendencia a juntarte con los que son como tu. Poco a poco te separas de los otros porque no te gusta la vida que llevan.” (Mujer 19 años).

- *La conducta de los consumidores les parece extraña y difícil cuando están bajo los efectos de las sustancias, a veces por sus maneras poco respetuosas, otras porque dan significado distinto a las acciones y actitudes.*

“Cuando no están borrachos, ni emporrados, no insisten, pero cuando sí lo están se vuelven pesados, están todo el tiempo encima, que bebas, que no sé qué, y todos insisten”. (Mujer 18 años).

“A mí los excesos sí que me molestan si no pueden tener un control mínimo, no es que se pasen un poco, sino que van muy pasados y eso produce muchos problemas, me refiero a la agresividad, gente que se mete con otras personas.” (Varón 24 años).

- *La comunicación entre unos y otros se hace difícil.* Los elementos de la interacción adquieren sentido distinto. La comunicación verbal o no verbal, los temas tratados, los intereses, están en una sintonía distinta.

“Yo tengo como dos opiniones, una de cerca y otra de lejos. Me explico, de lejos me parece divertido, cuando veo a mis amigos pasados me hacen gracia, pero el punto que me molesta es cuando intento hablar con ellos y no entienden nada, no puedes hablar con nadie y no te hacen ni puñetero caso, te sientes predicando en el desierto”. (Varón 24 años).

- *Las actividades relacionadas con la diversión cambian según se consume o no.* Cada colectivo busca espacios donde poder conectar mejor con sus amigos y con el ambiente, y esa conexión está bastante influenciada por el consumo. Los consumidores buscan contextos donde el consumo sea habitual, donde cierta música y baile se acople con los efectos de las sustancias, donde las acciones y actitudes de la mayoría estén en sintonía. Esa búsqueda de ambientes hace que las actividades y espacios sean algo distintos para cada colectivo, aunque existen bastantes espacios compartidos donde interconectan y se encuentran los distintos colectivos.

“Aparte de la salud y de ser responsable de tus actos, lo que más valoro de no consumir es la independencia. Yo me lo paso igual de bien yendo al cine, jugando un partido de fútbol, saliendo por la noche. Si estoy con la compañía adecuada me sé divertir de muchas formas. Yo no me pongo límites en ese sentido” (Mujer 24 años).

Hay ideales que son compartidos entre unos y otros, pero utilizan distintas estrategias para lograrlos. Sentir emociones o dar más sentido a sus vidas es una motivación compartida. Para el no-consumidor, una vida ‘más plena’ pasa por su responsabilidad ante su propia actitud y lo que ocurre en su contexto, por lo que la utilidad de las drogas es cuestionable. Aunque también buscan placer y diversión y superar límites, prefieren lograrlo a partir de recursos propios, aunque la meta se haga esperar y no siempre se logre.

En el MDH, tener drogas puede incluso convertirse en un elemento de prestigio que ayuda a tener un mayor éxito subjetivo en las relaciones (Calafat et. al., 2001). Por el contrario, no tener drogas ni quererlas consumir puede limitar sustancialmente las relaciones al grupo de conocidos que acepta esa situación, aunque también es cierto que una buena parte de los jóvenes consumidores admiran esa actitud. En conclusión, los no consumidores creen y experimentan que salir de marcha y pasarlo bien se logra sin necesidad de fumar, beber, emborracharse o colocarse. El estado emocional pro-

picio para experimentar el estado de ‘fiesta’ lo adquieren desde su propia capacidad, habilidades y esfuerzo para lograr los objetivos con que identifican la fiesta (contacto con la música, baile, hacer amigos, ligar, jugar, etc).

Hay una cuestión importante pensando en la prevención. Se refiere a la actitud más definida a intervenir de alguna manera ante otra persona que tiene problemas de consumo. Se ha visto (Tabla 3.9) que un porcentaje muy importante de los no-consumidores (83,9%) se implicarían para que un amigo dejase de consumir. ese es un dato fundamental porque con frecuencia en el mundo profesional de la prevención surge la cuestión de cómo llegar a los consumidores de riesgo. Es evidente que existe un potencial preventivo en el colectivo de los no-consumidores que puede desarrollarse y que actualmente está abandonado en los programas de prevención aplicados al contexto hegemónico.

3.5. RELACIONES DE PAREJA

En la relación de pareja, el consumo de drogas requiere una especie de pacto entre los dos miembros. Hay parejas muy diversas: unas en que los dos son consumidores, otras en que no lo son y parejas mixtas. En los dos primeros casos la opción ante el consumo es compartida y por ello, en principio, menos conflictiva, pero en el caso de las parejas mixtas el acuerdo ha de ser negociado. En la encuesta realizada en el presente estudio se preguntó acerca de distintas actitudes ante la posibilidad de tener una pareja consumidora de drogas ilegales. No se tuvo en cuenta el consumo de alcohol, tabaco o cannabis por ser sustancias muy aceptadas.

Tabla 3.10: Estar de acuerdo y muy de acuerdo con las siguientes actitudes que se adoptarían si la pareja fuera consumidora de drogas, según género y consumo.					
Actitudes hacia la pareja consumidora	Total %	Género %		Consumo %	
		Varón	Mujer	No-consumid.	Consumid.
Acepto o aceptaría tal y como es	67,5	69,3	65,6	55 ***	81,3
Me preocuparía que consumiera drogas ilegales	80,9	78,3 *	83,5	96,1 ***	67,1
Me preocuparía que bebiera de forma excesiva	89,8	87,1 ***	92,5	97 ***	82,4
Haría todo lo que pudiera para que cambiara de actitud	84,5	82 *	86,9	94 ***	74,5
En caso de que persistiera en el cons. acabaría dejando la relación	44,5	42,9	46,2	54,3 ***	35,9
No iniciaría una relación con alguien que es consumidor	47,6	46,3	38	61 ***	32,7

* = p exacta (Chi cuadrado) < 0,05. *** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

Los datos de la Tabla 3.10 indican que la mayoría de los jóvenes (67,5 %) aceptarían a su pareja tal y como es. Pero hay importantes diferencias según género y consumo. Hay un menor porcentaje de hombres que de mujeres entre los que rechaza a su pareja por el consumo de drogas. Como es lógico, los que no son consumidores son menos tolerantes o más críticos, según se mire; aunque más de la mitad se manifiestan tolerantes con esa opción.

La tendencia mayoritaria es por consiguiente desear que la pareja no consuma. Ello hace que el consumo sea un factor de riesgo de la estabilidad de la vida en pareja. Los no consumidores actúan como factor de protección de sus parejas, ya que con su actitud influyen en que los consumidores dejen de serlo.

Uno de los riesgos que tienen que ver con las relaciones de género es la codependencia. Es decir, la implicación emocional de la pareja que tiende a fomentar el consumo. Este hecho afecta más a mujeres que a varones y es una de las causas que explica que en muchas ocasiones las mujeres se impliquen en el consumo (Stocco et al. 2002). Quizás ello también explique que un factor de protección que generan las mujeres es alejarse más de una pareja consumidora, puesto que se sienten más vulnerables a experimentar las consecuencias del consumo.

4. VULNERABILIDAD O INMUNIDAD ANTE EL CONSUMO DE DROGAS. RIESGO Y CONTROL

“Mis amigos empezaron a beber a los 14 años, pero a mí no me atraía mucho. Cuando luego se empezó a extender más ya ni te lo planteas, pero llegué a la conclusión de que lo hacían para encajar más en el grupo y no me parecía adecuado. Yo ya entonces por orgullo decidí no beber. Me parece algo antinatural, tanto el beber como el fumar” (Varón 18 años).

¿Cómo explicar que dentro de una misma generación, dentro de un mismo grupo de amigos unos opten por el consumo de drogas para lograr sus objetivos mientras que otros las rechazan? ¿Qué elementos explican esa diferencia? ¿Qué ideas, creencias, normas o memes son los que permiten a algunos jóvenes ser inmunes ante el consumo, y en un contexto donde la norma es consumir?

Los jóvenes sobrios cuestionan el alto valor que otros jóvenes dan a las drogas, cuestionamiento que no es nada fácil en la sociedad española actual. El prestigio otorgado al ocio, diversión, evasión, espectáculo y placer, podría definir a la sociedad de principios del siglo XXI como “la sociedad que mira a Eros”. Uno de los acontecimientos es la eclosión de un gran espacio recreativo como regulador de la vida social e individual, como ámbito de socialización y formación de la identidad de los jóvenes y sobretodo como un motor cada vez más sustancial de la economía. En las actividades recreativas también hay riesgos, siendo el consumo de drogas y sus consecuencias la cara más visible. Las drogas pueden verse como una moneda con dos caras, en una está el riesgo y en la otra el placer, esa doble faceta es lo que las hace atractivas, fascinantes y peligrosas. Eso siempre ha sido así. Por ello es tan importante cómo se construye la norma de cómo se debe consumir. Es muy ilustrativa la afirmación que hizo Rolan Barthes (1957) “Saber beber es una técnica nacional que sirve para calificar a los franceses en probar que saben comportarse, se saben controlar y son sociables”.

Los expertos en investigar la dinámica que acompaña al consumo de drogas tienen muy en cuenta la percepción del riesgo como instrumento para medir los cambios en la conducta de consumo. Se sabe que la percepción del riesgo es uno de los factores más determinantes ante la decisión de consumir o no consumir. Becoña (2002) propone tres elementos como los más importantes asociados a la baja percepción del riesgo en los jóvenes actuales ante el consumo de drogas. Estos son: 1) el ser joven, ser una persona llena de vitalidad y fuerza; 2) los medios de comunicación de masas

con su machacón mensaje de que el mundo es de los jóvenes, que éstos lo pueden conseguir todo y son casi invencibles (e invisibles ante el mal) y los posibles males o problemas que puedan surgir en su mundo circundante a ellos no les van a afectar, con excepciones puntuales; y, 3) el surgimiento de la vida recreativa como un elemento más de consumo, de negocio y que identifica las actividades realizadas en ellas con la juventud, el vigor, la belleza, el bienestar, la satisfacción y el placer.

La valoración que los jóvenes hacen de las drogas está muy influenciada por dinámicas culturales y sociales. Los jóvenes negocian con esas dinámicas y dan significados a las drogas, asociándolas a elementos negativos (riesgo, peligrosidad, adicción, delincuencia) o bien positivos (diversión, salud, placer, ecología, libertad individual). Para algunos los efectos negativos más inmediatos son síntomas suficientes para abandonar el consumo, como se puede leer en el siguiente comentario:

“En mi grupo empezaron a fumar a los quince años, cuando empezamos a salir. Algunas se picaron y siguen fumando. A mí me dio un ataque de tos el día que lo probé y nunca más”. (Mujer 20 años)

Para otros la búsqueda de algo muy valioso en las drogas les incita a seguir consumiendo y a no tener en cuenta esa barrera de posibles síntomas negativos que sirven de advertencia. Y es evidente que las drogas se han intrudido en la sociedad española como un potente motor de la diversión, como las mejores aliadas de una generación buscadora de sensaciones dentro de estructuras creadas para ello (Oleaque 2003). Como bien explica Oleaque el consumo de drogas está vinculado a un determinado tipo de diversión y a un espacio recreativo que en estas dos décadas se ha ido extendiendo y dominando. Asumir esa extensión y la hegemonía de un estilo de diversión no se da por hecho el concepto o meme de que el consumo de drogas está ‘normalizado’, si con ello se da entender que es ‘lo normal’, lo que todo el mundo hace y que no se puede cambiar. Existe una controversia en el ámbito anglosajón acerca de la normalización del consumo de drogas entre los jóvenes. Algunos autores apuestan por considerar que los jóvenes las consideran un elemento integrado en su entorno (Parker et al. 2002) mientras que otros muestran que una parte importante del colectivo de jóvenes las rechaza, actúan en contra de su consumo en el entorno, lo que demuestra que no son sustancias ‘normales’ (Wibberley y Price 2000). Pero lo que sí es cierto es que las drogas están aquí, son parte de la realidad social y los jóvenes adoptan decisiones y conductas ante ellas; y que ha aumentado extraordinariamente la tolerancia hacia su consumo recreativo. En ese sentido sí se ha producido un cambio que algunos llaman ‘normalización’.

Es indiscutible que las drogas se consumen porque se valoran en positivo sus efectos, se han convertido en una tecnología eficaz con un estilo de diversión y una forma de relación con el placer. Para algunos, las drogas contribuyen a una mayor expansión y experiencia de diversas sensaciones y emociones. Las drogas se adaptan muy bien a los nuevos estilos de vida e incluso a la nueva estructura económica y de acceso a ideales (Rifkin 2000). Y como elemento que ya forman parte de la sociedad y del contexto de los jóvenes las drogas contribuyen a crear identidad, una de las formas

es diferenciando entre los que consumen y los que no consumen. Analizar el binomio drogas-riesgos es fundamental para adoptar posiciones ante las drogas. Para un no-consumidor, la mirada a sus cohetáneos metidos en el consumo es una mirada al lado feo y triste de la vida:

“Cuando voy por el Parque por las mañanas a las nueve, está todo que digo: ¡¡Dios mío!! Y son críos de 18 años. Me dan pena, beben porque no saben qué hacer, o bien por los amigos, y a mí eso me da tristeza.” (Varón de 23 años).

Pero esa visión no es compartida por la mayoría de jóvenes. Otros ven diversión y libertad en el parque lleno de basura de los restos del botellón y de jóvenes intoxicados. La distancia entre una mirada y otra es el recorrido que separa a los consumidores de drogas de los “sobrios”.

El discurso de los jóvenes ante las drogas y sus riesgos es complejo pero sustancial para entender al colectivo que no consume, un colectivo aun mayoritario en la sociedad española, un colectivo que con su actitud demuestra que hablar de ‘normalización’ es una exageración además de un intento de negar su existencia. El camino analítico que nos planteamos para entrar en esa complejidad es partir de dos interrogantes. Una cuestión es por qué hay jóvenes que no consumen a pesar del poder y atracción de las drogas en el contexto de la diversión. Al tiempo, otra pregunta plantea la situación inversa, por qué hay jóvenes que consumen a pesar de saber los riesgos que corren. El análisis mantiene esa doble dialéctica entre dos actitudes opuestas que se contradicen con dos postulados lógicos. Son por supuesto dos lógicas que van a persistir y que están destinadas a interactuar.

4.1. CONDUCTAS DE RIESGO

En el capítulo 2 se ha mostrado que una frontera clara entre los dos colectivos es la relación con las conductas de riesgo. Claramente los que son sobrios han desarrollado una mayor capacidad de autoprotección o por lo menos son más prudentes o con menos necesidad de complicarse la vida. Ello se hace evidente también en su actitud hacia la conducción, la conducta delictiva y la toma de medidas de protección ante la sexualidad; y en especial ello se observa por su actitud precavida ante el consumo de drogas.

Conducir vehículos bajo los efectos del alcohol o viajar en un vehículo conducido por alguien que ha bebido son las conductas de riesgo más practicadas por los consumidores y una de las conductas que más les diferencia del no-consumidor. En la Tabla 4.1. puede verse que el 40% de los consumidores ha conducido bajo la influencia del alcohol mientras que entre los no consumidores lo ha hecho el 7%; el 83% de los consumidores han viajado en un vehículo conducido por alguien bajo la influencia del alcohol, a diferencia de un 44% de no-consumidores que también lo ha hecho. La historia de haber realizado alguna vez o no estas conductas predice por sí sola más de dos de cada tres personas de la muestra ser o no consumidor de drogas. También es curioso y paradójico que los consumidores de la muestra afirman que prevendrían a un

amigo en contra de conducir bebido y están a favor de penalizar la conducción bajo los efectos del alcohol, cuando es una práctica que ellos realizan. Ello muestra una vez más la enorme distancia entre los ideales y los hechos.

Tabla 4.1: Actitud ante algunas situaciones de riesgo, según consumo

Situaciones de riesgo en que se ha participado o se participaría en el futuro	Total %	Consumo	
		No-consumidores	Consumidores
Sí, he conducido bajo los efectos del alcohol	23,3	7,1 ***	40,1
Sí, conduciría bajo los efectos del alcohol si se diera la ocasión	21,4	5,2 ***	38,1
Sí, he subido a vehículos de amigos que conducen tras haber bebido	63,1	43,6 ***	83,1
Sí, subiría a vehículos de amigos que condujeran tras haber bebido	34	13,6 ***	54,8
Sí, aceptaría subir a un vehículo conducido por alguien que ha consumido drogas	27	7,6 ***	47,3
Sí se diera el caso, impediría que algún amigo condujera tras haber bebido	89,9	91,2	88,6

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

Los consumidores de drogas en este estudio se implican con más frecuencia en situaciones de riesgo, en actos como conducir vehículos sin licencia, dañar o romper cosas en lugares públicos, hurtos (llevarse cosas sin pagar de lugares comerciales), y violencia (pelearse con personas que no son de la familia).

Otra conducta de riesgo que diferencia los dos grupos está en relación a la conducta sexual. Muy claramente los consumidores dan más importancia al sexo como uno de los componentes del salir de marcha (22,4% no consumidores vs. 42,3% los consumidores). Existe un fuerte vínculo entre el consumo de drogas y la conducta sexual de riesgo. En nuestro estudio, ser consumidor de drogas está en relación con:

1. ser más proclive a practicar sexo
2. ser más proclive a practicas homosexuales
3. haber tenido la primera experiencia sexual a edades más tempranas
4. tener en el momento de la encuesta más parejas sexuales
5. utilizar con menor frecuencia preservativos en las relaciones sexuales

Analizar la sexualidad, la diversión y el consumo de drogas por separado lleva a ignorar la forma en que los jóvenes integran ambas conductas en su vida social. Al valorarlas en conjunto se aprecian mejor algunos de los problemas que aparecen y esta visión permite elaborar nuevos mensajes orientados a la prevención, tanto de em-

barazos no deseados, como de enfermedades de transmisión sexual, como de mayor control individual de la sexualidad en el aspecto más emocional.

Los conceptos de riesgo van unidos a las etapas evolutivas del ser humano. En nuestra sociedad y en otras se asume que es lógico que los adolescentes cometan excesos y se arriesguen. Jessor define el riesgo como "cualquier conducta que puede comprometer aquellos aspectos psicosociales del desarrollo exitoso del adolescente" (Jessor 1991: 599). Las conductas de riesgo que considera que atañen directamente a los adolescentes son las conductas problema, las conductas relacionadas con la salud y la conducta escolar. El riesgo es parte de la definición de la adolescencia, por lo que muchos adultos adoptan una actitud muy tolerante ante situaciones de riesgo de los jóvenes. De hecho, el riesgo es un elemento necesario en el proceso vital. Si el riesgo es controlado, o está en unos niveles normales, la persona puede aprender nuevas conductas, perfeccionar las que tiene o adquirir nuevas habilidades. Conforme se aprende a evaluar el riesgo, una persona puede ir superando situaciones nuevas y a veces difíciles. En la vida hay que ir tomando continuamente decisiones. Saber donde están los límites del riesgo es importante porque en la práctica hay que aprender a gestionarlo para tomar decisiones sin estar totalmente seguros del resultado. El sistema social, las normas sociales y más concretamente el proceso de socialización, se encargan de enseñar todos estos elementos, aunque en ocasiones este proceso puede comprometerse si la exposición al riesgo es excesiva o no se aprende a controlar.

La percepción del riesgo y la vulnerabilidad al daño son aspectos centrales en muchas de las teorías psicológicas sobre la conducta de riesgo (Cumming, Becker y Maile 1980; Rogers 1984; Weinstein 1993). A pesar de ello resulta difícil explicar los factores que determinan la baja percepción del riesgo asociado a una conducta arriesgada. Los psicólogos cognitivos e investigadores sobre los procesos de decisión han puesto de manifiesto una serie de impedimentos que dificultan una toma de decisiones racional (Leigh, 1999). La capacidad de las personas para calcular el riesgo es pobre. Más aún, cuando la persona infravalora la propia vulnerabilidad a una variedad de eventos desgraciados, incluidas las consecuencias dañinas del consumo de alcohol y drogas. Esta tendencia es aún más fuerte para situaciones más estigmatizadas y para aceptar resultados que se suponen más controlables, y las consecuencias del consumo de alcohol y drogas reúnen ambas características. Estos sesgos y el déficit en la percepción de los riesgos asociados al uso de drogas pueden ser también consecuencia de distorsiones en el procesamiento de la información y estar afectadas por el consumo regular de alcohol y otras drogas. Además, parecen ser resistentes al cambio a través de la exposición a intervenciones educativas sobre drogas. Pero sea como sea hay jóvenes que adoptan más conductas de riesgo y esas conductas deben valorarse como parte del camino hacia la madurez, como un componente de la personalidad.

4.2. NORMAS LEGALES Y SOCIALES ANTE LAS DROGAS

"Ellos te lo ofrecen porque piensan que lo divertido es tomarse una copa más y si se sienten bien contigo ese ofrecimiento es lo mejor que pueden dar, ni más ni menos. Es generosidad". (Varón 24 años).

La norma ante el consumo en la relación entre los dos colectivos es valorada de distinta forma. La actitud más favorable de los adolescentes y jóvenes abstinentes hacia el control legal de las drogas se convierte claramente en otro elemento clave diferenciador respecto al colectivo de consumidores de drogas. Un primer aspecto a tener en cuenta es que la cuestión de las drogas preocupa más entre los primeros (88,2% vs. 43,3% de consumidores que expresan esa misma preocupación), los no consumidores suelen manifestarse más favorable en casi todas las afirmaciones hacia la necesidad de un mayor control (Tabla 4.2). Entre los jóvenes que no consumen drogas hay un mayor porcentaje a favor de penalizar la conducción bajo los efectos del alcohol (96,3% vs. 87%) aunque a este control también se adhieren la mayoría de consumidores; los que no consumen drogas están en su gran mayoría de acuerdo en que el consumo de drogas debe ser regulado (87,7% vs. 56,2%) y debe sancionarse el consumo público de las drogas ilegales (78,8% vs. 30,7%). Su actitud también es más favorable hacia la restricción de la venta de alcohol a menores (85,5% vs. 54,9%); y hacia el castigo del consumo en lugares públicos de alcohol (56% vs. 17,2%); Todo ello tiene evidentemente abundantes repercusiones prácticas sobre el uso de la normativa legal en términos preventivos.

Actitudes normativas hacia el consumo de drogas y alcohol	Total %	Consumo	
		No-consumidores	Consumidores
Se debe penalizar la conducción bajo los efectos del alcohol	92,2	96,3 ***	87
El consumo debe estar regulado	72,2	87,7 ***	56,2
Me parece preocupante	71	88,2 ***	43,3
Debe existir restricciones sobre el consumo de alcohol a menores.	70,4	85,5 ***	54,9
Estoy bien informado sobre la normativa	59,4	52,9 ***	65,9
Debe sancionarse el consumo público de las drogas ilegales	55,2	78,8 ***	30,7
La legislación sobre drogas debería ser menos exigente	49,8	25,7 ***	74,4
Debería sancionarse el consumo de alcohol en la calle	36,9	56 ***	17,2

*** = p exacta (Chi cuadrado) < 0,001.

Pero en buena parte lo que ocurre en la sociedad española es que las normas legales conviven con otras normas sociales. Puede decirse que las normas legales están cediendo fuerza práctica frente a la legitimación social que en algunos ambientes está adquiriendo el uso de drogas legales e ilegales por parte de los consumidores de drogas. Hay que considerar el hecho de que la normativa legal pueda estar influyendo poco en la toma de decisiones acerca de las razones que llevan a consumirlas. La legitimación social (a pesar de la ilegalidad) de las sustancias se está convirtiendo en un motor que puede ser más potente que el estatus de legalidad o no, logrando neutralizar los efectos de la ley, o más bien creando una situación de legalidad informal dentro de ciertos colectivos.

Paralelamente a esta legitimación social del uso de drogas ilegales y del abuso de las legales, tenemos que tener en cuenta los intereses de la industria. Los mensajes que se transmite a los jóvenes a través del marketing comercial y que crean expectativas en los jóvenes acerca de algunos ideales y los define. La libertad, la independencia, enfrentarse a retos, decidir por uno mismo sin trabas exteriores, son valores frecuentes que la publicidad utiliza para vender las drogas legales, y indirectamente las ilegales, ya que los mismos argumentos sirven para unos y otros.

La posibilidad de poder consumir cada vez más y que la oferta sea más diversa da la sensación de que se amplía las posibilidades de libertad de los ciudadanos. Pero también existen elementos de promoción cultural de las drogas ilegales, lo cual es muy evidente en el caso del cannabis actualmente en España. Como resultado de ello el cannabis se asocia a la ecología, la espiritualidad, la tolerancia y al diálogo intercultural, de la misma forma que la cocaína se vincula al éxito, a la acción, a la superioridad; el éxtasis al amor y a la amistad; o los hongos a la sabiduría de las tribus primitivas; el tabaco a la aventura y libertad; el alcohol a la fiesta, a las celebraciones. Todos esos vínculos que han sido creados a través de discursos de legitimación se han instalado en el imaginario de muchos jóvenes y actúan como memes de apoyo al consumo, como neutralizadores del discurso preventivo.

4.3. EL AUTOCONTROL. EL IDEAL DE TODOS

“Para mí, si no consumo es porque soy más responsable. El no consumir me permite llegar el lunes y no ver a una persona a quién he podido hacer algo malo o le he dicho cualquier burrada. El no consumir me permite estar más consciente y no ir haciendo el ridículo”. (Varón 22 años).

El argumento más rotundo que alegan los que se mantienen sobrios está en la línea de ‘quiero ser yo mismo’. Lo afirman como si el consumir drogas significara introducirse un ente extraño que va a tomar posesión de su mente. A los no consumidores de drogas esa idea no les seduce en absoluto, más bien les aterra y la rechazan. El deseo que sienten de mantener el control de sí mismos los posiciona en contra del consumo de drogas como una medida de seguridad y de autoprotección.

“Quiero vivir con conciencia, estar completamente consciente de lo que hago, ser yo mismo y tener mi vida bajo control” (Varón, 25 años).

Mantener el propio control es por tanto una necesidad básica y fundamental para la mayoría de jóvenes que optan por no-consumir drogas. En muchas ocasiones se trata de jóvenes con plena conciencia de que contribuyen a construir su propia existencia como individuos y también saben que con su actitud influyen en su contexto. En otras ocasiones la necesidad de control es debida sobretodo a su inseguridad, al miedo a lo desconocido, a no poder controlar, a la falta de habilidades sociales. Muchos no-consumidores simplemente no consumen porque no tienen la necesidad de hacerlo, así lo manifiestan, son menos buscadores de sensaciones, y ello les facilita el autocontrol ante las drogas.

El control lo experimentan como el dominio que tienen sobre sus actos y en la interrelación con las otras personas. Como decía ya tempranamente Skinner “cuando un hombre se autocontrola, decide realizar una acción determinada, piensa en la solución de un problema o se esfuerza por aumentar el conocimiento de sí mismo, está emitiendo conducta. Se controla a sí mismo exactamente igual que controlaría la conducta de cualquier otra persona, mediante la manipulación de variables de las cuales la conducta es función” (Skinner 1953, 1969: 24). En el campo del autocontrol un concepto central es el de la gratificación. Se consideran dos tipos de gratificación o de refuerzo: la inmediata y la demorada. Precisamente la propia definición de autocontrol indica que cuando se demora el refuerzo se está ejerciendo autocontrol; cuando no se demora no. Consumir drogas tiene consecuencias inmediatas relacionadas con la diversión y la obtención del placer, es experiencia del presente. Los jóvenes sobrios saben abstraerse de esa tentación de búsqueda de efectos inmediatos debido a que valoran sus consecuencias, a que ceder a esa tentación supone para ellos renunciar al autocontrol, y a que esa conducta les va a impedir el logro de otros beneficios a más largo plazo. Su apuesta es por otro estilo de diversión y de placer.

La cuestión del autocontrol es fundamental para la prevención ante las drogas. Una de las conceptualizaciones actuales más claras y útiles sobre el autocontrol es la de Logue (1998), parte de la asunción básica de que la impulsividad es lo opuesto al autocontrol. Lo cierto es que en nuestra vida tenemos que tomar frecuentemente decisiones que implican optar por algo inmediato o algo diferido. Cuando la persona opta siempre o casi siempre por lo inmediato, aunque lo que más le apetece es lo diferido, no está ejerciendo autocontrol, o puede que esté actuando impulsivamente. La clave del autocontrol es la demora del refuerzo para la obtención de un resultado. Normalmente se demora un refuerzo pequeño o de baja magnitud para lograr en el futuro un refuerzo importante de mayor magnitud. Un ejemplo típico ocurre en el estudiante universitario que tiene que decidir no salir de macha durante la época en que tiene que preparar exámenes. Cumple con la norma porque sabe que si aprueba le quedará libre el verano y a lo largo de él podrá divertirse más, tener todo el tiempo para sí mismo y no estar preocupado por estudiar a diferencia de si hubiese suspendido. Pero, además, si va aprobando año a año todas las asignaturas podrá finalizar una carrera que le permitirá ganarse la vida y, si además, estudia lo que le gusta, sentirse

realizado en aquello que va a marcar su vida futura a nivel laboral, económico y a otros niveles sociales. El autocontrol se basa en la mayor o menor importancia que el refuerzo tiene para la persona, en el mayor o menor tiempo de retraso del refuerzo y de los resultados positivos o negativos que se obtengan (Logue 1998). Desde ese análisis se puede valorar otro elemento que ayude a explicar la distinta actitud de consumidores de drogas y sobrios, los primeros tienden más hacia la inmediatez, los segundos saben postergar el logro final. Esa diferencia les permite utilizar distintas estrategias para lograr lo que buscan.

Pero la cuestión del control es más compleja porque el control es un ideal que se extiende a todos los jóvenes, tanto los que consumen drogas como los que no consumen. Todos creen que controlan. En nuestra cultura el control sobre uno mismo es un componente positivo y muy presente en la socialización. La pérdida de control o la impulsividad se vincula con la agresividad, dependencia, la locura e incluso con la delincuencia. Mantenerse bajo los parámetros de la racionalidad es una forma de demostrar una actitud madura. Por ello, y paradójicamente, incluso los consumidores de drogas utilizan como argumento su control para legitimar el consumo. Los jóvenes consumidores de drogas son conscientes de que el consumo sí puede ser perjudicial pero a pesar de ello consumen. El argumento para hacer frente al riesgo de perjudicarse la salud es que ellos están ejerciendo un control del consumo. La relación con las drogas la convierten en un argumento para demostrar que controlan su vida, de que ellos deciden lo que quieren hacer, saben asumir riesgos, porque creen que sin el riesgo no se avanza ni se descubren nuevas posibilidades. Los consumidores creen que con el consumo de drogas tienen una experiencia de la vida más completa (Tabla 3.1) y por ello vale la pena correr riesgos para conseguir ventajas. Se trata de 'saber beber', de 'saber vivir'. Perseguir con ello ser 'consumidores inteligentes'. Existe actualmente una importante controversia ante esa idea o meme del 'consumo inteligente' que algunos analistas la apoyan (Decorte 2000) y de hecho las estrategias de reducción del daño se apoyan en ese ideal. Sin embargo, el consumo masivo que practican actualmente los jóvenes hace cuestionar el alcance del llamado consumo inteligente (Calafat et al. 2001). El 'consumo inteligente' se ha convertido en un meme que puede estar actuando como neutralizador que elimina las defensas ante el consumo. Es legítimo perseguir ser un consumidor inteligente y de hecho algunos jóvenes lo logran. El problema es para los que no lo logran y nadie les ha advertido de que esto les puede pasar. Existe el mito de Icaro que ayuda a entender el dilema.

Algunas estrategias que utilizan los consumidores para ejercer control sobre sus consumos se pueden ver en la Tabla 4.3. La primera cuestión 'yo consumo solo lo que quiero' a la que se adhiere el 95% de los jóvenes consumidores define bastante bien cual es el sentir general: todos o casi todos controlan o creen controlar ¿qué ocurre cuando se emborrachan? ¿Se ha previsto llegar a ese extremo o se llega porque se escapa al control? Posiblemente hay las dos cosas. La Tabla 4.3 ofrece varios ejemplos de la propia capacidad de control.

Dejar de lado el sentido común, salirse de los parámetros racionales, exteriorizar los problemas, ser más extrovertido, son pautas de conducta que requieren superar límites. Es evidente que todos esos logros son positivos, lo que resulta para los jóvenes

Tabla 4.3: Estrategias que utilizan los consumidores para controlar el consumo	
Estrategias de control del consumo	Total %
Yo consumo solo lo que quiero	94,8
Si me paso con la bebida sé que los amigos me ayudarán	93,1
Conozco mi cuerpo y sé cuando dejar de consumir	87,9
En caso de que me inviten a un porro si ya he fumado mucho sé como decir que no	79,0
En caso de que me inviten si ya he bebido mucho no me cuesta nada decir que no	77,8
Si consumo más de lo permitido no conduzco	68,9

abstemios es el comportamiento bajo los efectos de la sustancias, bajo la embriaguez, intoxicación o pérdida de control. Romper límites y superarse puede ser positivo, placentero y trascendente para un abstemio solo si se logra por uno mismo, pero cuando esto se consigue bajo los efectos del consumo de drogas la imagen del consumidor resulta esperpéntica, un absurdo, un sin sentido.

Conversación entre jóvenes que no consumen drogas:

Mujer (20 años): **"A mí me encanta bailar y hacer el loco. A veces mis amigos no quieren ir a bailar hasta que no han cogido el punto. Quieren estar un poco colocados. Necesitan beber para divertirse. No deja de ser triste el necesitar de algo externo para poderte divertir".**

Mujer (18 años): **"Tengo amigos que cuando no pueden beber no salen. Les parece aburrido salir sin poder beber".**

Varón (23 años): **"El alcohol da sensación de euforia. Por eso la gente lo necesita para lanzarse".**

Mujer (20 años): **"Pero es una falta de personalidad. Uno tiene que tener el valor para bailar, para ligar cuando está sobrio, y no solo cuando bebe".**

Mujer (18 años): **"A mí lo que me hace gracia es el día después de la superborrachera, los comentarios que se hacen. Tengo amigos que les encanta fardar de ir super pedos, te lo cuentan con pelos y señales. He oído conversaciones de veinticinco minutos sobre cómo fue el pedo de la noche anterior".**

Varón (23 años): **"Ellos experimentan la vida con alcohol, como otros explicar que se han ido a esquiar. Ellos explican la aventura a partir de los sitios donde han ido y por las copas que han tomado".**

Mujer (20 años): **"El colmo es cuando te dicen ¡¡qué bien que me lo pasé ayer. No me acuerdo de nada!! No entiendo que puedan divertirse así. En la parada del autobús el otro día dos amigos se contaban la fiesta del día anterior. Uno le decía al otro que se habían tomado dos botellas de vodka y lo último que recordaba era cuando iba al baño. Los amigos le contaron que se lo encontraron tirado en el wc y que le tuvieron que hacer vomitar y no sé que cosas más, pero que él no se acordaba de nada y que se lo pasó bomba".**

La relación con el autocontrol es distinta para consumidores de drogas y sobrios. Los primeros pretenden controlar la situación pero también juegan con la idea de salirse de los límites. Las sustancias les ayudan en ese juego. Por el contrario quienes optan por no consumir drogas definen sus límites dentro del control consciente, se sienten más cómodos con esos límites que son percibidos como señales de alarma para la propia integridad más que como límites a la propia actuación, tienen menos necesidad de transgredirlos y cuando lo hacen es para lograr otras estrategias personales y sociales distintas al placer inmediato, a la fuga temporal de la realidad.

En conclusión, jóvenes consumidores de drogas y jóvenes que no consumen desean tener bajo control las drogas, unos elaboran estrategias que les permite afirmar que ellos ejercen control aunque consuman. *Los sobrios sitúan el control en otra perspectiva, consideran que entrar en el consumo aunque controlado es una forma de estar bajo la influencia y la lógica de las sustancias, la verdadera forma de control para ello es mantenerse alejado de las consecuencias del consumo, que son vistas como netamente negativas desde su perspectiva.*

4.4. ESTRATEGIAS DE AFRONTAMIENTO ANTE EL CONSUMO

"Yo, sin exagerar, cada vez que salgo tengo que rechazar una media de siete porros, ocho cervezas, unas cuantas rayas y no sé cuántas cosas más, y eso cada noche. Y sin contar los que se van a la barra y te piden una cerveza y te la ponen en la mano. Lo hacen sin querer" (Varón 24 años).

Este es un tema crucial. Los que no consumen cuando salen de marcha entran en ambientes donde la norma social prevalente es consumir drogas, ya sean legales o ilegales. Mantenerse sobrio es, en algún sentido, una forma de transgredir el ritual, de

mantenerse fuera, de ser distintos. ¿Cómo sobreviven en esos ambientes sin consumir? Ellos mismos explican algunas estrategias:

“Yo lo que hago es mentir directamente, me pongo naranjada en el vaso y cuando me preguntan les digo que sí, que en eso estoy, y tomo naranjada o coca cola. Ellos felices y no tenemos que discutir” (Varón 24 años).

“Indirectamente buscan que te solidarices con ellos. Tengo amigos que consumen coca y cuando me invitan a una rayita en vez de decirles que no quiero, que paso de ese rollo les digo: “no, hoy no me apetece” así dejas implícito que sí tomas y ellos se sienten mejor, se quedan más tranquilos”. (Varón 22 años).

Entre estos jóvenes y adolescentes sobrios también encontramos evidencia consistente de este componente de identidad que consiste en definirse social y personalmente como persona no consumidora de drogas. El Gráfico 4.1 presenta los resultados

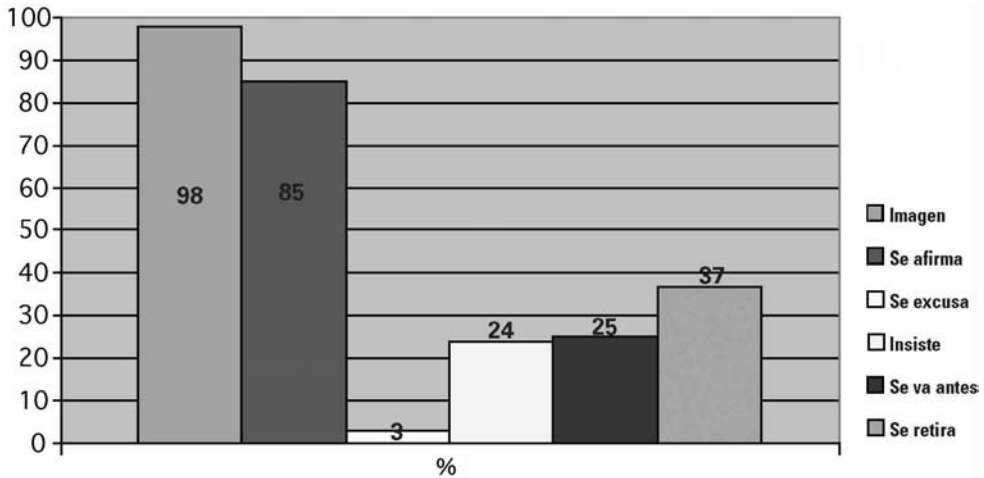


Gráfico 4.1: Componentes de la identidad (“self”) de los no consumidores de drogas

Estos jóvenes hacen frente a la presión social directa e indirecta hacia el consumo a través de distintas estrategias. El gráfico muestra que la mayoría de ellos afirman que sus amigos saben que no consume drogas ni alcohol (imagen), que se han afirmado públicamente como no-consumidores (se afirma), y que son muy pocos los que utilizan excusas para no consumir drogas. Uno de cada cuatro de estos jóvenes sobrios se ve en la necesidad de insistir repetidamente en su rechazo a la presión social hacia el consumo (insisten) y de dar por finalizada su diversión antes que los otros jóvenes para no consumir (se van antes). Más de uno de cada tres se ha visto en la necesidad de emplear la evitación ante la insistencia de la presión social hacia el consumo (se

retira). La gran mayoría afirman que les resulta relativamente fácil rechazar invitaciones para consumir cannabis (93%) y alcohol (87%). No obstante, el 60% ha tenido que poner en marcha una o más de estas estrategias de afrontamiento basadas en la justificación de su no-consumo, rechazo repetido de la presión social o de evitación de los espacios recreativos, ante la presión social hacia el consumo de alcohol y drogas en estos entornos.

“(Varón 20 años) “-La presión es la que uno se mete a sí mismo. Si uno es como es no tiene porque beber aunque los amigos beban. Si son amigos de verdad lo van a seguir siendo. Pero si uno piensa que por no beber es raro...”.

(Mujer 18 años) “-Pero a veces sales con gente que no son realmente tus amigos, cuando te estas creando amigos y vas con gente nueva. Entonces es cuando piensas ¿cómo voy a no beber si ellos beben? ¿Cómo no voy a fumar un porro? Y eso se da muy a menudo”.

Consumidores y no consumidores han de convivir. Interesa profundizar en la naturaleza y las consecuencias de esta convivencia. En los ambientes recreativos la norma es ‘consumir’ y el no-consumidor debe situarse en una actitud defensiva ¿han de ser así la realidad? Posiblemente esa realidad no es fácil de cambiar. Puede servir como ejemplo lo que está ocurriendo con el tabaco, se han pasado por unos años en que la posición de los consumidores era ‘la norma’ mientras los no-fumadores debían subordinarse sin protestar a la norma. Esta realidad está cambiando con fuerza y no tan solo desde el ámbito legal sino con un importante apoyo social. Incluso en algunos países europeos fumar en bares y discotecas ya no se hace. esos cambios hacen posible pensar en cambios que favorezcan un equilibrio normativo donde se contemplen necesidades de distintos colectivos. Ese equilibrio empieza a ser imperante en el espacio recreativo hegemónico.

5. PROGRAMAS DE PREVENCIÓN EN EL ÁMBITO RECREATIVO

El consumo de drogas en el ámbito recreativo hegemónico, especialmente el alcohol, cannabis y las drogas sintéticas, se está convirtiendo en parte de la normalidad. A pesar de ello no se puede decir que exista una política preventiva de dicho tipo de consumos muy desarrollada, consensuada, con objetivos claros, y, mucho menos, evaluada. Por el contrario, lo que está ocurriendo es que la cultura recreativa hegemónica está expandiéndose y es cada vez más aceptada como un ingrediente más de la vida moderna, lo cual –junto a elementos positivos- implica muchas veces un mayor uso de alcohol y otras drogas, así como un aumento de otras conductas de riesgo (sexo sin precauciones, conducción habiendo bebido o consumido drogas...) por parte principalmente de la juventud. Las drogas se convierten, sobre todo en algunos subgrupos juveniles, en un elemento de identidad personal y grupal y en elementos de socialización. Hay ambientes en los que los jóvenes sólo reciben mensajes que transmiten la idea que el consumo de drogas recreativas es seguro, aceptable, prestigioso e incluso es beneficioso en la consecución de logros sociales y satisfacción de las necesidades personales.

Vista esta nueva situación en expansión, cada vez más globalizada y con una potente industria que lo alienta, no se puede esperar que una política preventiva se limite únicamente a medidas muy concretas y puntuales –como podrían ser mejorar la información o la capacidad de decisión de los jóvenes-. Lo que está en juego es todo un cambio cultural que afecta a la concepción de la vida, a la creación de ideales, al desarrollo de pautas concretas de interrelación, a lo que se entiende por diversión,..., por parte de los jóvenes. Además de programas dirigidos a aspectos concretos que puedan preocupar –uso de preservativos, formación de los profesionales de las discotecas,...- y que son muy importantes, será necesario también que se investigue y que se intervenga sobre todos aquellos elementos que introduzcan cambios en la cultura recreativa y del tiempo libre de los jóvenes que consigan que el consumir drogas sea una cuestión menos central y menos estructurante.

En este sentido es importante entender que la forma de divertirse es un hecho que pertenece al ámbito de lo cultural y está sujeto a cambios. Hay que tener en cuenta la perspectiva histórica de cómo se ha ido formulando la diversión y el tiempo libre en nuestra sociedad actual, y ver los cambios como productos de diversos condicionantes sobre los que, en principio, se puede intervenir. Existe un elemento clave en esta evolución que es la tremenda importancia, capacidad y poderío que ha ido adquiriendo la industria recreativa. Dicha industria, en este caso, no se limita a proveer un servicio,

sino que –y mucho más importante- se encarga de ofrecer una visión dinámica, activa, creativa y alentadora del consumo y de la fidelidad. Está definiendo en último termino lo que debe ser la vida recreativa de los jóvenes. No estamos ante un grupo de jóvenes que espontáneamente reivindican un determinado estilo de vida y de diversión, sino ante una industria que crea necesidades entre los jóvenes dentro de una dinámica de consumo.

Prevenir, desde esta perspectiva, no puede limitarse pues a medidas puntuales que den apoyo a determinados adolescentes y jóvenes que presentan una mayor vulnerabilidad. Lo que está en juego en realidad es toda una dinámica cultural, que cuenta con múltiples medios de expansión, justificación y transmisión. El hecho real, sin embargo, es que no suele existir ni en la sociedad, ni en las políticas y programas preventivos actuales un verdadero cuestionamiento o interpelación de esta cultura recreativa. Todo lo contrario, la mayoría de programas preventivos se basan en un estricto respeto de la lógica recreativa actual y sólo tratan de proveer a los usuarios en situación de riesgo por consumo de drogas de elementos de información y de habilidades para afrontar con menos riesgos su comportamiento recreativo y de uso de drogas. No cabe duda de que el posibilismo y el pragmatismo tienen que ser elementos que guíen la prevención, pero eso no debe impedir un cierto análisis crítico del contexto. Si alguien se encuentra en medio de una corriente de agua, su primer deber será nadar para mantenerse a flote, pero también le será muy útil analizar en qué dirección le conviene nadar para que sus esfuerzos no sean inútiles e incluso contraproducentes a medio plazo.

A pesar de que prácticamente no existen evaluaciones –o quizás precisamente debido a ello- sobre la eficacia de los programas preventivos que se vienen aplicando, existe en ocasiones mucha vehemencia en su aplicación y defensa, como si, por lo menos para algunos, estuviese ya muy claro y definido hacia donde hay avanzar. Y, sin embargo, no es cierto que las cosas estén claras; no está consensuado –aunque algunos piensen lo contrario- un marco de abordaje de los problemas de la vida recreativa. Al no haber evaluación de los programas y de las políticas, nos movemos excesivamente en el terreno de la especulación, o de la ideología o de la buena voluntad. No es fácil para una sociedad en la que todo lo recreativo es visto tan positivamente y, donde hay tantos intereses económicos creados, introducir elementos críticos, pero es este ciertamente el camino preventivo.

Aprendiendo de la prevención escolar

Ya hemos hecho referencia a la importancia que tiene en la prevención el realizar un análisis crítico del contexto recreativo, pero no menos importante es que las actuaciones preventivas deben guiarse en todo lo posible por criterios científicos. Existe poquísima evidencia de evaluación empírica de programas específicos de prevención del uso de drogas recreativas. Donde hay más experiencia y más evaluación es en el área de la prevención escolar y convendrá que el diseño de programas destinados al área recreativa tengan en cuenta las dudas y las certezas que se han generado en este campo, después de varias décadas de experimentación y de muchos errores, pues es evidente que algunas de las lecciones aprendidas pueden ser validas en contextos distintos. No es este el lugar para realizar esta puesta en común entre la prevención escolar y la recreativa, pero si adelantaremos algunas de las cuestiones que nos parecen relevantes, y que tienen que ser tenidos en cuenta, como:

- En la prevención escolar se ha aprendido que la información es esencial en todo programa, pero no suficiente para cambiar actitudes y comportamientos. Sin embargo vemos que muchos programas preventivos recreativos descansan casi exclusivamente sobre este componente.
- La información es utilizada por los jóvenes muchas veces en función de la situación de consumo o no consumo del receptor de la información. Los consumidores tienden a interesarse exclusivamente por aquella información que no pone en entredicho su situación actual. De hecho muchas veces los consumidores tienen más información que los no consumidores.
- Los programas interactivos son los únicos que han demostrado su eficacia. Pocos programas preventivos recreativos se fundamentan en esta cuestión.
- Los programas no pueden ser puntuales, tienen que implicar y movilizar distintas instancias, necesitan prolongarse en el tiempo y tener sesiones de refuerzo. Esto evidentemente supone una mayor complejidad de los programas y muchos más medios. Sin embargo programas de moda, incluso entre los profesionales, como el testado de pastillas no cumplen con ninguno de estos requisitos.
- Los consumidores no demuestran el interés que cabría esperar por la prevención por diversos motivos (creen tener la situación controlada, tienen una visión positiva del riesgo y del consumo de drogas,...). Muchos programas preventivos presuponen o dan por descontado por el contrario que existe un gran interés por parte de los consumidores en consumir con menos problemas o de forma más moderada. En la práctica acaban siendo los consumidores moderados o los no consumidores quienes se interesan más por las cuestiones preventivas, y los que acaban siendo los destinatarios de la información preventiva, que sin embargo no está pensada en la mayoría de ocasiones en función de su situación.
- Las situaciones personales y de consumo son muy diversas y por consiguiente las necesidades preventivas pueden cambiar mucho. Sin embargo las actuaciones preventivas recreativas suelen ser bastante universales.

No parece, sin embargo, que se esté produciendo en el ámbito de la prevención recreativa este proceso de tener en cuenta toda esta experiencia acumulada. Ello depende de muy diversas razones entre las que están la mayor complejidad metodológica al tratarse de programas comunitarios, las insuficiencias económicas,..., pero también esto ocurre seguramente porque los intereses apuntan hacia otra parte. Lo que parece concentrar el máximo interés metodológico actualmente es que los programas o actuaciones no despierten el rechazo de los jóvenes consumidores. En función de este axioma casi único, lo que prima en las estrategias que se impulsan es que tanto la estética, como el tipo de lenguaje, como la forma de transmitirlo y hasta quien lo transmite sean elementos cercanos a la propia experiencia del consumidor. Ante este principio todo lo demás debe subordinarse. Sólo se puede trabajar con los consumidores asumiendo acríticamente su cultura. *A esta proximidad del emisor al receptor se le atribuyen todas las excelencias, pero ello supone también una limitación en las posibilidades de introducir mensajes y plantear cuestiones*, pues todo lo que no vaya a favor de corriente o que plantee algunos elementos críticos con la cultura dominante es rápidamente interpretado como proveniente de colectivos que conocen poco el terreno, la realidad del consumidor y sus estilos de comunicación. Esto hace que sean las aproximaciones basadas en la

‘reducción del riesgo’ las que han tenido hasta ahora casi la exclusividad de la prevención recreativa. Son muy importantes las aportaciones que han hecho a este campo este tipo de acercamientos –sobre todo en lo que se refiere a actuaciones sobre el setting– pero no creemos en absoluto que esto sea lo único que se puede hacer. Es más, creemos que este tipo de medidas si no se integran dentro de políticas más globales y con otro tipo de actuaciones, acaban teniendo un valor irrelevante.

Diversos colectivos juveniles, diversos objetivos y diversas metodologías preventivas

Como ya se ha mencionado existe una importante diversidad de colectivos, grupos y jóvenes en el ambiente recreativo. Es necesario subrayar que una parte de los jóvenes que participan en las actividades de ocio nocturno no son consumidores de drogas o son consumidores ocasionales y moderados como hemos visto a lo largo de este libro. Además las formas de divertirse presentan diferencias entre hombres y mujeres y según los grupos de edad. Por ello es importante valorar qué programas responden mejor a estos diversos colectivos. Pero también interesaría ver hasta que punto la prevención puede aprender y tomar como punto de referencia a estos colectivos más moderados en sus consumos y en la asunción de riesgos, para extraer estrategias, puntos de vistas sobre la diversión y el consumo de drogas, o por qué no, ver como poder utilizarlos como elementos preventivos -¿acaso los únicos compañeros que tienen los consumidores son otros consumidores?-. Promover la investigación sobre estos aspectos permitirá estar en mejores condiciones para influir sobre las subculturas juveniles. Uno de los aspectos fundamentales en este sentido será positivar la figura del no consumidor o del consumidor moderado. La socialización y la búsqueda del éxito social deberían estar menos ligadas al consumo de drogas.

Si algo debería estar claro en el discurso preventivo es la *utilidad de incrementar la percepción de riesgo asociada al consumo de drogas*, pues sabemos por diversos estudios que cuando esta percepción de riesgo baja aumenta el consumo y viceversa (Bachmann et al. 2002). Es imprescindible desarrollar programas de prevención que actúen en el contexto recreativo contrarrestando la influencia de dos aspectos claves: la falta de información o la información errónea encaminada a minimizar las consecuencias negativas derivadas del consumo por un lado, y, por otro, el valor positivo asociado a la asunción de riesgos, bien como algo inevitable, bien como elemento de prestigio social. Además, *‘retrasar la edad de inicio en las actividades recreativas que más se asocian al consumo de drogas’* (Calafat, Juan 2003) permitirá que los jóvenes estén en mejores condiciones de tomar decisiones más adecuadas ante el consumo y que hayan adquirido con mayor probabilidad herramientas de resistencia a la presión del entorno.

Conseguir que el ambiente recreativo sea más saludable, evitando los riesgos derivados del contexto (control del aforo, entrenamiento en primeros auxilios al personal de los locales, eliminación de vasos y botellas de cristal, etc.) es uno de los aspectos preventivos sobre los que sí parece haber un consenso, al menos científico, sobre su necesidad. Al mismo tiempo que se desarrolla la investigación en este campo, es necesario difundir sus principios promoviendo el debate social de manera que seguir sus directrices sea un elemento necesario y de prestigio para la industria. El reto consiste en conseguir integrar estos principios preventivos en las directrices políticas que regulan el ocio recreativo nocturno.

Los primeros programas preventivos se empiezan a poner en marcha lógicamente coincidiendo con la expansión de la actividad recreativa de los jóvenes de fin de semana ligada al consumo de drogas, específicamente en relación con el gran auge del éxtasis. Una parte importante de la actividad recreativa, sobre todo en el Reino Unido, empezó siendo de tipo ilegal y ello planteó muchos problemas a los profesionales y a las autoridades. Después de intentos durante un tiempo de seguir en una línea dura prohibicionista de dichas actividades se acaba finalmente pactando unas reglas de juego entre organizadores de los eventos, profesionales de la prevención y autoridades policiales, y este espíritu acaba marcando la forma de hacer las cosas en este campo.

Hay algunas revisiones acerca de los programas preventivos realizados recientemente en Europa (Burkhart, López, 2002, Tossman, Boldt, Tensil, 1999). Algunas de las conclusiones más relevantes de estas revisiones coinciden con también con las del presente estudio. Destacan que la gran mayoría de los proyectos se basan en la distribución de información. Sin embargo, la cuestión más preocupante gira en torno a la falta de resultados evaluados. Como ya se ha mencionado anteriormente, es necesario realizar un esfuerzo para establecer las bases científicas que permitan llegar a un consenso en el ámbito científico sobre la prevención de consumos recreativos. Las revisiones metodológicas de los programas deben ser profundas ante unas prácticas tan cambiantes y tan poco consolidadas. Continúa siendo necesario concentrar esfuerzos para mejorar la lógica de este tipo de programas, sus objetivos, su metodología,...

5.1. PROPÓSITO DE LA REVISIÓN

La presente revisión pretende acercarnos a la situación de la prevención recreativa que se está realizando actualmente en los países de la Unión Europea en diez países. Esta revisión no pretende ser exhaustiva sino ofrecer una visión de lo que se está haciendo en el ámbito de lo recreativo para facilitar la reflexión y la discusión desde la óptica del presente estudio. Interesa por tanto ver en que medida dan cobertura o se interesan por las necesidades de los consumidores moderados y los no consumidores en el contexto recreativo.

Este análisis se va a centrar básicamente en los siguientes aspectos:

- Objetivos generales y específicos del programa
- Población destinataria
- Escenario de implementación
- Principales características
- Principales actividades desarrolladas
- Evaluación de los programas

El estudio se basa en el análisis cualitativo de 41 programas preventivos (Tabla 5.1) implementados en diez países europeos (Reino Unido, Portugal, Grecia, Finlandia, Alemania, España, Austria, Francia, Italia y Países Bajos). Los programas seleccionados están entre los populares en cada país. En conjunto, son una excelente herramienta que proporciona una visión útil de los ejemplos implementados actualmente en los países miembros de la Unión Europea. También se ha utilizado la base de datos EDDRA del EMCDDA.

Tabla 5.1: organizaciones y programas que intervienen en el estudio

PAÍS	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	NOMBRE DEL PROGRAMA
Reino Unido	University of Central Lancashire Centre for Public Health, Liverpool John Moores University Camden and Islington National Health Service Trust Westminster Drug Action Team Decubed – Safer Dancing Service D 3	Touch Club Health Axis The London Safety Campaign Decubed – Safer Dancing Service D3
Portugal	Istituto da Droga e Toxicodependencia. Ministerio da Saúde	Teams on the Street Street Conversations
Grecia	OKANA OKANA, REITOX	...And What About you? New Concepts and Intervention Strategies for Secondary Prevention of Drug Abuse
Finlandia	Finnish Centre for Health Promotion	Drug Prevention in Mass Media and at
Alemania	Karuna Grüner Arbeitskreis e. V. KIK – Kids im Kietz e. V. SPI Walter May gemeinnützige Stiftung Jugend Beratung der Psychosozialen Initiative Moabit e. V. Pad e. V. Eltern und Jugendliche gegen Drogenmissbrauch Jugendinitiative SCK e. V Hartwig- Marx- Stiftung Senat Berlin – Drogenreferat Office for Drug Prevention of the Hamburg City Centre Against Addiction	Drugstop Jugendcafé GAK KIK – Kids im Kietz e. V. Zeynom, Drogenfreies Café Treffpunkt Waldstr Beratungs – und Kontaktstelle BÖ-9 Avanti 44 Stadt-Rand-Treff Club 93 Büro für Suchtprohylaxe Model project for ecstasy prevention with special emphasis on a peer educational and gender specific approach

PAÍS	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	NOMBRE DEL PROGRAMA
España	Instituto de Reinserción Social / IREFREA ABD Asociación Juvenil 'Abierto Hasta el Amanecer' GID, INJUVE Dirección de drogodependencias del Gobierno Vasco / Ai Laket Ayuntamiento de Santander / Caja Cantabria. Obra social y cultural Cruz Roja Española / Ayuntamiento de Logroño Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Barcelona Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Elche Concejalía de Salud Pública del Ayuntamiento de Salamanca Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Pontevedra	Clubdenit.com Energy Control Abierto Hasta el Amanecer Redes para el tiempo libre, "otra forma de moverte" Campaña de análisis de drogas La noche es joven Por fin es Sábado Barcelona, bonanit L'espai @actiu Salamanca a tope Noites abertes
Austria	Vienna Social Projects	Scientific Pilot Projekt ChEk iT!
Francia	THE PELICAN Médecins du Mond SPIRITEK	Prevention of uses and abuse of psychoactive substances in ski resorts Mission Rave SPIRITEK
Italia	Cooperative Parsec	Oltre il Muro
Países Bajos	GGD ZuidHollandse Eilanden (Health Centre for the Southern Islands) Trimbos – Institute (Netherlands Institute of Mental Health and Addiction Intraval (Bureau for Research and Consultancy)	Drug Prevention on Street Corners Drugs Information Line Evaluation of local coffeeshop policy

5.2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Grupos diana

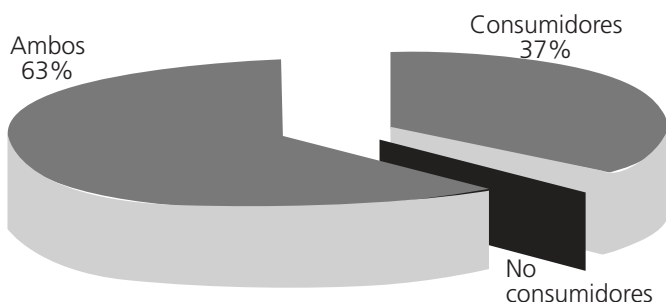
Los programas revisados están orientados hacia grupos de edad muy diversos. En su conjunto abarcan un colectivo muy amplio, desde los 6 años hasta el grupo de adultos sin especificar edad límite. En la Tabla 5.2 quedan reflejados los intervalos de la población diana a los que hacen referencia cada programa. El grupo de edad mejor representado es el que va de los 14 a los 20 años. Aproximadamente la mitad de los programas van dirigidos a intervalos que incluyen este grupo. Esta dispersión de rangos de edad no facilita la comparación entre programas, cuestión que quizás se debería solucionar en un futuro.

Edad	Frecuencia
6 a 16	1
>9	1
10 a 20	4
11 a 25	1
>13	1
14 a 20	2
14 a 30	7
>15	1
>17	1
> 18	6
Población general	6
No especifican edad	10

Además de los grupos de edad, en el presente análisis, se ha tenido en cuenta si los jóvenes a los que van dirigidos los programas son o no consumidores. El Gráfico 5.1 muestra claramente la tendencia. Ninguno de los programas implementados en ambientes recreativos contemplados en este estudio se dirige exclusivamente al grupo de no consumidores. El 63% de los programas se dirigen a consumidores y no consumidores indistintamente, mientras que un 37% tiene como población diana el grupo exclusivo de consumidores. Es importante destacar también que no se ha realizado distinción entre consumidores experimentales o habituales ya que, casi la totalidad de los programas se referían a ambos colectivos de consumidores. Sabemos que hay importantes diferencias entre ambos y que, por tanto, el discurso preventivo debe ser diferenciado.

La gran mayoría de estos programas no tiene objetivos ni estrategias diferenciadas para consumidores y no consumidores, y si se hace alguna referencia explícita, a veces luego no se traduce en objetivos o actividades concretas. Es cierto que los reciente-

Gráfico 5.1: Población destinataria de los programas según la variable consumo (n=41)



mente aparecidos programas de alternativas de ocio ponen un especial acento en la postura del no consumidor. Se intenta que los no consumidores puedan sentir valorizadamente su rol y que los consumidores puedan aprender a divertirse y a relacionarse fuera de los contextos de consumo drogas. En referencia al resto de programas implementados en ambientes recreativos, el programa 'Decubed' realiza materiales diferentes para el grupo de no consumidores o consumidores moderados y para el grupo de consumidores, estos últimos basados en la reducción de daños. Sin embargo ha sido la única excepción encontrada en la muestra estudiada.

La variable género es un aspecto que no es tenido en cuenta normalmente por los programas a la hora de diseñar estrategias o mensajes diferenciados. Se han encontrado contadas excepciones en los programas analizados en el estudio. El programa alemán 'Model project for ecstasy prevention with special emphasis on a peer educational and gender specific approach' sí tiene en cuenta este factor a la hora de diseñar y enfocar los mensajes de sus materiales. La población de mujeres y hombres siguen evoluciones diferentes en sus pautas de consumo y también presentan características diferentes como para pensar que es lógico que necesiten algunos mensajes diferenciados. Por otra parte, el programa 'AXIS' del Reino Unido se dirige a la población gay y lesbiana acercando su discurso preventivo a las necesidades de estos grupos.

Los programas cuya población diana se refiera a grupos con características concretas diferenciadas del resto de la población recreativa son escasos. El programa de mediación entre iguales '...And What About you?' cuyo objetivo es disminuir el policonsumo de alcohol con otras drogas entre los turistas que visitan dos localidades concretas de España y Grecia sería un ejemplo de especificidad. Otro ejemplo de enfoque delimitado es el programa de prevención de uso y abuso de sustancias psicoactivas en lugares de ski de Francia que pretende prevenir el consumo de drogas entre los trabajadores temporales de las estaciones de ski. También en Alemania los programas 'Jugendcafé GAK' y 'Zeynom, Drogenfreies Café' incorporan la atención a inmigrantes en sus servicios de apoyo profesional en el marco de espacios de encuentro libres de droga.

Se debería tomar nota de que existen ventajas en dirigirse a grupos concretos como hacen algunos programas en. No es posible hablar de un grupo homogéneo de jóvenes que frecuentan los ambientes recreativos nocturnos. Más bien tendríamos que hablar

de un espacio de encuentro de múltiples subculturas que consumen distintas drogas con patrones diferentes. Además, hay otras cuestiones que también imponen diferencias como son la edad, género, hábitos de consumo, subcultura, etc. La variable edad si es tenida más en cuenta dentro de los programas, pero no así el género y tampoco se tiene demasiado en cuenta si es consumidor o no, y dentro de los consumidores si se es un consumidor de riesgo o no, salvo en contadas excepciones. En general pues, son escasos los programas que respondan a problemáticas o a sectores de población concretos. Existen, sin embargo, distintas necesidades preventivas y de otro tipo entre los grupos que constituyen el ambiente recreativo y no es un tema que deba considerarse de poca relevancia.

Grupo diana estratégico

El colectivo diana estratégico son los agentes sociales o mediadores que actúan como intermediarios entre el programa de prevención y el grupo destinatario final o población diana. Es importante conocer mejor cuales son sus características personales, sus actitudes ante el consumo de drogas, qué tipo de formación y habilidades tienen y cuales deberían tener y qué tareas desarrollan en los programas preventivos. Son personas claves pues por su trabajo o posición están cerca de los jóvenes y están transmitiendo a sabiendas o no importantes mensajes de salud. Es interesante determinar qué grupos de mediadores presentan mayor accesibilidad, credibilidad y prestigio entre el grupo de jóvenes y por tanto mayor potencialidad de influir en su conducta. Pero no sólo eso es importante, también es necesario evaluar la cualificación de estos intermediarios de cara a optimizar la calidad de la intervención. Es necesario promover la investigación en este campo.

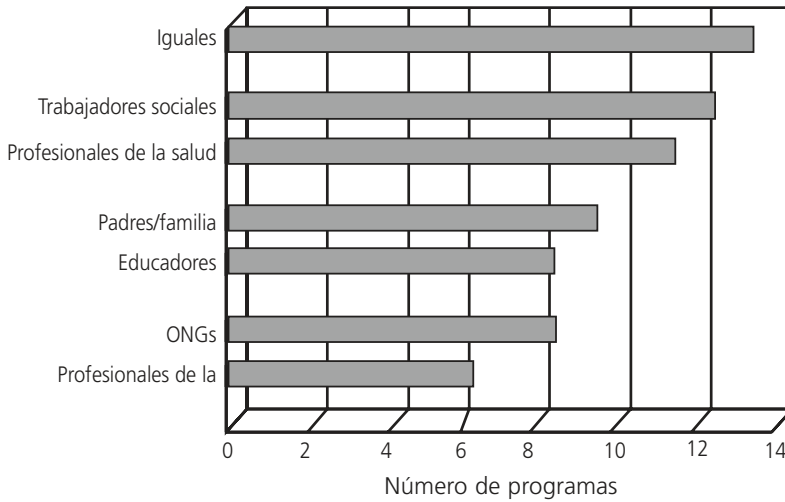
Como puede apreciarse en el Gráfico 5.2 el grupo de mediadores más citado por los proyectos del estudio es el grupo de iguales, seguido por los trabajadores sociales y psicólogos y los profesionales de la salud. Son menos los programas implementados en ambientes recreativos nocturnos que tienen en cuenta a los profesionales de industria recreativa (porteros, camareros, relaciones públicas, ...), educadores, padres y profesores.

El personal de la industria recreativa (porteros, disk jockey, promotores de fiestas, camareros, propietarios, etc.) está cobrando vital importancia como grupo diana en este tipo de programas. Ello es debido a que se ha descubierto su importancia por ser personas de gran responsabilidad sobre la forma en que se conduce la gente y ello ha llevado a que se creen programas preventivos pensados específicamente para ellos. También se necesita su autorización y colaboración para la realización de algunos programas. Una de las medidas más interesantes a este respecto, y que está siendo implementada cada vez con mayor frecuencia en países como Inglaterra, es la formación de estos profesionales en aspectos relacionados con la reducción de riesgos (primeros auxilios, control del aforo, prevención de situaciones violentas, etc.). Todos aquellos programas en que actuar sobre el contexto recreativo es importante, requieren de la colaboración de los profesionales y encargados de los locales.

Espacios y Contextos

Como es de esperar, este tipo de programas suelen desarrollarse directamente en los locales donde tienen lugar las actividades recreativas, y especialmente en aquellos

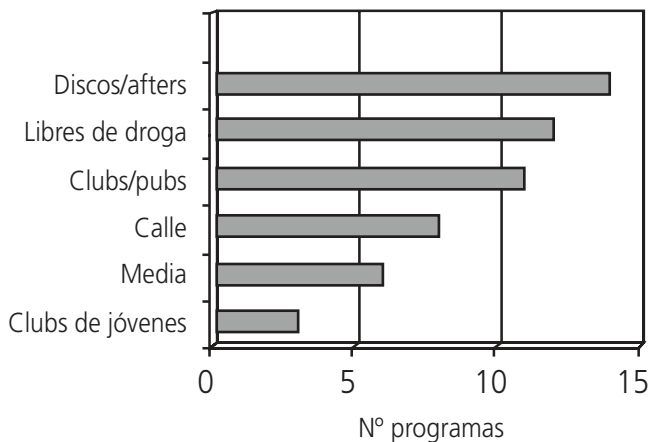
Gráfico 5.2: Grupos mediadores a los que se dirigen los programas



donde se presume que puede haber mayores problemas de consumo como son las discotecas y *afters hours*. En el Gráfico 5.3 se presentan los principales espacios dónde se desarrollan los programas del estudio. Las discotecas son escogidas como lugar de implementación prioritario por un 34.1% de los programas y los *pub* y bares de la noche por un 26.8%.

El 29.2% de los programas ofrecen lugares libres de droga. Estos programas se han tenido especialmente en cuenta atendiendo al objetivo de conocer las estrategias de prevención dirigidas al grupo de no consumidores. Todos ellos tienen como objetivo la promoción de la salud y ofrecen actividades de ocio saludable a los jóvenes. En oca-

Gráfico 5.3: Espacios donde se desarrollan los programas



siones estas actividades se realizan fuera de las horas típicas en que los jóvenes suelen salir a divertirse y en otras –como en España- suelen coincidir las actividades con las horas en las que los jóvenes están en los bares y discos.

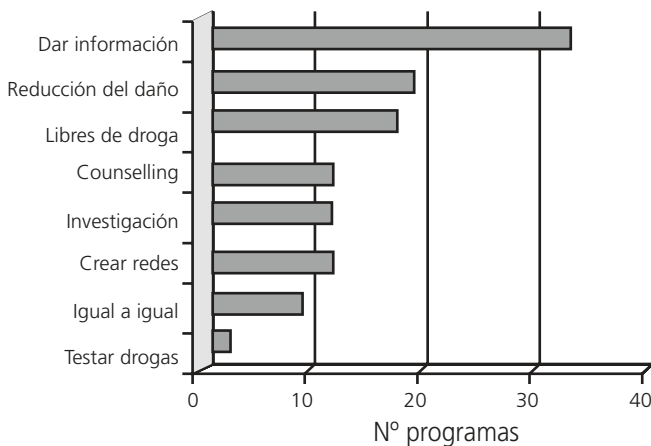
Pero también hay programas que tienen como escenario la calle y los clubes deportivos. Hay que señalar también la existencia de otros programas menos numerosos que responden a necesidades específicas de su entorno. Un ejemplo es desarrollado por la asociación española Ai Laket que se desplaza a las fiestas patronales de las ciudades y pueblos de la región ofreciendo servicios de análisis de drogas y apoyo profesional, o el programa de educación entre iguales ‘...And What About you?’ de Grecia que se acerca a los turistas en la playa y zonas costeras.

Principales objetivos de los programas

En el presente estudio se ha realizado un análisis de los objetivos que integran los 41 programas en los que se basa el estudio. Las frecuencias sobrepasan el número total de programas ya que cada uno presenta dos o más objetivos. El Gráfico 5.4 muestra los objetivos generales más frecuentes presentados por los programas. ‘Proporcionar información sobre drogas’ (80.4%) y ‘reducir los daños derivados del consumo de drogas’ (48.7%), son los objetivos mencionados con mayor frecuencia por los programas que integran la muestra. El 43.9% de los programas tienen como objetivos ‘ofrecer lugares libres de drogas’. El 29.3% ofrecen ‘counselling’ profesional, ‘investigación y recogida de datos’ y la creación de redes. El 24.4% son programas de igual a igual y solamente tres de los programas pertenecen al grupo de testar drogas. Cada uno de estos objetivos se describe más adelante.

En comparación con los estudios anteriores ya mencionados (Tossmann 2001 y Burkhart 2002), se observan semejanzas y diferencias significativas. La principal coincidencia consiste en que la mayoría de programas tienen como objetivo general proporcionar información sobre drogas y reducir los daños derivados del consumo.

Gráfico 5.4: Objetivos de los programas



Pero también hay diferencias importantes con relación a estos estudios. Hay una mayor presencia en la revisión actual de programas cuyos objetivos están enfocados al 'counselling' y a la investigación y recogida de datos. Este es un dato positivo y de gran relevancia pues significa dotar al sector de capacidad crítica.

Proporcionar información sobre drogas

Proporcionar información sigue siendo el objetivo mayoritario a la hora de hacer frente al problema de consumo de drogas. El 80.4% de los programas basan su intervención en esta estrategia. Transmitir información es una cuestión básica pero debe ir acompañada de otras estrategias dentro de un programa de prevención si se quiere conseguir algún resultado. Pero sin embargo esta lógica no es tenida en cuenta por la mayoría de programas, que más bien parten del supuesto no demostrado de que si una persona tiene información adecuada y suficiente respecto a las consecuencias del consumo de drogas, es de esperar que este hecho influya en una decisión racional de reducción y/o abandono del consumo o sobre un uso menos problemático de dichas drogas. Al mismo tiempo es interesante comprobar que solamente cuatro de los proyectos analizados presentan como objetivo general la reducción del consumo o provocar cambios en la actitud y la conducta respecto a las drogas.

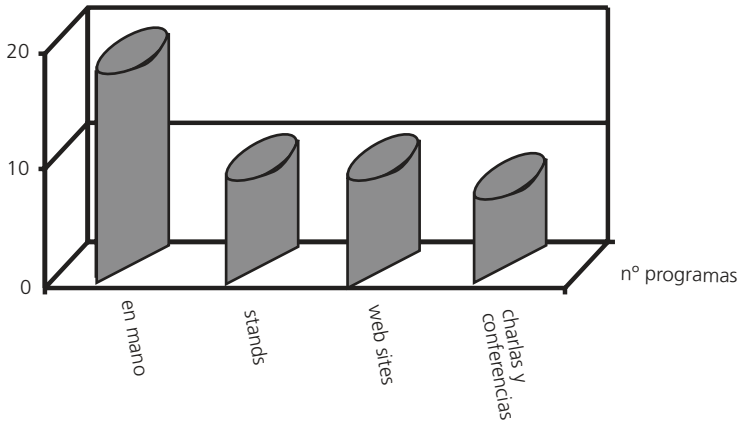
Según la teoría de la comunicación, el mensaje depende tanto del emisor del medio y del receptor. Los jóvenes, que son los receptores de los mensajes preventivos, tienden a filtrar positivamente los mensajes que confirman sus creencias y valores respecto al consumo de drogas. Por el contrario, tienden a rechazar los mensajes críticos hacia el consumo. Esto también explicaría que los mensajes de reducción de daños sean más apreciados por los consumidores, sin que esto signifique que cambien sus comportamientos en el sentido que indican los mensajes preventivos como sería de esperar. Muchas veces ocurre que los consumidores disponen normalmente de más información que los no consumidores, incluida información sobre reducción de riesgos.

Ninguno de los programas analizados dirigidos al conjunto de consumidores y no consumidores explicita el uso de materiales diferenciados para ambos grupos, a excepción del programa 'Decubed' ya destacado anteriormente. En general los programas no suelen apoyar directamente la posición o las necesidades del grupo de no consumidores, como si se diese por descontado que ellos se arreglan solos.

La mayoría de programas hace un especial énfasis en la estética. Los materiales que llegan a los jóvenes están elaborados para que resulten atractivos y utilicen un lenguaje claro y adaptado a sus códigos. Hay una tendencia muy generalizada a evitar los mensajes 'paternalistas', alarmistas o culpabilizadores. Todo ello obedece al objetivo de lograr el acercamiento y la aceptación de los jóvenes. Llegar a la población diana buscando su complicidad se convierte en un paso previo imprescindible.

En el Gráfico 5.5 se observan los mecanismos por los que llega la información a los jóvenes. El 72% de los programas utiliza principalmente folletos, *flyers*, *postal free* o *pósteres*. La distribución de estos materiales se hace generalmente de forma directa, entregándosela en mano a la población destinataria. En otras ocasiones la distribución se realiza depositándola en espacios públicos (stands en discos, bares, tiendas de ropa u

Gráfico 5.5: Formas de distribución de los materiales



otros lugares frecuentados por gente joven). La distribución de los folletos en charlas o conferencias es menos frecuente. Otros materiales que son utilizados de forma más minoritaria para dar la información son los *fanzines* o revistas para jóvenes, pegatinas, videos, postales, juegos interactivos, camisetas, caramelos, etc. Los programas que contemplan como objetivo además la educación sexual suelen repartir también profilácticos.

Las páginas web son un espacio de difusión privilegiado entre la población juvenil. Según el Eurobarómetro (2002) el 27.9% de los jóvenes europeos utilizan este medio como fuente de información sobre drogas. Hay diferencias bastante significativas entre países, con una clara frontera entre el norte donde es un medio muy utilizado y el sur donde su utilización es menor. En Holanda el 52.1 % de los jóvenes utilizan internet para este fin, en Dinamarca es el 45.3% y en Suecia y en Austria lo hacen el 44%; sin embargo en otros países, principalmente mediterráneos, el uso es bastante más minoritario, como en España que sólo es utilizado como medio de información sobre drogas por el 15% de ellos.

Nueve de los programas del estudio poseen su propio web y otros se encuentran en construcción o está prevista su creación. Estas páginas suelen ofrecer servicios de consultas en directo de forma anónima y gratuita. Desde algunas de estas páginas también se puede acceder a foros de discusión como por ejemplo los programas implementados en España 'Energy control' y 'Clubdenit'.

Es un hecho que también internet proporciona una gran plataforma para aquellos colectivos que defienden y promocionan el consumo de drogas. No sólo sirve para exponer ideas e informaciones, sino que también sirve para vender sustancias (semillas, etc) y para explicar el cultivo y la preparación de diversas drogas. Según la CICAP (Comisión Interamericana para el control del abuso de drogas) en su Informe Hemisférico 1999-2000, "Internet se ha convertido en el medio más utilizado para la expansión de este tipo de drogas, pudiéndose encontrar en la red sitios en los que es posible obtener información sobre su fabricación casera". La JIFE (Junta internacional de fiscalización de estupefacientes) también revelan que la red ha servido para producir una explosión de narcotráfico

virtual gracias a foros de discusión blindados y a farmacias *on line* en las que puede adquirirse todo tipo de medicamentos y sustancias para la fabricación casera de drogas.

La importancia que está teniendo la difusión del consumo en la red hace que también sea imprescindible que los programas preventivos tengan también presencia en este medio. Uno de los principales inconvenientes de la web en referencia al tema que estamos tratando es que es un espacio abierto y no existen filtros para la información y la difusión de determinadas informaciones para ciertas edades especialmente. Esto quiere decir que es imposible controlar las características de los usuarios que acceden a la información. En el caso de los programas preventivos es difícil, por no decir imposible, que la información expuesta se dirija exclusivamente a un sector determinado de la población. Ello ha originado algunas discusiones sobre la oportunidad o la ética de dar determinadas informaciones desde webs oficiales por esta dificultad de adecuar los mensajes a los destinatarios y puesto que no sabemos de que forma puede afectar a población demasiado joven o a no consumidores. La mayoría de los programas suelen emplear advertencias sobre sus contenidos y recomiendan que el usuario sea mayor de edad para acceder a la página. En otras ocasiones también se argumenta que la estética utilizada está más cercana a la estética de los ambientes recreativos nocturnos dónde están los consumidores y que por tanto sólo les atraerá a ellos. Sin embargo, éstos son filtros con una efectividad relativa y son motivo de controversia social.

Reducción de daños

Un gran número de programas de este estudio siguen los principios de la reducción de daños (Tabla 5.5). En el estudio de Burkhart et al. (2001) ya se confirmaba que era la política mayoritaria de los programas implementados en ambientes recreativos. Esta orientación está pensada obviamente para los consumidores, pero un 63% de los programas va dirigido a consumidores y no consumidores indistintamente sin que se haya estudiado si puede haber efectos contrapreventivos sobre los no consumidores o sobre los consumidores experimentales y ocasionales. En realidad tampoco se sabe demasiado sobre la forma en que influye –si es que influyen- sobre los consumidores.

Sólo se han encontrado tres referencias explícitas a objetivos diferenciados para consumidores y no consumidores en la muestra de programas analizados. Objetivos como ‘construir una imagen positiva y no estigmatizada de quién ha decidido no consumir’ y ‘disuadir a quienes se acerquen al fenómeno de las drogas por curiosidad o por la presión del entorno’, están incluidos curiosamente en programas de análisis de drogas. Sin embargo, a pesar de esta declaración de intenciones no hay luego en la práctica acciones dirigidas a la consecución de estos objetivos. Más bien estos programas basan su estrategia exclusivamente en el análisis de drogas y, cuando se realizan correctamente, en dar información sobre problemas relacionados con el uso de drogas. En realidad los programas de análisis de drogas tienen como característica principal poder atraer a consumidores de riesgo, difíciles de alcanzar por otros métodos (Van der Wijngaart, 1998; Burkhart, Kriener 2003).

El programa ‘Decubed’ sí produce materiales diferenciados para consumidores y no consumidores o consumidores moderados. Los dirigidos al primer grupo se basan en información general sobre drogas, sobre riesgos derivados del consumo y sobre el

estatus legal de las drogas. Los materiales dirigidos a consumidores habituales están basados en la reducción de daños. Este programa se basa en la educación entre iguales y sus voluntarios son jóvenes con experiencia profesional, principalmente en enfermería, trabajo social y trabajo con jóvenes.

Únicamente hay dos programas que tengan como objetivo explícito 'reducir el consumo', 'Clubdenit.com' y el programa '....And What About you?'. Éste último tiene como objetivo la reducción del policonsumo de alcohol mezclado con otras drogas entre los turistas que visitan Grecia y España. Ambos programas basan parte del método en la educación entre iguales. El resto de programas del estudio están enfocados, como ya hemos dicho, a la reducción de daños derivado del consumo de drogas.

Programas de ocio alternativo y lugares libres de drogas

El 43.9% de los programas revisados se basan en la promoción del ocio alternativo. Ello es relativamente una novedad, pues hasta hace poco la atención era casi exclusivamente sobre la reducción de los daños. Es muy posible que esta proporción no sea muy real en la práctica, pues además del hecho de que el estudio no se basa en una muestra representativa, también hemos mostrado un especial interés en aquellos programas que se interesan especialmente en los intereses de los no consumidores. En un reciente catálogo se recogen en España 57 programas de ocio alternativo desarrollado desde los municipios españoles (Arbex 2003), que deben representar sólo la parte más visible del reciente auge que tiene esta tendencia en España en estos momentos.

El objetivo principal de este grupo de programas es fomentar un espacio de ocio libre de drogas como alternativo a los espacios habituales de diversión de los jóvenes donde se suele consumir drogas. Este tipo de programas son los más cercanos al colectivo de no consumidores y tratan directa o indirectamente de que éstos tengan menos interés por los espacios recreativos habituales. Se trata de que los consumidores descubran y se interesen por otras formas de diversión no ligadas al consumo de drogas. Los programas de ocio alternativo que se han tenido en cuenta en este estudio son implementados en España y Alemania. Algunas de las diferencias entre ellos tienen mucho que ver con las diferentes culturas nacionales.

En Alemania este tipo de prevención orientada a los jóvenes es donde posiblemente tenga una mayor tradición. Según el informe del Observatorio (OEDT 2001) 'en Alemania, la cooperación entre los clubes deportivos y la prevención de drogas existe desde 1994 y, en 2000, recibieron formación 2.500 líderes deportivos juveniles'. Existe una mayor conexión entre instituciones y recursos para los jóvenes que asumen las estrategias preventivas ante el consumo de drogas. De esta forma las organizaciones creadas por la ciudadanía están más implicadas en la prevención. Esta es una finalidad que en teoría persiguen muchos programas de ocio alternativo pero en la práctica no siempre se consigue. Los programas españoles de este tipo en concreto dependen mucho de la organización directa de los municipios, sin poner suficiente énfasis en involucrar la sociedad civil.

En Alemania está asumida la concepción de que los jóvenes deben tener espacios de encuentro especialmente destinados para ellos. Los programas alemanes tienen como

características comunes ofrecer estos lugares de encuentro. En ellos se pueden encontrar servicios de café-bar en los que no está permitido el consumo así como propuestas de ocio que van desde la formación de grupos de vacaciones, deportes, vídeos, grupos especiales para chicas, etc. En estos espacios también se ofrecen servicios de apoyo profesional en situaciones críticas. Alguno de estos lugares libres de drogas como el 'Jugendcafé GAK' de la institución Grüner Arbeitskreis e.V. también ofrece atención para inmigrantes. El programa 'Club 93' de la institución Hartwig-Marx-Stiftung ofrece además orientación laboral y formación para agentes socializadores (profesores, educadores, padres, trabajadores sociales, entrenadores).

En España, es a finales de los años 90 cuando aparece la idea del ocio alternativo, posiblemente muy en relación con el auge de un fenómeno muy típico de esta década que es el 'botellón', que debido a su gran visibilidad obliga a los municipios a tener que reaccionar. Se comienzan a implementar programas que ofrecen actividades recreativas, culturales y deportivas gratuitas y por tanto alternativas a la diversión dominante muy ligada al consumo de alcohol y otras drogas. Una característica que les diferencia de los programas alemanes es que se desarrollan en su mayor parte en instalaciones públicas como polideportivos, colegios, centros culturales que se abren en horarios nocturnos en los que habitualmente no son accesibles a la población.

Los objetivos preventivos de los programas españoles son muy variados en los enunciados (educación para la salud, educación sexual, educación para la convivencia y para la paz, etc además de promover un tipo de ocio no ligado al consumo de sustancias), pero en la práctica se trata sobre todo de organizar en espacios dependientes de la administración actividades deportivas, talleres (teatro, cine, foto, búsqueda de empleo...), fiestas, juegos... La idea sería rescatar de los ambientes de consumo jóvenes para que aprendan a divertirse sin recurrir a las drogas, así como dificultar que jóvenes no consumidores pasen a un tipo de ocio ligado al consumo.

Un ejemplo de este tipo de programas pionero en España es el programa 'Abierto hasta el amanecer'. Su primera edición fue en 1997, actualmente se implementa por lo menos en seis regiones españolas. Una de las características de estos programas es interrelacionar instituciones y organismos de la comunidad, es decir en el fortalecimiento y la creación de redes. También pretende constituirse como un nuevo yacimiento de empleo y proporcionar trabajo a jóvenes desempleados. Esta iniciativa se implementa por primera vez en uno de los barrios con mayor tasa de paro juvenil de Gijón. Existe una evaluación reciente de este programa realizada por Fernández Hermida y Roberto Secades (ver Martín y Moncada 2003) y los resultados no son nada alentadores sobre la utilidad de estos programas, hecho que no debería sorprender excesivamente. No existen diferencias entre los que acuden a este tipo de actividades con los que no acuden con relación a su consumo a corto plazo, hábitos de ocio y actitudes ante las drogas y por otra parte no consigue el programa atraer a los jóvenes en mayor situación de riesgo. Eso sí, los jóvenes están encantados con el programa (les parece interesante, se lo pasan bien, volverán,...) pero ellos mismos dudan mayoritariamente de que el programa pueda tener posibilidades preventivas.

Aunque existe una gran variedad de programas de este estilo y muchas veces no tienen lugar como muchos programas españoles en horas nocturnas, las revisiones de

las evaluaciones existentes no demuestran que tengan eficacia (Hansen W, 1992, Norman et al, 1997). Una guía sobre como evaluar estas actividades de ocio alternativo ha sido publicada (Fernández, Secades 2002). En una revisión reciente del tema Martín y Moncada (2003) recomiendan:

- Mejorar la fundamentación científica de estos programas a partir de las evidencias ya identificadas.
- Incidir en el análisis de la realidad para definir con más precisión las necesidades y priorizar las poblaciones de riesgo.
- Integrar los programas de ocio alternativo en planes de prevención más amplios que incluyan estrategias con efectividad probada.
- Sustentar los programas en la intervención comunitaria, conectando diferentes programas en un mismo territorio, mejorando la participación y el aprovechamiento de los recursos normalizados (de juventud, deportes, cultura..).
- Garantizar la continuidad de los programas para ir consolidando un modelo de ocio alternativo estable y mantenido para los jóvenes en un determinado municipio.
- Impulsar la formación de los agentes preventivos que participan en estos programas.
- Evaluar las intervenciones y fomentar la transferencia de tecnología entre las instituciones y entidades que trabajan en este campo.

Si hay algo claramente positivo de estos programas es que empiezan a plantearse las cosas desde la perspectiva del no consumidor y ello puede abrir un discurso interesante sobre todo lo recreativo. Pero su efectividad concreta –al igual que la de otros programas aquí recogidos- queda por demostrar.

Apoyo profesional

El 29.5% de los programas revisados ofrece servicios de apoyo profesional. Se trata de intervenciones individuales en las que los profesionales intervienen sobre problemas, situaciones o periodos conflictivos concretos de la persona. Generalmente es realizado por psicólogos, trabajadores y educadores sociales, y, en menor medida, por médicos y profesores. El apoyo en situaciones críticas de la vida realizado por profesionales es una de las mejores opciones preventivas por la garantía de calidad que ofrece una intervención profesional. Esta estrategia permite abordar la problemática de manera individualizada e incidir en el proceso educativo y/o terapéutico de la persona.

Una de las principales dificultades del apoyo profesional consiste en acceder al colectivo de jóvenes consumidores. La baja percepción de riesgo asociada al consumo de fin de semana y la situación familiar, social y laboral normalizada de muchos consumidores de riesgo, hace que no sea fácil que acudan a la consulta de un profesional en los servicios de atención tradicionales. En muchas ocasiones esta demanda se produce cuando ya presentan una problemática compleja. Estas premisas, ya constatadas hace tiempo en el terreno de la prevención, han impulsado el desarrollo de estrategias adap-

tadas. Principalmente son dos las opciones: intervención en contextos y los lugares libres de drogas.

En la primera opción son los profesionales los que se introducen en los ambientes recreativos nocturnos. En el caso de los lugares libres de drogas, se ofrece un abanico de posibilidades lúdicas en el mismo lugar en el que los jóvenes pueden acceder a los servicios de apoyo profesional. Todos los programas de lugares libres de drogas alemanes ofrecen este servicio. Un ejemplo de intervención en contextos llevado a cabo por profesionales en ambientes recreativos es el programa 'Street Conversation' de Portugal. Sus objetivos son la reducción de riesgos y reducción de daños y las personas que intervienen son técnicos del área de la salud y la psicología. Las ventajas de aproximarse al lugar de consumo es que permite intervenir en situaciones de crisis causadas por consumo de drogas.

Se trata en todo caso de actuaciones preventivas que pueden beneficiar por su propia naturaleza –se trata de relaciones individualizadas entre un joven consumidor de riesgo y un profesional- a pocas personas, pero pueden tener incidencia notable en los jóvenes que participan.

Investigación-recogida de datos

El 29.3% de los proyectos del estudio manifiestan que tienen entre sus objetivos la recogida de datos y/o el desarrollo de investigaciones sobre el ambiente recreativo (Gráfico 5.4). Como ha sido señalado en numerosas ocasiones en este estudio, las características dinámicas del contexto exigen que exista una buena interacción entre la teoría, la investigación y la realidad. El mundo recreativo y su problemática es relativamente nuevo y se necesita mucha más información e investigación para poder actuar preventivamente. Por tanto, recoger datos, evaluar, comparar,..., es importante, aunque lógicamente todo dependerá de la calidad de los datos que se vayan recogiendo.

De estos programas aproximadamente se centran en la recogida de datos del entorno, la otra mitad pueden categorizarse como programas de investigación-acción. Al mismo tiempo que se desarrollan las acciones del programa se recogen datos de la realidad sobre la que se interviene. La finalidad es la adaptación de las estrategias a las necesidades concretas de la población destinataria, de manera que la teoría y la práctica son integradas en un mismo programa.

El programa alemán 'Büro für Suchtprohylaxe' tiene como objetivo el desarrollo de nuevas estrategias preventivas así como el apoyo y formación de profesionales en el ámbito de la prevención. De esta forma las nuevas estrategias que desarrollan son transmitidas a los agentes encargados de su implementación. IREFREA se ha encargado de la supervisión, formación y evaluación del programa 'Clubdenit.com' (2001-2003) que tiene diversas líneas de actuación. Además de ofrecer una página web, este programa de reducción de daños realiza talleres de prevención con consumidores de drogas recreativas y también desarrolla un proyecto de mediación entre iguales en ambientes de ocio nocturno. La evaluación de los talleres permite conocer cuales son las necesidades preventivas reales de cada uno de los grupos con los que se interviene. Además permite detectar los puntos débiles de los talleres y reforzar las necesidades de for-

mación de los profesionales encargados de su coordinación. Por otra parte se reúnen datos sobre las nuevas tendencias de consumo y sobre las necesidades preventivas concretas del entorno. El diseño de los materiales del programa se basa en la información obtenida a través de los grupos de discusión realizados con los mediadores.

El programa de reducción de daños y análisis de pastillas 'ChEck iT' es otro de los ejemplos. Uno de sus objetivos generales es la recopilación de datos sobre la composición química de las pastillas de éxtasis y sobre los patrones de consumo y las razones que los jóvenes apuntan para consumir. Al mismo tiempo el programa realiza análisis de pastillas ofrece apoyo profesional en ambientes recreativos y realiza encuestas a sus usuarios. El conocimiento de las características concretas de los usuarios y específicamente de sus estrategias de legitimación del consumo es un elemento básico para la adaptación del diálogo preventivo. El programa 'Decubed' diseña sus materiales, diferenciando entre consumidores y no consumidores, sobre la base de sus propias investigaciones acerca de las necesidades de estos colectivos.

Intervenir sobre los contextos.

Hay toda una serie de programas cuya finalidad es directamente intervenir sobre el contexto para reducir riesgos que puedan depender del propio contexto. Estas iniciativas surgen en respuesta a la proliferación de fiestas ilegales no controladas, sobre todo en el Reino Unido. A continuación se exponen algunos ejemplos de las principales recomendaciones de estas iniciativas:

- Control de la existencia de salidas de emergencia adecuadas
- Control de la temperatura de los locales
- Control del aforo
- Entrenamiento del personal de los locales en evitar problemas y atender urgencias.
- Disponibilidad de bebidas no alcohólicas a bajo precio
- Existencia de dispensadores de preservativos
- Acceso al transporte público adecuado
- Distribuir información sobre drogas y consejos para la reducción del daño.

'Clubhealth' del Reino Unido más que un programa es un referente para el estudio de las buenas prácticas en el contexto recreativo. Otros programas también anuncian medidas que van encaminadas a esta misma dirección. El programa español 'Clubdenit.com' tuvo como uno de sus objetivos durante sus dos años crear una relación con la industria para mejorar la calidad de sus prestaciones en el sentido que interesa aquí. Pero el resultado final de esta colaboración no fue mucho más allá de las buenas intenciones, a pesar de que existen muchas cuestiones a mejorar en la importante industria recreativa mallorquina, como se desprende de un estudio realizado sobre una muestra de bares y discotecas (Calafat, Juan 2004) donde se detectan importantes problemas de seguridad. En otros lugares tienen más éxito en la colaboración con la industria como es el caso del programa 'D3' que da formación al staff de las discotecas.

En el Reino Unido se han publicado diversas guías para orientar las actuaciones para que salir de marcha sea una actividad más segura y entre las últimas está 'Safer Clubbing' (Webster et al, 2002) donde se recogen los principales objetivos y recomendaciones a seguir para la protección de la salud. La guía deriva de un documento anterior 'Dance till Dawn Safely' realizado por el London Drug Policy Forum en 1996. Con anterioridad se han publicado guías con la misma finalidad en Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

Según el Informe anual del OEDT (2001) sobre el problema de la drogodependencia en la Unión Europea 'En Dinamarca, España, Irlanda y los Países Bajos, las administraciones locales se aproximan a los lugares de ocio de los jóvenes (por ejemplo, clubes, bares y discotecas) para proporcionar al personal formación y apoyo que le permita responder más eficazmente a situaciones relacionadas con las drogas'. Hay por tanto un creciente interés en el desarrollo de este tipo de programas, aunque normalmente no es fácil conseguir la colaboración de la industria si no existe una presión popular o política.

Creación de redes

La 'creación de redes' cobra relevancia en la presente muestra (ver Gráfico 5.4). La creación de redes o el refuerzo de las ya existentes en la comunidad, supone un mayor aprovechamiento de los recursos en la difusión de la prevención. Los programas de ocio alternativo implementados en España recogen en su mayoría este objetivo. La finalidad en este último caso es implicar distintos sectores y recursos, tanto municipales como privados, para ofrecer espacios de ocio a los jóvenes en horarios nocturnos.

Las aproximaciones a la prevención desde el sector educativo, asistencial, familiar o del ocio no dejan de ser parciales si no se articulan de manera eficaz. Existe investigación que avala la necesidad de crear sinergias entre los distintos programas y de tratar de influenciar diversos factores de riesgo. Crear redes entre los recursos sociales destinados a los jóvenes o fortalecer las relaciones de cooperación entre ellas es un reto para la prevención. Las posibilidades a este respecto son múltiples. A continuación se exponen algunos de los esfuerzos realizados por los programas a este respecto.

El proyecto europeo 'New concepts and Intervention Strategies for Secondary Prevention of Drug Abuse' llevado a cabo en el año 2000 en seis ciudades europeas (Atenas, Viena, Berlín, Dublín, Edimburgo y Copenhague) tiene como objetivos principales la creación de una red entre sectores juveniles relacionados con el sida y las adicciones, la creación de material informativo dirigido a jóvenes en situación de riesgo, a educadores y padres y en el desarrollo de páginas web.

La promoción de la salud sexual ha sido incluida como objetivo general en cuatro de los proyectos. Existe una relación clara entre el sexo seguro y el consumo de sustancias, en la comunidad científica existe acuerdo en considerar la embriaguez como factor de riesgo para las prácticas sexuales no seguras. El consumo de sustancias emerge como un cofactor en la vulnerabilidad al HIV en los grupos de más alto riesgo. En general, los proyectos que tienen en cuenta este aspecto proporcionan información sobre drogas y sobre sexo seguro al mismo tiempo mediante el reparto de folletos y el apoyo, ya sea profesional o realizado por iguales. Un programa que merece una atención especial por

su especificidad es el programa 'AXIS' del Reino Unido. Combina la información sobre drogas y servicios de apoyo con los servicios ofrecidos por la clínica de salud sexual Mortimer Market y la intervención en lugares de ocio frecuentados por la población gay. Su objetivo es llegar a población de difícil acceso y acercar los discursos referentes a la sexualidad y el consumo de sustancias.

El programa 'Redes para el tiempo libre, otra forma de moverte', que se desarrolla en varios municipios españoles, tiene como objetivo fundamental la potenciación de las capacidades individuales y comunitarias para la gestión de riesgos en el ocio y tiempo libre juvenil.

Programas de prevención entre iguales.

Cada vez son más los programas (Gráfico 5.4) que utilizan como estrategia de aproximación a la población objetivo la mediación entre iguales. El 24% de los programas revisados ofrece servicios de apoyo entre iguales en ambientes de ocio recreativo nocturno. Este tipo de programas nació en el ámbito de los programas dirigidos a los consumidores de opiáceos, y más concretamente en relación con la problemática generada con la aparición del SIDA, pues el carácter epidémico de esta enfermedad hace que no sea conveniente esperar a que venga la persona afectada, sino que cuanto antes se la controle menos peligro hay de que siga expandiendo el problema. Normalmente los programas que tienen esta orientación se identifican completamente con la orientación de reducción del daño.

En su más sencilla definición, la educación entre iguales es una 'comunicación de igual a igual' que tiene lugar en los contextos recreativos en los que se da el consumo de sustancias y es llevada a cabo por otros jóvenes, por lo que podemos decir con propiedad de 'igual a igual'. Una de las ventajas de este tipo de proyectos se basa en utilizar como recurso un fenómeno social – la comunicación entre iguales – que ocurre sin necesidad de programas específicos, utilizando por tanto un agente socializador propio de la escena recreativa.

Sin embargo, la información referente a la evaluación de estos programas es todavía muy escasa. No existe un estudio sobre las características de los mediadores entre iguales ideales. Teniendo en cuenta que existe una tendencia generalizada a pensar que para entrar en la lógica del consumidor hay que acercarse todo lo posible a su realidad, tiende a desaprovecharse la potencialidad de actuar como mediadores de los no consumidores o consumidores ocasionales.

Por otra parte, no cualquier joven tiene los conocimientos y habilidades necesarias para llevar a cabo estas intervenciones y el control del profesional es limitado cuando no se encuentra presente en la interacción. Estas consideraciones hacen que la principal preocupación gire en torno al rigor de lo que se está transmitiendo. Otra de las desventajas que presenta radica en que la mera información no conduce a cambios en el comportamiento y que las intervenciones son puntuales y de corta duración, por lo que su incidencia en el proceso educativo presenta también limitaciones.

El 87.5% de estos programas tienen como objetivo específico la captación, formación y apoyo a los mediadores. De ello se puede deducir que la mayoría de programas

utilizan sus propios mediadores y son menos los programas que recurren a asociaciones juveniles de voluntariado. El siguiente objetivo específico más nombrado es la elaboración de material preventivo. El 62% de los programas elabora su propio material de reducción de daños.

La principal actividad desarrollada es la difusión del material por iguales. La elaboración participativa del material solamente es especificada por dos de los programas. Teniendo en cuenta la función motivadora de esta actividad y la eficacia de utilizar estrategias interactivas demostrada desde la prevención escolar, sería necesario potenciar este recurso como forma de incorporar a los jóvenes en el diseño, la implementación y la evaluación de los programas preventivos.

Hay que destacar los esfuerzos realizados por este tipo de programas en el diseño de materiales innovadores como por ejemplo el programa 'Touch' del Reino Unido cuyos objetivos son la promoción de la salud y el uso seguro de drogas en los locales nocturnos donde alternan estudiantes a través de prevención entre iguales, quienes ofrecen consejos como colegas y reparten preservativos, ice-pops, pegatinas, cartas interactivas,...

Una de las ventajas es que el conocimiento tan directo e inmediato del ambiente permite la adaptación dinámica del programa al contexto cultural y al subgrupo concreto sobre el que se desea intervenir. Estos programas presentan una buena potencialidad para la detección precoz de consumos problemáticos y la emisión de mensajes preventivos a población de difícil acceso. Una gran ventaja potencial –pero que necesita investigarse - consiste en conseguir que los mensajes preventivos se multipliquen de manera exponencial de manera que los usuarios pasen a ser a su vez emisores de este tipo de mensajes.

También se hace necesario destacar que, a pesar de la idoneidad del método para obtener información del medio sobre nuevas tendencias de consumo y la detección precoz de nuevas sustancias en el mercado recreativo, estas consideraciones no se recogen como objetivo en ninguno de los programas analizados.

Análisis de pastillas (Pill-testing)

Los programas basados en analizar pastillas en los locales o espacios recreativos se enmarcan totalmente en la línea de reducción de daños. Consiste normalmente en que un equipo se desplaza a lugares de ocio nocturno como discotecas, *afters* y *raves* realizando análisis de pastillas in situ y proporcionando información sobre su contenido. En Holanda, país pionero en el desarrollo y la implementación de este tipo de iniciativas, ya no se realiza sin embargo más el análisis de pastillas en el mismo lugar de ocio. A pesar de que los programas siguen estando subvencionados por organismos oficiales, la condición es que las personas interesadas en conocer el contenido de sus pastillas deben acudir a las oficinas del programa para realizar el análisis. Este puede ser un indicador de cómo la gran polémica suscitada por estos programas en la comunidad científica y las dudas que éstos plantean están haciendo que se actúe de forma más precavida.

Los programas de testado de pastillas parten del supuesto de que la realidad demuestra que hay jóvenes que no están dispuestos a abandonar el uso de ciertas drogas

pero sí están dispuestos a preocuparse por su salud y a cambiar determinados hábitos para mejorarla. Son programas que ponen el énfasis en la detección de la adulteración de las sustancias psicoactivas. Surgen en un momento en que existe el convencimiento por parte de un grupo de profesionales holandeses que el problema con el éxtasis estaba en su adulteración y no el producto en sí mismo, pues por aquellos tiempos se desconocían los problemas ligados al MDMA. Por consiguiente si elimináramos la duda de si consumíamos verdadero éxtasis o no, desaparecerían todos los problemas e, indirectamente se demostraba además la hipocresía que existía detrás de la prohibición. Los instrumentos utilizados por la mayoría de programas de análisis detectan la presencia o ausencia de MDMA, pero no la proporción de la sustancia que contiene ni la presencia de otro tipo de sustancias.

La situación real sin embargo es bastante distinta de la que justificó para algunos la puesta en marcha de estos programas. Normalmente la pureza en el mercado de las pastillas es bastante alta y cada vez lo es más –conseguir el producto no es caro y no tiene demasiado sentido adulterarlo-, hasta el momento no se tiene constancia de muertes o problemas graves de salud que puedan atribuirse directamente a la adulteración de la sustancia –pues cuando se hace se emplean productos sin toxicidad o se emplean otro tipo de anfetaminas similares al MDMA-, mientras que si está documentado que los problemas están producidos por el MDMA. Por tanto estamos ante una verdadera paradoja muy difícil de entender. Se ponen en marcha programas para evitar que la gente consuma adulterantes cuando el verdadero problema no está en el adulterante sino en que la pastilla tenga lo que supuestamente tiene que tener. Son estos potentes mitos que existen entre los consumidores y que se mantienen a pesar de las evidencias de que las principales consecuencias negativas del consumo están causadas por adulteración. Lo curioso es que algunos profesionales –y una proporción importante de los mediadores de este estudio- mantienen la misma creencia.

Dicho esto no se puede negar que una utilidad importante de estos programas puede ser llegar a poblaciones consumidoras de alto riesgo aprovechándose precisamente de que pueden acudir a comprobar si las pastillas que consumen están adulteradas. Un programa de este tipo ideal (Burkhart, Kriener 2003) debe tener junto a los sistemas de detección de adulteraciones: personal bien formado, que los proyectos se realizarán en zonas tranquilas de los espacios recreativos y que el contacto con los clientes no se limitará a informar sobre el contenido de las pastillas. Algunos programas (como ChEckiT) tratan de cumplir con estos requisitos, pero desde luego no ha sido la norma durante años. En un estudio realizado en Holanda a usuarios del programa ‘Safe House Campaign’ (Van de Wijngaart 1998) se pone de manifiesto como en la mayoría de los casos la información que los jóvenes recuerdan haber recibido se refiere a la composición de la pastilla, ‘solo el 4% de los que han acudido a conocer la composición dicen haber recibido en alguna ocasión información extra como pueden ser los efectos que tienen dichas pastillas’ por lo que parece que su potencialidad para lograr el acercamiento a los consumidores y así realizar intervenciones educativas no siempre es aprovechada en la práctica.

Pero las cosas son bastante más complicadas –obviamente no sólo con este tipo de programas- incluso cuando se realizan correctamente, pues son muchas las incógnitas que interesa resolver. ¿Quiénes son los que acuden? ¿Qué se les dice o qué se les debe

decir? ¿Cómo lo interpretan y hasta que punto les condiciona su comportamiento y sus actitudes –proporciona una pseudo seguridad traicionera como sugiere Winstock (2001) o realmente ayudan estos programas a adoptar medidas inteligentes de auto-protección-? ¿Cuál es su relación coste/beneficio respecto a otro tipo de programas? Un gran problema es que el comportamiento de los adolescentes y jóvenes que salen de marcha no siguen muchas veces una racionalidad autoprotectora sobre la que se basan estos programas. En un estudio con 898 consumidores de éxtasis realizado en 5 ciudades europeas por Irefrea (Calafat et al. 1998) sólo el 21% dicen que si no están seguros de lo que contienen las pastillas –esto supone muchas veces saber únicamente que viene de un vendedor conocido- ‘preferirían’ no tomarlas. A la gran mayoría o no les importa o no les importa de una forma que vaya a condicionar su consumo. Y esto nos lleva a otro estudio realizado también por Irefrea sobre el sentido del riesgo y del control en una muestra de 2.700 jóvenes sobre el consumo de drogas en ambientes recreativos (Calafat et al. 2001) donde se concluye que la gran mayoría –desde los que consumen poco a los que hacen claramente un uso abusivo- creen controlar sus consumos y que asumir riesgos forma parte de la vida recreativa.

Lo cierto es que no existen suficientes evidencias científicas del impacto que causan estos programas en la población juvenil. Ni tampoco que los mensajes de reducción de daños lleguen exclusivamente a la población de consumidores. A pesar que los tres programas analizados en el presente estudio afirman haber realizado evaluación de proceso y de resultados, y uno de ellos de la planificación. Los datos publicados hacen referencia a indicadores de proceso y no de resultados.

En cualquier caso “es una forma de prevención secundaria que surgió como respuesta específica al problema de la adulteración de las pastillas vendidas bajo el nombre de éxtasis” (Burkhart 2002) y como tales deberían asegurar que son los consumidores los destinatarios finales del programa. Burkhart (2003) que es un defensor de la posible utilidad de estos programas cuando se realizan en las condiciones adecuadas para llegar a poblaciones de alto riesgo reconoce que “en este momento se carece de fundamentos científicos suficientes sobre los beneficios o peligros reales” de este tipo de programas. Parece pues que se impone la cautela y la reflexión –al igual, por descontado, que con otros tipos de programas que se están realizando y que hemos analizado aquí- y que la postura de los profesionales debería ser la de exigir más evaluación de las estrategias que se les proponen y reconocer en cada momento cuando se pisa un terreno ideológico o avalado por la evidencia científica.

Evaluación

La evaluación de resultados es la asignatura pendiente de los programas de prevención recreativa. El presente estudio dispone de información sobre la evaluación de veintiún de los de los cuarenta y un programas que componen la muestra. El tipo de evaluación llevado a cabo con mayor frecuencia es la evaluación de proceso. Su finalidad es medir la calidad de la implementación del programa, si los usuarios del programa pertenecen realmente a la población diana planteada en los objetivos y el grado de satisfacción de sus usuarios. Los veintiún programas han realizado evaluación de proceso.

La finalidad de la evaluación de resultados es medir el grado de consecución de los objetivos iniciales del programa utilizando para ello la metodología experimental. Es decir, si se ha producido algún cambio entre sus usuarios en la dirección de los objetivos planteados y si dicho cambio es consecuencia directa de su participación en el programa. Por otra parte, todo programa de prevención de drogas tiene o debería tener como objetivo principal la disminución del consumo de drogas o la disminución de los problemas ligados a su consumo entre la población a la cual se dirige. Si tenemos en cuenta en sentido estricto estas premisas, ninguno de los programas de los cuales se dispone de información la presente revisión garantiza su eficacia como programa preventivo.

Once de los programas afirman haber realizado evaluación de resultados. Sin embargo, no utilizan la metodología experimental por lo que poco puede afirmarse de su eficacia preventiva. La mayoría de ellos realizan mediciones mediante encuestas a sus usuarios al final de la intervención. Por otra parte, estos estudios suelen medir la consecución de objetivos intermedios para la prevención de drogas. Objetivos como proporcionar información, acceder a población de difícil acceso o incrementar los conocimientos sobre sustancias. Conocer la repercusión de los programas en éstas variables es básico y por tanto deben ser evaluadas, sin embargo, no garantizan por sí solas la disminución del consumo y de los riesgos asociados. En cualquier caso hay que señalar que este tipo de estudios permiten recoger datos del medio muy valiosos y necesarios para el quehacer preventivo. Además constituyen el paso previo imprescindible para fijar las bases que permitan la realización de evaluaciones más rigurosas.

Excepciones a esta situación son la evaluación externa del programa "Abierto hasta el amanecer" (Martín, Moncada, 2003) que es un programa de ocio alternativo, y que ha sido comentado antes y la evaluación de talleres socioeducativos por parte de Irefrea del programa clubdenit.com y cuyos resultados se están procesando. El programa 'The London Dance Safety Campaign' tal como se refleja en su ficha de evaluación de la base de datos EDDRA del EMCDDA utiliza un diseño quasi-experimental en su evaluación. Los investigadores han recogido datos para establecer el punto de partida antes del comienzo de la campaña, a la mitad y al final para poder conocer el impacto y los resultados de la intervención. Éste es el único programa que ha realizado evaluación del impacto. La evaluación del impacto se encarga de la medición de los efectos del programa a nivel macro. Es decir, es el instrumento que permite determinar cuál ha sido el alcance del programa en la población sobre la que pretende tener influencia. Las dificultades metodológicas y presupuestarias son los principales impedimentos a los que deben hacer frente los programas para desarrollar este tipo de evaluación.

Los instrumentos de medición más utilizados por los programas son los cuestionarios, ya sean cerrados o semiestructurados, incluyendo preguntas abiertas. Con menor frecuencia se realizan grupos de discusión y entrevistas en profundidad. En la Tabla 5.3 se especifican la totalidad de instrumentos utilizados para la evaluación.

También se han analizado los indicadores utilizados por los programas. Un indicador es la unidad de medida utilizada para cuantificar el grado de consecución de los objetivos, ya sean éstos de proceso, de resultados o de impacto. En la Tabla 5.4 se resumen los indicadores utilizados por los programas revisados.

Tabla 5.3: instrumentos de evaluación utilizados por los programas

Instrumentos de evaluación utilizados	N° Programas
Cuestionarios	12
Grupos de discusión	4
Análisis cualitativo contenidos materiales	5
Informes	5
Diario de campo	3
Entrevistas en profundidad	2
Protocolos de observación	2
Logbooks	2
Encuestas telefónicas	2

Tabla 5.4: indicadores utilizados con mayor frecuencia por los programas.

Indicadores	N° de programas
N° de usuarios	14
Satisfacción usuarios	11
Entidades contactadas	8
Datos sociodemográficos	8
Intervenciones realizadas	8
Consumo y nuevas tendencias	7
Reuniones mantenidas	6
Satisfacción voluntarios y profesionales implicados	5
N° de folletos repartidos	4
N° personas entrenadas	4
Actitudes hacia el consumo	4
Actos de difusión del programa	3
Clientes derivados a otros servicios	3
Valoración de los materiales	3
N° drogas testadas	3
Percepción de riesgo	2
Tiempo dedicado	2
Conocimiento sobre drogas	2
Puestos de trabajo creados	2
Recuerdo de los materiales	1
Impacto mediático	1
Habilidades sociales	1
Fidelización usuarios	1

La gran mayoría de ellos son indicadores de proceso y no de resultados como ya hemos indicado. Este dato coincide con la revisión realizada por Burkhart (2001). Cuando los objetivos de los programas hacen referencia a la derivación de usuarios a otros servicios, o a la recogida de datos, éstos son fáciles de concretar. Sin embargo objetivos como 'reducir los daños derivados del consumo' o 'incrementar factores de protección', es decir objetivos de prevención del consumo de sustancias en la población de jóvenes en ambientes recreativos, no han sido evaluados. Si bien es cierto que el contexto en el que se desarrollan las intervenciones presenta serias dificultades evaluativas y requieren de un mayor esfuerzo humano y económico, no es menos cierto que resultan imprescindibles para determinar qué estrategias son eficientes. La prevención debe estar guiada por criterios científicos para no moverse en terrenos ideológicos difícilmente contrastables.

6. CONCLUSIONES

“El colmo es cuando te dicen ¡¡qué bien que me lo pasé ayer!! ¡¡No me acuerdo de nada!! No entiendo que puedan divertirse así. En la parada del autobús el otro día dos amigos se contaban la fiesta del día anterior. Uno le decía al otro que se habían tomado dos botellas de vodka y lo último que recordaba era cuando iba al baño. Los amigos le contaron que se lo encontraron tirado en el WC y que le tuvieron que hacer vomitar y no sé que cosas más, pero que él no se acordaba de nada y que se lo pasó bomba” (Mujer 20 años).

La idea de diversión que se desprende del comentario anterior es que divertirse para algunos jóvenes es lograr la amnesia o el estado de semiinconsciencia. Y esa es la dimensión que muestra en su versión más radical la diferencia entre los jóvenes que consumen drogas en exceso cuando salen a divertirse de los jóvenes sobrios. La diversión desde este continuo consciencia-inconsciencia sirve de metáfora para entender mejor las diferencias entre los dos colectivos, diferencias que tienen que ver con su visión del mundo, con la sociedad, con la realidad, con uno mismo/a. La principal conclusión del presente estudio es que los jóvenes sobrios, los que no se drogan, salen de marcha y se divierten, experimentan placeres, y todo ello lo hacen manteniendo la conciencia de sus actos, saben lo que hacen, lo recuerdan al día siguiente, son capaces de elaborar estrategias y juegos que les llevan a la risa, al desarrollo de la imaginación para subvertir el orden necesario para lograr diversión, burlas, ironías, descubrimientos de sensaciones y placeres. A veces, también se aburren. Porque la diversión no siempre está garantizada, y menos cuando depende de uno mismo, pero el aburrimiento o el desánimo tienden a experimentarlo como parte del juego de la vida.

Así expresado parece que los jóvenes que no consumen drogas y se divierten sin drogas son poseedores de una enorme ventaja, o de una cualidad a imitar, pero la cuestión no es tan simple. Socialmente, en la España actual, no está tan reconocido que los jóvenes que no consumen drogas tengan ventajas, y aún menos en los contextos más hegemónicos de la diversión. Quizás hay grandes discursos institucionales, y campañas preventivas que así lo transmiten, pero esto no es suficiente. En los contextos donde desarrollan los jóvenes su vida cotidiana, cuando están con sus pares y escuchan a sus líderes, no siempre les transmiten ese mensaje. En concreto, en el

contexto recreativo más bien el mensaje que reciben es que el consumo de drogas (ya sean legales o ilegales) es el camino idóneo para alcanzar un estado de fiesta, diversión y placer. Ser un no-consumidor en muchos contextos es vivido como una desventaja o un precio a pagar para mantener la propia salud frente a las “excelencias” del modelo de diversión hegemónico (MDH).

A lo largo del estudio se ha tratado de encontrar un término preciso y positivo para etiquetar a los jóvenes que no consumen drogas, sin necesidad de definirlos “en negativo”, en oposición a “algo” socialmente valorado. Las dificultades para lograrlo son un reflejo de la valoración social actual de estos jóvenes. Hay un vacío. Esos jóvenes, en algún sentido, no existen socialmente, no hay conceptos precisos y positivos para referirnos a ellos excepto como oposición a los que sí tienen entidad, los consumidores. La valoración de los no-consumidores es precaria, mientras que existe una especial atención, a veces tolerancia e incluso simpatía para quienes sí son consumidores. Y estos últimos por su imagen en los medios de comunicación incluso se han convertido en un reflejo de lo que es la juventud española en su conjunto, a pesar de ser una minoría. En los grupos de discusión realizados para este estudio se han propuesto los términos de ‘consumidores sobrios’ o ‘abstinentes’¹⁶ para referirnos a ellos. En general no han gustado. Los términos relativos al no-uso de drogas les parecen insuficientes para etiquetar una actitud ante la vida y ante la diversión. Las referencias a la sobriedad y la abstinencia se relacionan con virtudes promocionadas por la Iglesia Católica y con una actitud recatada ante la vida. La falta de un concepto socialmente establecido y positivo para denominar a los que no consumen es ya un síntoma de que ese colectivo necesita reforzarse, estar más reconocido y valorado.

Los jóvenes no consumidores también necesitan apoyo preventivo. Es necesario favorecer el desarrollo de los entonos físicos en respuesta a las necesidades de muchos adolescentes y jóvenes que demandan contextos donde la diversión pueda conseguir sus objetivos esenciales y genuinos (socialización, estimulación, evasión y fiesta) sin mezclarse con el uso de drogas. Sin la generalización de estas experiencias será más difícil el logro de una diversión saludable y genuina que subyace como aspiración de bastantes jóvenes.

El enfoque hacia el colectivo de no-consumidores ha contribuido a identificar con mayor nitidez los esquemas y sesgos cognitivos que representan una vulnerabilidad ante el uso de drogas y sus riesgos asociados. Los jóvenes que no consumen drogas contribuyen a crear las bases para fomentar una diversión genuina y no tan excesivamente contaminada con el uso de drogas, y por ello son agentes claves a tener en cuenta en la prevención. En otros casos, la prevención requerirá además modificar estilos de vida donde el uso de drogas forma parte de una orientación hacia la conducta – problema, los riesgos y la falta de autocontrol más generalizados.

¹⁶ Según el diccionario de la RAE ‘sobrio’ se define como persona templada o moderada, y como persona que no está borracha. En este estudio y por extensión se utiliza como referencia a personas que no están bajo los efectos ni del alcohol ni de otras drogas porque no las consumen. También según el diccionario de la RAE diccionario el término ‘abstinente’ hace referencia a la persona que practica la virtud de la abstinencia, que se abstiene, que se priva de algo.

El estudio que se presenta ha permitido entrar en la dimensión de la hegemonía que está adquiriendo el "salir de marcha" como forma de diversión. Esa dimensión es clave, ya que la diversión puede quedar constreñida a una lógica y contexto. De alguna forma con el presente estudio se propone una defensa de la diversidad y de la igualdad de oportunidades. Hay una llamada de atención a que el ocio y tiempo libre de los jóvenes se esté orientando hacia una sola dimensión o contexto. Y que dentro de ese contexto hay jóvenes con más ventajas que otros, debido a esa hegemonía en la lógica y significado que se otorga a la diversión.

Las drogas forman parte de ese contexto hegemónico y cumplen una función socializadora incluso para quienes no las consumen; se han convertido en parte de la vida social y es necesario tener en cuenta su expansión e influencia. Los estudios existentes son aún insuficientes para valorar ese entramado complejo entre jóvenes, diversión y drogas. Pero sí se sabe a través de los estudios longitudinales que buena parte de los jóvenes que consumen drogas dejan de hacerlo con la edad, cuando asumen el rol de adultos; aunque en menor medida aquellos que abusan. Pero la dinámica social cambia con rapidez. Los adolescentes actuales reciben otras influencias que forman su imaginario distintas a las que recibieron los adolescentes de hace diez años. Es por tanto necesario una mayor apuesta por la investigación que ayude a entender mejor los vínculos que van configurando la relación entre los jóvenes y las drogas en cada etapa social.

6.1. EL MODELO IREFREA. UNA MIRADA AL CONTEXTO RECREATIVO HEGEMÓNICO

El estudio presentado se ha construido con estudios de encuestas y etnográficos realizados durante el año 2003 en cuatro CCAA españolas (en una ciudad de cada una de ellas: Bilbao, Madrid, Palma de Mallorca y Vigo). Se ha realizado una encuesta a 806 jóvenes, la mitad consumidores y la otra mitad no-consumidores (o consumidores moderados), la mitad varones y la otra mitad mujeres, la mitad menores de 19 años y la otra mitad entre 19 y 30 años. Dentro del estudio cualitativo, en cada una de las ciudades se ha realizado un estudio observacional detallado en los ambientes recreativos. Con posterioridad al desarrollo de la encuesta se han realizado ocho grupos de discusión con consumidores y no-consumidores así como entrevistas individuales a jóvenes no consumidores.

En el primer capítulo se demuestra que los jóvenes que no consumen drogas son una mayoría en nuestro país, a través de un análisis de los datos procedentes de dos encuestas nacionales, con muestras suficientemente amplias y representativas. A través de los resultados de estas encuestas se puede ver que los jóvenes que no consumen drogas existen, son mayoría, y que también salen de marcha y están presentes en los ámbitos de la diversión. También se comparan los jóvenes abstinentes con los que sí consumen drogas, por lo menos alguna droga ilegal. Los datos muestran que jóvenes que se abstienen de consumir drogas son más sanos, tienen mejor adaptación y desempeño en los estudios y en el entorno familiar.

El segundo capítulo compara a los jóvenes que no consumen drogas legales y/o ilegales o que lo hacen muy esporádicamente con los que sí consumen, y que participan en el contexto recreativo a partir de los datos obtenidos en una encuesta a 806 jóvenes. Las variables estudiadas se agrupan en cuatro áreas:

- Contexto familiar y amigos,
- Características relativas a la personalidad y conductas desviadas o de riesgo.
- Variables motivacionales y cognitivas relativas a las drogas (actitudes, percepciones, expectativas y motivación)
- Gestión de la vida recreativa del fin de semana.

Las cuatro áreas estudiadas y la mayoría de las variables incluidas en cada una de ellas son relevantes para distinguir, definir y entender a los que consumen drogas legales e ilegales de los que no lo hacen. Se ha construido un modelo global basado en los análisis discriminantes para distinguir ambos grupos, que combina estas cuatro áreas y sugiere que *los estilos de relación con el contexto recreativo hegemónico 'salir de marcha' son los más relevantes en la predicción del consumo de drogas, junto con el factor relativo al consumo de drogas en los pares y familiares*. El modelo clasifica correctamente casi el 90% de los sujetos en consumidores o no consumidores, independientemente del género y grupo de edad, validando resultados muy similares hallados por IREFREA en un estudio a nivel europeo (Calafat et al. 2003).

Del modelo IREFREA y su análisis se derivan importantes efectos en el ámbito preventivo. Los datos indican categóricamente que las intervenciones educativas y la prevención deben tener en cuenta la gestión del ocio nocturno y del fin de semana y situarla en un lugar prioritario como factor esencial y primordial en la etiología del uso de drogas. La mirada a los no consumidores permite desmontar el "mito" de que la diversión y uso de drogas forman un binomio indisoluble, según el cual el uso de drogas tiende a ser justificado a través de un concepto de diversión asociado a la búsqueda de sensaciones, al riesgo, la desinhibición y oposición ante la norma. Hay otras formas de entender la diversión, incluso hay otras formas de experimentar la búsqueda de sensaciones, los riesgos o las transgresiones. Las estrategias preventivas deben elaborarse a partir de conocer en mayor profundidad el significado que se da a esos ideales de la diversión y al contexto donde se desarrolla la diversión de los jóvenes. El diseño de estas estrategias podría aprender mucho de la gestión del fin de semana que hacen muchos jóvenes y adolescentes que no consumen drogas, los significados que crean y sus estrategias de eludir el consumo de drogas. Las campañas educativas también podrían enfocar hacia las experiencias de los jóvenes no consumidores que demuestran que una alta implicación y disfrute del fin de semana sin drogas es posible y está muy presente en nuestras comunidades.

Es necesario subrayar que el uso de drogas se inicia y mantiene a través de modelos e interacciones con el grupo de pares. El uso de drogas se justifica en ocasiones a través del vínculo afectivo (con familiares, amigos y relaciones íntimas, regenerándose a expensas de estos ideales para la juventud (amistad y diversión), hasta llegar incluso a convertirse en un criterio para la inclusión y exclusión en la red social del sujeto. La prevención del uso de drogas necesita desarrollar mensajes que ayuden a los jóvenes a discernir entre lo relevante de una relación afectiva y el uso de drogas como un componente accesorio, circunstancial e innecesario.

A lo largo del estudio se han ido dando contenido al concepto de Modelo de Diversión Hegemónico (MDH). Se han ido mostrando algunas características de ese modelo a través de los jóvenes que no consumen drogas. Con este concepto denomi-

namos a una diversidad de espacios donde van los jóvenes por la noche o los fines de semana. Esos espacios incluyen locales en los cuales suele haber música, espacios para bailar, una estética orientada a crear emociones a través de juegos de luces o imágenes. Pero también se incluyen en el modelo los espacios como el botellón, o las calles y plazas que sirven de encuentro para los jóvenes y que están en la ruta de la noche; en conjunto esos espacios se complementan unos con otros. En pocas décadas el ‘salir de marcha’ ha pasado de ser una actividad más bien elitista y limitada en el tiempo a desarrollar una gran industria que atrae a una mayoría de jóvenes. Hoy es un espacio dinámico y en crecimiento en toda España. Pero forma parte de una tendencia global, con un importante auge durante la última década en los países desarrollados y en proceso de ser adoptado por otros países en vías de desarrollo. Puede considerarse que el ‘salir de marcha’ es una forma de diversión, que en cierta manera, con el auge del turismo, España exporta a Europa y Europa al resto del mundo.

La hegemonía de este modelo de diversión viene dada por varias razones, es una de las actividades que tienden a practicar y de forma creciente muchos jóvenes españoles; a ella dedican un tiempo considerable de su ocio y de sus recursos económicos; se ha convertido en una forma de diversión que progresivamente está desplazando otras formas de diversión o de ocupar el tiempo libre; se está convirtiendo en un espacio muy importante de socialización de los jóvenes; y los elementos que la integran, desde la tecnología hasta los profesionales que participan, ocupan un lugar clave en la definición que se da al significado de la diversión. Este modelo de diversión está creando una importante industria que tiene como objetivo el beneficio económico, lo que supone que los jóvenes que participan dedican una parte de sus recursos a esas actividades. En el MDH los jóvenes permanecen en locales o espacios que tienden a estar masificados donde la música, las luces, la estética llenan y definen el ambiente. La diversión consiste en la proximidad de muchos otros, la música y el baile colectivo, la interacción con los amigos, cortar con la rutina de la semana, y en especial el consumo de alcohol y otras drogas que ayudan a buscar una determinada forma de placer. En el MDH el consumo de drogas es la norma como medio para lograr una transformación, un viaje hacia una ruptura o una ‘liberación’ del orden simbólico, de la racionalidad cotidiana, en ocasiones del rol sexual. Existe una intensa interacción entre las drogas y los elementos culturales que aportan los profesionales que crean el MDH¹⁷. Un esquema de cómo se ha ido definiendo el MDH y sus características es el siguiente:

Modelo de Diversión Hegemónica (MDH)

- Es un espacio cada vez más popular donde participan una mayoría de adolescentes y jóvenes las noches de los fines de semana. Se denomina ‘salir de marcha’.

¹⁷ Una de las publicaciones que puede ayudar a comprender mejor la relación entre los espacios de diversión y el consumo de drogas es el libro *En éxtasis* del periodista valenciano Joan M. Oleaque, editado en Ara llibres, y que ofrece una narración de la historia de la ‘ruta del bacalao’.

- Tiende a concentrar a los jóvenes por grupos de edad con exclusión de los adultos.
- Tiende a expandirse en el tiempo y en el espacio, excluyendo otras formas de diversión y actividades de tiempo libre.
- Crea las condiciones para que los que participan se impliquen cada vez más (más tiempo, más frecuencia,...).
- Incorpora actividades que pueden interferir en la vida familiar, en los estudios y en el trabajo.
- Incorpora actividades caras, con un coste económico importante que tiene consecuencia en la economía de los jóvenes y de las familias.
- El modelo fomenta y se apoya en el mercado de elementos de identidad juvenil (indumentaria, música, tecnología, símbolos, automóvil, drogas,...), estatus y prestigio.
- Los elementos que intervienen están diseñados por una industria con intereses económicos. Estos elementos dan significado a la diversión y la convierten en una mercancía.
- Promociona una búsqueda de diversión y placer rápidos (fast-pleasure)
- Las drogas y el alcohol son una tecnología que se está convirtiendo en necesaria para mantener el MDH (desinhibir, experimentar, buscar sensaciones, permanecer activos,...)
- La participación en el MDH es uno de los mejores predictores del consumo de drogas.

Resulta imprescindible subrayar que a pesar de que hay muchos elementos que invitan al consumo de drogas en los espacios del MDH los jóvenes que de él participan son diversos. Y como se ha visto los jóvenes abstinentes están presentes a pesar de la presión social directa (oferta e inducción) e indirecta (modelos de consumo). No obstante, esos jóvenes que no consumen, y que son la excepción que justifica la norma, participan menos de esos ambientes, salen de marcha con menos frecuencia y vuelven antes a sus casas. Participan de esos ambientes durante las primeras horas de la noche cuando aun se mantiene un cierto ambiente de sobriedad y de comunicación, pero es muy difícil encontrar a un no-consumidor a ciertas horas de la madrugada o en locales after. Los jóvenes que no consumen suelen completar ese estilo de diversión con otras actividades de ocio, diversifican más sus actividades recreativas. Para unos y otros el disfrutar de los amigos, la música y el baile son los objetivos de la noche. Existen distintos estilos musicales y hay más tendencia de los no consumidores hacia estilos como el pop, la música local y el rock. Los consumidores de drogas tienden más hacia la música tecno y house, o música máquina.

6.2. CONSUMIDORES Y ABSTINENTES, VARONES Y MUJERES

Mirar hacia los jóvenes que son no-consumidores no significa que se haya optado en la investigación por un posicionamiento ideológico que divide a los jóvenes en 'bue-

nos' y 'malos'. Como profesionales implicados en cuestiones sociales es evidente que existe en nosotros el deseo genuino de que los jóvenes logren sus metas y objetivos vitales con el mínimo de interferencias y con un desarrollo saludable. Se ha optado por elegir dos colectivos opuestos en relación al consumo dentro de un 'continuum' en el que se ha dejado sin analizar a aquellos que se encuentran en medio. Se ha hecho así por una cuestión metodológica, y con la intención de aportar conocimiento científico. La estrategia seguida ha permitido dar un paso más en la descripción del MDH, ha permitido enfocar hacia un colectivo que es casi invisible y esperamos que contribuya a mejorar la prevención de drogas en nuestra sociedad, así como la imagen y el potencial que tienen los jóvenes. La necesidad metodológica de crear estereotipos y clasificaciones se ha tratado de superar, y también siguiendo criterios científicos, relacionando datos tanto cualitativos como cuantitativos y entrando en la complejidad de la diversidad de jóvenes que participan en el ámbito recreativo.

Este es un estudio que indaga sobre la experiencia, situación y necesidades de los jóvenes no-consumidores y consumidores moderados de drogas en el contexto recreativo. A través de ellos se mira al contexto recreativo hegemónico y al colectivo de jóvenes que consumen drogas y que incurren en conductas de riesgo. Sin lugar a dudas estos consumidores de riesgo requieren atención, lo cual supone que tienen que ser mejor conocidos y que hay que diseñar y evaluar políticas y programas preventivos que influyan sobre sus conductas y sus formas de consumo. La realidad es que se sabe poco sobre el colectivo de jóvenes que está en situación de riesgo por su consumo de drogas en el espacio recreativo; se conoce poco acerca de su permeabilidad hacia las medidas preventivas y difícilmente se puede hablar de programas preventivos que hayan demostrado su eficacia en estos contextos y que sean exportables. No hay ninguna duda de que hay que seguir estudiando y trabajando sobre el colectivo de consumidores de riesgo.

Las interrelaciones entre los dos colectivos que han formado parte del estudio son complejas. Es una relación de comprensión y tolerancia pero con reservas, sin una total aceptación. Unos y otros entienden a los que se divierten de otra forma, a veces se admiran o quisieran ser como 'los otros', conviven en el mismo contexto pero no se confunden. Los jóvenes que no-consumen afirman que han de hacer un esfuerzo mayor para relacionarse con los que sí consumen, les resulta complicado divertirse con ellos, sobretudo a partir de ciertas horas y tienden a buscar compañeros que no consuman drogas. Esa discriminación también la hacen los que consumen drogas, ya que necesitan reforzar su conducta con quienes también consumen. Los que no consumen se sienten presionados por los que sí lo hacen, dado que la norma en el contexto y la cultura de la diversión hegemónica es el consumo de drogas, y en algún sentido se sienten transgresores, sienten que hacen algo fuera de lo establecido, fuera de las normas de esa subcultura de la diversión. Ser trasgresor no siempre es una conducta divertida o deseada, conlleva un importante estrés y consecuencias en el sentido de exclusión. Algunos jóvenes no-consumidores de drogas responden a una conducta razonada, saben por qué optan por no consumir o hacerlo de forma ocasional, llevan con orgullo el no consumir drogas. Pero otros jóvenes no-consumidores están confusos debido a mensajes y sentimientos contradictorios, se avergüenzan un poco, no saben muy bien por qué no consumen, intuyen que hay peligros pero la racionalidad en positivo que

legítima el consumo en los ambientes donde están con sus amigos les presiona directa e indirectamente. En las entrevistas con los no-consumidores se han percibido esas distintas posiciones ante el consumo, de tal manera que en un contexto de presión ante el consumo una parte de esos no consumidores van a ceder al consumo de drogas si no reciben apoyo. Si se logra dar valor social al no-consumo de drogas o a un consumo muy moderado se pueden obtener enormes ventajas preventivas, que en parte van a beneficiar al colectivo de los jóvenes abstinentes y en parte van a contribuir a que ese colectivo pueda participar en la prevención –sin perjuicio de otras actuaciones-. En definitiva se trata de entender que existe una gran diversidad de jóvenes que participan en la noche, el consumir drogas marca diferencias entre ellos y las posibilidades preventivas deben ampliarse y asumir esa diversidad.

Diferencias de género

La cuestión del género en el consumo de drogas recreativas es otro enclave fundamental, con importante trascendencia en la prevención. Y debería valorarse con espíritu crítico mensajes y consignas que tratan de potenciar un nuevo rol social de las mujeres, en especial en relación a la publicidad del alcohol y el tabaco. La sociedad ha dejado de penalizar el consumo de alcohol y drogas en las mujeres y con ello el colectivo femenino se ha convertido en la diana de la publicidad de drogas legales. Ello está teniendo sus consecuencias en el aumento del consumo y en que las pautas tiendan a igualarse entre los dos géneros. No obstante, la prevalencia de consumo de drogas ilegales es todavía menor entre las mujeres y hay mayor tendencia al abuso entre los consumidores varones, tanto de drogas legales como ilegales.

Las diferencias entre mujeres y hombres no consumidores son mayores a la hora de valorar el riesgo asociado a diversos patrones de consumo de drogas legales e ilegales, siendo esta percepción de riesgo mayor entre las mujeres. Donde las diferencias de género son mayores es ante el riesgo de conducir bajo los efectos del alcohol y las drogas. Las mujeres, tanto las consumidoras como las abstinentes, tienen una probabilidad mucho menor de conducir bajo los efectos del alcohol y las drogas o de ir de pasajeras con un conductor que está bajo los efectos de dichas sustancias.

Junto con los no-consumidores de drogas, las mujeres juegan un papel preventivo fundamental en la escena recreativa. La conducta femenina tiende, a pesar de los cambios, a ser más protectora y más moderada ante el consumo y los riesgos. Las mujeres jóvenes sienten más preocupación ante el consumo de drogas de sus amigos y parejas, lo expresa así el 89,7% de las mujeres de la muestra quienes se preocuparía si alguno de sus amigos bebiera de forma excesiva (vs el 75,8% de los varones); el 83,4% de las mujeres haría todo lo que pudiera por cambiar la actitud de un amigo consumidor (vs el 63,7% de los varones). Esa mayor implicación invita a un papel preventivo que las mujeres pueden desarrollar si se valora en positivo su actitud, pero para ello es necesario reafirmar que algunos aspectos del rol femenino pueden ser muy positivos y no devalúan a las mujeres en el proceso hacia la igualdad de género, más bien al contrario. La actitud de mayor precaución que adoptan las mujeres es una de las cualidades que aportan las mujeres en el proceso hacia la igualdad.

6.3. CONTROL Y RIESGOS

Los jóvenes que optan por no consumir drogas, están aplicando el “*principio precautorio*” en el sentido en que lo define Ulrich Beck (2000). Y lo hacen para impedir que unas sustancias que saben que conllevan riesgos les perjudiquen. Hay jóvenes sobrios que están influenciados por discursos acerca de los aspectos positivos de las drogas y algunos incluso creen que podrían ser beneficiosas, pero en ellos tiene más peso la precaución, el no tener una completa certeza de la inocuidad de esas sustancias para su salud e integridad. El *principio precautorio* es una estrategia idónea ante las drogas. Y en la actualidad ya existen bastantes profesionales que consideran que el principio precautorio debe aplicarse para paliar las consecuencias negativas del desarrollo tecnológico en cuestiones de salud pública. Su aplicación y promoción ante el uso de drogas en el mundo recreativo parece una cuestión prioritaria, dado que además existe suficiente información de los riesgos y consecuencias negativas que se asumen con el consumo de drogas.

En el capítulo 4 se han tratado temas de riesgo y control dentro del espacio recreativo, en relación al consumo de drogas y estableciendo diferencias entre consumidores de drogas y quienes no consumen. La relación con el riesgo es uno de los componentes estructurales de la vida individual y social. El esfuerzo por hacer frente a los riesgos actúa como motor del progreso tecnocientífico, incentiva cambios normativos, promueve estrategias preventivas y agudiza los sistemas de control. Buena parte del desarrollo tecnológico moderno se ha orientado a superar situaciones de riesgos. A pesar de esa gran apuesta en ir controlando riesgos, en la medida en que nuestra sociedad se ha ido transformando y modernizándose, aparecen nuevas situaciones de riesgo, nuevos retos y nuevas necesidades. El desarrollo socioeconómico hace aflorar nuevos riesgos así como una nueva gestión y distribución de estos (Beck 2000).

Aunque los riesgos relacionados con el consumo generalizado de drogas (como el alcohol y el opio) ya han sido experimentados a lo largo de la historia en distintas sociedades y colectivos, los cambios en el contexto en que se produce su uso, tipo de sustancias, estilos de vida, colectivos afectados, disponibilidad económica, aceptación social, etc., hacen que la situación siempre sea nueva y las consecuencias imprevistas. El actual consumo de drogas va acompañado de nuevos riesgos y nuevas consecuencias sociales para los consumidores, que en buena parte están por estudiar. Hasta hace poco más de una década los que algunos llaman ‘la normalización’ del consumo de drogas en la población juvenil estaba en el plano de lo predecible. Actualmente ya se propone como un hecho¹⁸ y sus consecuencias biofisiológicas y sociales se están analizando¹⁹. La controversia entre expertos es aun más intensa debido a las dificultades para medir y cuantificar los aspectos menos tangibles del impacto del uso de

¹⁸ Hay una controversia acerca de la idea de normalización del consumo. Howard Parker (2002) es uno de los principales representantes que apoyan la dinámica de la ‘normalidad’ del consumo de drogas en los ambientes recreativos juveniles. En la polémica participan otros autores, aquí se ha tenido en cuenta a Wibberley (2000)

¹⁹ La situación de los consumidores de riesgo en el ámbito recreativo ha estado estudiada por IREFREA. Fernández, Calafat y Juan (2004).

drogas, como la forma en que estos cambios afectan a los jóvenes: sus valores, creencias, desarrollo, autonomía, etc. Además de todas las lagunas que todavía existen en conocer sus efectos neurofisiológicos y sobre la personalidad. Los riesgos en el plano socio-cultural son aun menos visibles y demostrables, ya que su análisis requiere de datos y estudios longitudinales, pero además entra más de lleno en la subjetividad, la ideología y el sistema de valores de los investigadores. La sociedad en la que vivimos es cada vez más compleja y analizar la cuestión de las drogas es una tarea que obliga a articular distintos niveles de conocimiento, el científico, ético e ideológico. Y dentro del científico tanto el biológico, químico, social, psicológico y cultural. Por ello es una de las cuestiones más complejas y que más obligan a un análisis en profundidad de la dinámica social.

No se trata de negar que para bastantes jóvenes el consumo de drogas y su relación con los riesgos supone una etapa dentro de su proyecto personal de maduración y de que hay personas que mantienen con las drogas una relación relativamente cómoda y controlada. Pero para otros jóvenes, aún cuando el consumo tenga un significado recreativo, tiene consecuencias negativas a corto y medio plazo, interfiere en sus relaciones personales, les expone a riesgos con consecuencias graves como accidentes (ver Tabla 4.1) o embarazos no deseados, e incapacita para aprender otras habilidades para lograr objetivos tan básicos como relacionarse con los demás y divertirse en el ámbito recreativo. Las drogas son vistas por los no-consumidores como sustancias con capacidad para reducir progresivamente la capacidad de lograr un ocio creativo, la madurez, una mayor autonomía personal y la capacidad de participar activamente como agente en su colectividad, pues vinculan la diversión a una búsqueda de placer compulsivo y pasivo.

Existe en muchas ocasiones un desequilibrio entre normativa legal y social ante las drogas. Las expectativas que casi siempre existen ante las drogas están siendo reforzadas indirectamente por una cultura legitimadora que se desarrolla en los ambientes juveniles. Esa legitimación tiene consecuencias directas en el consumo que hacen los jóvenes porque les crean expectativas positivas, vínculos simbólicos entre el consumo y el logro de ideales positivos. Debe entenderse las expectativas como un elemento antecedente de la conducta, adquirido en función del ambiente y del aprendizaje, estando íntimamente relacionadas en los primeros años con el proceso de socialización²⁰. El problema de esa dinámica es más grave porque paralelamente no está habiendo una actividad cultural eficaz explícita y suficiente que soporte las expectativas y necesidades de los jóvenes sobrios. Sus valores son vistos muchas veces como

²⁰ Las expectativas son definidas por Olson, Roese y Zanna como "las creencias sobre un estado futuro de acontecimientos. Como tales, las expectativas representan los mecanismos a través de los cuales las experiencias y el conocimiento pasado son utilizados para predecir el futuro. Cada acción deliberada que hacemos se basa en asunciones (expectativas) sobre cómo funciona/reacciona el mundo en respuesta a nuestra acción" (Olson, Roese y Zanna 1996: 211). Por tanto, todas las expectativas están derivadas de las creencias o, lo que es lo mismo, de nuestros conocimientos y esquemas sobre el mundo. Las creencias percibidas sobre el futuro tienen importantes implicaciones para los pensamientos, sentimientos y acciones de la persona. Como un ejemplo, las expectativas lo que hacen es centrar y dirigir la atención hacia el objeto predicho, buscando la consistencia y apartando la inconsistencia.

anticuados o poco prácticos, como jóvenes recatados y subordinados al control social de los adultos.

La Tabla 4.2 muestra las diferencias entre consumidores de drogas y abstinentes ante el control legal de las drogas, lo que muestra otra diferencia fundamental ante la gestión del riesgo que procede del consumo de drogas. Dicho riesgo debería estar controlado socialmente para unos, mientras que para otros es un tema privado que debe gestionar el individuo. El 56,2% de los consumidores considera que el consumo de drogas debe estar regulado (vs el 87,7% de los no-consumidores; incluso esa gestión más individual o privada se traslada al consumo de los menores, solo el 54,9% cree que debe haber restricciones sobre el consumo de alcohol a menores (vs el 85,5% de los no-consumidores). Los valores ante el riesgo y su control son valorados de forma distinta según se sea o no consumidor.

La mayoría de los jóvenes que han formado parte del estudio tienen conciencia del riesgo derivado del consumo de las drogas, pero su gestión del riesgo ya se ha visto que varía según un colectivo u otro. La gran mayoría de los jóvenes, los que se drogan y los abstinentes piensan que ejercer control es importante; pero el significado o el contenido que dan a la palabra control es distinto e incluso varía dentro del colectivo de los consumidores. Lo que hacen los jóvenes es elegir los argumentos que mejor se adaptan a su realidad y creencias²¹. Los jóvenes que deciden no consumir desarrollan una capacidad de autocontrol que es la más efectiva, mientras que sus coetáneos consumidores de drogas también desarrollan estrategias de control del consumo, pero menos efectivos y en algunos casos totalmente inefectivas. La elección que se hace ante el consumo, la percepción del riesgo que se desarrolla y el autocontrol que se ejerce está apoyada por distintos valores, motivación y expectativas según los distintos no-consumidores, entre otros:

- Por tener un proyecto vital que contribuya a postergar los beneficios a más largo plazo;
- Porque no están interesados en los efectos de las drogas a pesar de que conocen los argumentos en pro de sus supuestos beneficios,
- Por un sentimiento de responsabilidad más intenso hacia ellos y su entorno,
- Están más interesados a asumir otro tipo de riesgos que tienen que ver con otras creencias, como la de participación en la construcción social, en cambios sociales a través de organizaciones.
- Por el rechazo a los riesgos, sean del tipo que sean.

Por tanto, creemos que actualmente el riesgo va unido a la vida del joven. Pero el control, y el autocontrol, pueden igualmente ejercerse en todas las áreas de la vida, incluyendo la vida recreativa y el consumo de drogas. Se incrementa el riesgo de que, a mayor acceso a determinados estilos de vida un mayor número de personas

²¹ En el estudio de IREFREA *Risk and control in the recreational drug cultura* (Calafat et al 2001) se describen distintas actitudes para neutralizar el control que adoptan los consumidores de drogas recreativas: Tabla 6.1, pag. 220.

tengan conductas de riesgo, aunque una parte importante pudiera desarrollar estrategias a corto, medio y largo plazo para minimizar los posibles problemas. Potenciar estos aspectos (valores, motivación y expectativas), en el plano individual, de los compañeros e iguales, de la familia, en la escuela, en los espacios recreativos y medio social, puede resultar un camino para conseguir que las personas consuman menos drogas, tengan menos problemas y puedan realizarse a nivel personal. Esto no significa cerrar los ojos a la realidad del consumo y del riesgo. Los comportamientos de riesgo no van a desaparecer por mucho que los consumidores moderados o los abstinentes refuercen su posición. Pero quizás si se mejora la posición de los no-consumidores en el contexto recreativo y se tienen en cuenta sus posibilidades en prevención se encuentren más argumentos para exigir a la industria recreativa colaboración y responsabilidad ante la cuota de socialización de los jóvenes que ellos dirigen.

6.4. EL PANORAMA DE LA PREVENCIÓN EN EL CONTEXTO RECREATIVO

El último capítulo del libro presenta una revisión de programas preventivos implementados en el espacio recreativo en diversos países europeos. La principal conclusión es que no existe un marco teórico claro de los programas de prevención implementados en ambientes recreativos, puesto que lo que existe en realidad son diversos marcos ideológicos. Tal como afirmaban ya las revisiones anteriores (Tossmann 1999; Burkhart 2001) resulta difícil hacer una clasificación coherente de estos programas. Asistimos a una proliferación de estrategias que no están basadas en criterios científicos, ni persigue objetivos preventivos claros y bien definidos. A menudo se basan en una combinación de estrategias diferentes que en ocasiones, en un mismo programa, son al mismo tiempo objetivos generales, objetivos específicos y métodos.

La evaluación de estos programas es el gran reto para conseguir desarrollar una guía de 'buenas prácticas' y estamos lejos aún de conseguirlo, aunque hay profesionales que creen que ya estamos en condiciones de hacer recomendaciones claras. A pesar de que son muchos los programas que afirman realizar evaluación de resultados, en la práctica, los indicadores utilizados dan cuenta del proceso, refiriéndose en su mayor parte al número de población objetivo alcanzada por el programa, a las características de ésta y a su grado de satisfacción con el programa. En las muy contadas ocasiones en que los programas exponen indicadores de resultados -teniendo en cuenta que éstos deben ser la prevención del consumo de drogas o la disminución de los problemas asociados a su uso-, éstos no garantizan en ningún sentido que los logros sean consecuencia directa de su paso por el programa. Es imprescindible un mejor conocimiento y aplicación de los objetivos de la evaluación. Continúa siendo necesario el desarrollo sistemático de la investigación en este sentido.

Queda claro que la cultura recreativa se expande y que es cada vez más aceptada como un ingrediente más de la vida moderna, lo cual implica indirectamente en la práctica un aumento de la tolerancia social al uso de alcohol y otras drogas por parte de la juventud.

La mayoría de programas preventivos se basan en un estricto respeto de la lógica recreativa actual y sólo tratan de proveer a los usuarios en situación de riesgo por

consumo de drogas de elementos de información y supuestamente de habilidades para afrontar con menos riesgos su comportamiento recreativo y de uso de drogas, aunque no está demostrado que dichas habilidades se adquieran o se utilicen realmente. Parecería no obstante necesario que, además de aplicar programas eficaces que intervengan sobre aspectos concretos, será necesario investigar e intervenir sobre todos aquellos elementos que introduzcan cambios en la cultura recreativa y del tiempo libre de los jóvenes a través de promover directa e indirectamente hábitos peligrosos relacionados con el consumo de drogas, sexualidad no responsable, etc. En este sentido, implicar a la industria recreativa es un aspecto clave, pues depende de ellos este montaje, ellos tienen los medios y la responsabilidad. Si pretendemos influir en la cultura recreativa, actuar sobre la industria significa influir directamente sobre el vehículo que la sociedad de consumo utiliza para elaborar, transmitir y consolidar los modelos de diversión actuales.

Como destacan las revisiones realizadas, los programas basados en proveer información son claramente mayoritarios en el terreno de la prevención recreativa. Una vez más hay que señalar que la información es esencial en todo programa, pero no suficiente para cambiar actitudes y comportamientos, que requieren necesariamente un prolongado período de interacción. La prevención recreativa se basa generalmente en actuaciones muy puntuales y aisladas. Es necesario desarrollar estrategias complementarias que consigan implicar a los jóvenes de situación de riesgo en programas socio-educativos-terapéuticos de suficiente duración.

En referencia a la calidad de implementación de los programas, es importante conocer mejor cuales son las características de los grupos mediadores de los programas y estrategias de prevención. Nos referimos básicamente a aquellos profesionales de la industria (porteros, camareros, responsables,...), de los medios de comunicación juveniles (radios, revistas, etc), de las asociaciones juveniles y los propiamente profesionales de los servicios sociales y de la prevención que están en contacto directo con este tipo de jóvenes y que son los que están en las mejores condiciones para transmitir mensajes y llevar a cabo los programas de prevención que se diseñen. ¿Cuáles son sus características personales, qué tipo de formación y habilidades son las más adecuadas y qué tareas desarrollan en los programas preventivos? ¿Qué tipo de información tienen y cual es su disponibilidad respecto a participar en programas de prevención? ¿Qué consumos hacen ellos mismos de alcohol y otras drogas y qué hábitos de diversión tienen? También es necesario evaluar la cualificación de estos intermediarios de cara a optimizar la calidad de la intervención. Es necesario promover la investigación en este campo.

La gran mayoría de programas se dirigen a consumidores y no consumidores sin utilizar materiales diferenciados ni estrategias específicas, en definitiva los objetivos son los mismos. En la práctica acaban siendo los consumidores moderados o los no consumidores quienes se interesan más por las cuestiones preventivas y los que acaban siendo los destinatarios de la información que sin embargo no está pensada en función de su situación. La orientación mayoritaria en este tipo de programas es la reducción de daños. Resulta imprescindible conocer cómo es asumida esta información por el grupo de no consumidores o consumidores moderados.

En las consideraciones finales del estudio Tossman et al (1999) se consideraba necesario promover programas dirigidos a consumidores de riesgo, lo cual nos sigue pareciendo un objetivo a mantener, considerando a la vez necesario promover la implementación de programas que tengan en cuenta a los no consumidores o consumidores moderados como una opción que debe ser mantenida en positivo. En la presente revisión, la mayoría de programas se dirigen bien al grupo de consumidores, sin distinguir entre consumidores moderados o habituales, o a consumidores y no consumidores indistintamente, sin diferenciar sus estrategias. El incremento de programas dirigidos a consumidores no es juzgado como negativo, pero sí consideramos negativo el hecho de que disminuyan los esfuerzos preventivos dirigidos al colectivo de no consumidores.

Consideramos que la prevención puede aprender de estos colectivos más moderados en sus consumos y en la asunción de riesgos, para extraer estrategias, puntos de vista sobre la diversión y el consumo de drogas, y ver como utilizarlos como elementos preventivos. Promover la investigación sobre estos aspectos permitirá estar en mejores condiciones para influir sobre las subculturas juveniles.

Sin duda, los programas que mejor representan el papel de los no consumidores o consumidores moderados son los programas de alternativas de ocio y lugares recreativos libres de drogas. Si hay algo claramente positivo de estos programas es que empiezan a plantearse las cosas desde la perspectiva del no consumidor y ello puede abrir un discurso interesante sobre todo lo recreativo.

Por otra parte, hay que señalar que son minoritarios los programas que se dirigen a grupos concretos de jóvenes, teniendo en cuenta cuestiones relacionadas con el género, la orientación sexual o las diferentes subculturas juveniles que conviven en la escena recreativa. Las situaciones personales y de consumo son muy diversas y por consiguiente las necesidades preventivas pueden ser muy diferentes. Las actuaciones preventivas recreativas suelen ser bastante universales. Es necesario promover el desarrollo de programas específicos que complementen las actuaciones más generales.

Las características extremadamente dinámicas de la escena recreativa hacen que sea imprescindible desarrollar sistemas de investigación-acción que permitan que, al mismo tiempo que se actúa en actividades de prevención, se realicen recogida de datos e investigación. Esta forma de actuar permite captar las nuevas tendencias de consumo en la esfera recreativa en constante dinamismo. También favorecen una mayor efectividad en la implementación de los programas en la población diana.

También consideramos importante reseñar la importancia que está teniendo la difusión del consumo en Internet, lo que hace imprescindible que los programas preventivos intervengan en este medio. Dado que es difícil tener un control sobre estos medios, hace falta que se apoyen medidas que supongan un contrapunto, y que tengan en cuenta las necesidades de los distintos colectivos que salen a divertirse.

Por último, hay que destacar el papel de los avances en la reducción de riesgos en el entorno recreativo, desarrollados por los programas que tratan de intervenir sobre este contexto. Conseguir la implicación de la industria y del sector político para la implementación de las medidas de seguridad que propugnan debe ser uno de los objetivos

esenciales de la prevención recreativa de los próximos años. Una revisión de la eficacia de políticas de prevención respecto al alcohol señalaba que una de las opciones más eficaces para la modificación del contexto era obligar al seguimiento de las regulaciones y de la responsabilidad legal de los dueños y responsables de los locales con sus clientes (Babor et al, 2003). El 'Responsible Beverage Service' se refiere a programas que mejoran las actitudes, el conocimiento y las habilidades de las personas que sirven bebidas en los locales. En algunos países es la propia industria la que crea códigos voluntarios sobre estos temas.

6.5. REFLEXIONES FINALES ORIENTADAS A LA PREVENCIÓN

En estas últimas décadas han ocurrido diversos fenómenos asociados: El consumo de drogas ha entrado a formar parte de forma muy central del universo juvenil; ha bajado la edad de inicio en el consumo en casi todas las sustancias; la oferta de sustancias ha aumentado, se ha diversificado y ha creado un mercado muy dinámico y que aporta grandes beneficios. Dicha expansión y la promoción hecha por la industria va cambiando la percepción social que se tiene de estas actividades recreativas. La extensión y la intensidad con que los jóvenes españoles salen de marcha, o gestionan su tiempo libre dentro del MDH, no tiene parangón con otros países de nuestro entorno, y desde luego ningún parecido a lo que puede ocurrir con otras áreas del mundo desarrollado como puedes ser Norteamérica o los Países Escandinavos. Pero lo más importante es que se ha elaborado una cultura y se está creando un entramado simbólico que relaciona las distintas sustancias positivamente con la diversión. Ha aparecido un movimiento social potente a favor de la defensa de la marihuana, que banaliza su uso y que justifica el uso de drogas. Se está desarrollando un movimiento pro-enteógenos (cannabis, LSD, ayahuasca, peyote, etc.) que aunque de momento es elitista empieza a ser activo en nuestro país. Todos estos hechos son parte del entramado sociocultural que contribuye a que las drogas estén cercanas a los jóvenes y a neutralizar la percepción del riesgo que puedan tener. Dicho de otro modo, para los jóvenes españoles el contacto con las drogas es hoy ineludible y depende básicamente de ellos el decidir consumir o no. Esta decisión la toman muchos de los jóvenes bajo una influencia considerable de los propios compañeros, la presión que ejerce la industria recreativa y bajo la escasez o inexistencia de alternativas de tiempo libre adaptadas a sus necesidades. No todo el mundo responde de la misma forma ante estas presiones y es lo que aquí se ha tratado de investigar al comparar a los que usan drogas y a los que no las usan o lo hacen de forma muy moderada.

Los esfuerzos preventivos se están orientando hasta la actualidad preferentemente al colectivo de consumidores de alto riesgo, que son los únicos que visiblemente tienen o pueden tener problemas. El resto de consumidores –a pesar de que sabemos de acuerdo a nuestros estudios que la mayoría de jóvenes que salen de marcha se ha embriagado durante el último mes– no parece preocupar demasiado (incluyendo profesionales y políticos) se ha asumido la 'normalidad social' de estas conductas entre los jóvenes en nuestras sociedades. Dentro de esta lógica, los consumidores moderados, experimentales o los no consumidores que frecuentan la escena recreativa movilizan

muy poco interés. Lo más destacable es que esta lógica se mantiene a pesar de que no existen evidencias científicas sobre los resultados preventivos de los programas que se aplican actualmente. Incluso podemos avanzar más, si se evalúan habría grandes posibilidades de que demostraran no ser eficaces, por no reunir aquellas características que sí tienen otros programas evaluados que han demostrado eficacia. Ya se ha mencionado en el Capítulo 5 que los programas de prevención en el espacio recreativo aun están en una fase experimental muy básica y no existe un marco teórico claro de los programas de prevención implementados en estos ambientes. Tampoco existe una evaluación que demuestre su eficacia sobre los objetivos que se pretenden conseguir, bien sean de reducción del consumo o de reducción de riesgos. Sin embargo, es este el gran reto que debemos resolver los profesionales, para poder crear una guía de ‘buenas prácticas’.

La mayoría de programas preventivos actualmente dirigidos al contexto recreativo se basan, según nuestra perspectiva, en un estricto respeto de la lógica recreativa actual, es decir, a la lógica que apoya el modelo de diversión hegemónica, que ya hemos descrito como un estilo de diversión que está siendo definido básicamente por la industria. Es obvio que es impensable cualquier solución a la situación actual sin establecer una colaboración con dicha industria. Los logros más claros, y que se deben apoyar sin lugar a dudas, son los que se basan en orientaciones como ‘Club Health’, ‘Safer dance’, etc. que suponen una colaboración de la industria para lograr la reducción de riesgos derivados del entorno recreativo (formación de porteros, sustitución de los vasos de cristal por otros materiales, zonas de *chill out* en las discotecas, etc.). Pero luego existen otra serie de medidas, normalmente actuaciones preventivas muy puntuales y aisladas que consisten en dar información sobre conductas de riesgo a través de folletos, examen de pastillas, grupos de pares, ..., que no cuestionan el modelo sobre el que se basa la actividad recreativa y que implica en muchas ocasiones asumir acriticamente el consumo de drogas. Es posible que alguna de estas medidas pueda tener su utilidad concreta –aunque insistimos en la necesidad de evaluación– pero, incluso en el mejor de los casos, estaríamos ante un alcance muy limitado ante unas prácticas de diversión que no hacen más que crecer desde una concepción y lógica consumista. Implicar a la industria recreativa haciéndoles co-partícipes de la prevención es un aspecto clave y necesario de todo programa preventivo. Implicar a la industria significa buscar una colaboración responsable que permita analizar e influir sobre la cultura recreativa actual.

6.6. ORIENTACIONES PREVENTIVAS

Existe un notable consenso en el mundo profesional acerca de que la prevención debe orientarse a influir en los factores de riesgo y protección. “Realizar la prevención basada en una adecuada teoría o modelo nos permite manejar y cambiar los factores que facilitan el consumo y potenciar los que facilitan el no consumo” (Becoña, 2002). El problema reside en que los factores tanto de riesgo como de protección implicados son numerosos, con interacciones entre sí, con distinta importancia e influencia según la edad y el género y además tienen que explicar una realidad de consumo bastante

cambiante a través de los años. Esta complejidad de la etiología del consumo de drogas, paradójicamente facilita las simplificaciones en la búsqueda de soluciones, como no podía ser menos en un comportamiento tan conectado con la socialización de los jóvenes. En efecto, es frecuente que se pongan en marcha programas que siempre encuentra alguna fundamentación basada en la elección de algunos de los factores de riesgo que en un momento determinado ofrecen aparentemente más consenso. Ello automáticamente parece ofrecer cobertura científica al programa en cuestión y parece obviar la necesidad de evaluación. Pero la ciencia no se hace así. La elección de los factores de riesgo debe basarse en estudios realizados sobre la población sobre la que se quiere actuar. Entonces y solo entonces se está en condiciones de saber qué factores de riesgo o de protección pueden ser prioritarios. Y se actuará sobre ellos con medidas que hayan demostrado su eficacia. Así debe avanzarse dentro del paradigma científico. Cada vez hay más inversión en prevención y los profesionales deberían exigir la vía de la prevención científica, porque lo que no es científico corre el peligro de estar apoyado solo por posiciones ideológicas. También se puede discutir de que la ciencia no es neutral, pero es el único camino que se conoce de crear conocimiento y actuaciones con posibilidades de desarrollo, basadas en la crítica y la dialéctica.

De una forma esquemática podemos decir que con frecuencia la elección de estos factores de riesgo se hace en función de dos paradigmas. El primero suele ser el social, para el que la pobreza y la marginalización son elementos clave; el segundo es el psicológico, para el que factores como la falta de autoestima, la depresión, la ansiedad, la timidez, entre otros, son los preferidos. Con el paso de los años parece haberse creado un amplio consenso sobre estos factores de riesgo y por tanto aquellos programas que se basen en ellos se sobreentiende que están en la línea correcta. Sin embargo, no se tiene en cuenta que, durante la última década especialmente, el crecimiento del consumo de drogas no se explica en los países desarrollados tanto por el aumento de problemas de tipo social o psicológico que padecen jóvenes marginados o pobres. Es la mayor capacidad económica de los jóvenes, una nueva lógica de la diversión y el auge de la industria del entretenimiento de fin de semana la que ha llevado a muchos jóvenes a participar muy activamente en la vida recreativa de fin de semana y a consumir drogas. Se trata de los adolescentes y jóvenes con mayores habilidades sociales, y pertenecientes muchos de ellos a familias bien situadas en la escala socioeconómica quienes eligen participar del modelo de diversión hegemónico. En consecuencia, los factores de riesgo clásicos como búsqueda de sensaciones, problemas con los estudios, problemas con la familia,..., siguen teniendo su importancia –como también se ha visto en este estudio- pero no son los que explican la enorme expansión que ha sufrido el consumo del cannabis y de las otras drogas recreativas durante la última década. Pues está claro que lo que no ha ocurrido es que de repente la gente sea más buscadora de sensaciones, o las familias están más desestructuradas (Bachman 1998).

La incorporación masiva de muchos jóvenes a esta ‘normalización’ social de los consumos recreativos se está produciendo por motivos culturales a través de un proceso de construcción social que crea la dinámica favorable al consumo, y no porque de repente haya aumentado la presencia de factores de riesgo clásicos más ligados a la psicología individual. Es en el crecimiento y la lógica sociocultural y económica que ha

dado lugar al modelo de diversión hegemónica donde hay que buscar la explicación y también las posibles soluciones, si es que queremos que cambie realmente algo.

Esto lleva a que los programas preventivos centrados en el individuo deben forzosamente complementarse con otro tipo de actuaciones que tenga en cuenta las condiciones del contexto socioambiental, el proceso de construcción social de la necesidad de consumir drogas para divertirse. En definitiva, que tenga en cuenta la cultura que gira alrededor del vínculo entre drogas, diversión y la industria recreativa. La prevención debe tener muy en cuenta los elementos estructurales que crean la lógica del consumo.

En un intento de sintetizar todo lo dicho y de enunciarlo de forma operativa diríamos:

1. *La gestión del placer* está actualmente más que en el pasado en relación con el papel de las drogas. En otras épocas y culturas las drogas cubrían sobre todo –si exceptuamos el alcohol– situaciones rituales y, en todo caso, el acceso la mayoría de la población a las drogas estaba muy limitado. Hay que tener en cuenta la existencia de una nueva cultura de la diversión (MDH), que promueve una forma de búsqueda del placer muy particular (placer rápido). La prevención debería promover en la sociedad, y entre los jóvenes, una gestión del placer más compleja, diversa y con unos tiempos sociales y mentales distintos.
2. Es importante no perder de vista ni infravalorar la importancia del modelo de diversión hegemónico (MDH) que rige cada vez más la diversión de fin de semana, se extiende en el tiempo y que condiciona la vida de tantos jóvenes, quienes tienden a dar sentido a sus vidas a través de la participación intensiva en este tipo de diversión. Es un modelo de diversión que tiende a ser excluyente de otras formas de diversión y de pasar el tiempo libre. La prevención debe comprender mejor cómo funciona el modelo y sus factores de riesgo y protección.
3. *La industria recreativa* no solo ofrece unos servicios sino que contribuye a definir la diversión, participa en la socialización de los jóvenes y obtiene beneficio creando las condiciones para que los jóvenes se diviertan. Ello supone dejar en manos de la industria una parte de la socialización de los jóvenes durante una larga etapa de su vida en cuestiones importantes de su desarrollo personal y social. Es evidente que no se puede dejar tanta responsabilidad en manos exclusivas de la industria, pues tiende a aplicar la lógica del mercado y del consumo. La prevención debe generar las condiciones para la colaboración responsable de la industria recreativa.
4. *Deben existir alternativas reales de diversión y de tiempo libre* en la comunidad para los jóvenes. Ello necesita la implicación de toda la comunidad (administración, ámbito educativo, familia, industria,...). Es importante que las instituciones planteen sus estrategias en crear espacios para los jóvenes, gestionados por ellos y sin el paternalismo de los adultos.

5. Existe una dinámica cultural orientada a la *promoción directa e indirecta de las drogas*. En el caso de las drogas legales los mecanismos son más evidentes, pero también existen intereses organizados detrás de las drogas ilegales. La prevención debería tener más en cuenta las estrategias que fomentan el consumo y crear mayor formación crítica para que los jóvenes aprendan a desenmascarar los vínculos simbólicos entre los ideales y las sustancias.
6. *Los jóvenes No-consumidores o consumidores moderados* dentro de la cultura recreativa han de divertirse en una situación de presión hacia el consumo y de baja comprensión hacia su conducta y sus valores. Su actitud de no consumir es valorada la mayoría de las veces en términos negativos. La prevención debería crear condiciones más favorables para el colectivo de los no consumidores, de forma que su opción sea más fácilmente viable y además valorada en positivo.
7. La cuestión del *género* es crucial. El rol de las mujeres está cambiando rápidamente, sobre todo entre las más jóvenes. Existen grandes presiones para que este cambio se produzca de acuerdo con una lógica del mercado en la promoción del alcohol y tabaco, bajo el señuelo simbólico de vincular estas drogas con la independencia y la liberación. La prevención debería desafiar esas estrategias y facilitar a las mujeres una visión crítica en la adquisición de sus nuevos roles.
8. Tanto de *los colectivos menos consumidores o abstinentes, como las mujeres representan un potencial preventivo* por sí mismos. Su actitud hacia la moderación, sus intereses más amplios o, en todo caso, menos dependientes del modelo hegemónico (MDH) representan una opción cultural y preventiva que debe ser tenida en cuenta. No se trata solo de apoyar estas opciones, sino también de explorar la eficacia preventiva de implicar a estos jóvenes en actividades preventivas y de reducción del riesgo con sus compañeros consumidores. Ellos mismos han manifestado en este estudio su disponibilidad para colaborar con amigos y consumidores.
9. Sin *reducir la percepción del riesgo* hacia el consumo de drogas es muy difícil que bajen los consumos e incluso que se adopten estrategias de reducción del daño. La notable expansión de los consumos sobre todo en el escenario recreativo y otras circunstancias han hecho bajar la percepción del riesgo especialmente entre los más jóvenes. La prevención debe mejorar la información de los más jóvenes, sin olvidar que cada año se incorporan nuevas cohortes.
10. *Se deben revisar los modelos preventivos dominantes* para adaptarlos más a la situación actual del consumo de los jóvenes, que es básicamente recreativa. Existen en este sentido insuficiencias de las políticas o programas preventivos. Hay dos actuaciones básicas:
 - La prevención primaria clásica (escolar principalmente o universal), basada en corregir los indicadores o factores de riesgo clásicos, no tienen en

cuenta muchas veces suficientemente las nuevas condiciones de socialización y de inicio de los consumos por parte de los jóvenes en el contexto recreativo. Justamente en la edad en que más frecuentemente se inician los consumos es cuando menos actividades preventivas se suelen realizar.

- El modelo de reducción del daño es un recurso aplicable también al campo del consumo recreativo. Pero ello no significa que cualquier cosa que se haga bajo esta línea vaya a ser eficaz; más bien existe un déficit de evaluación en ese campo. Además, en bastantes ocasiones la aplicación de estos programas supone una crítica hacia otros programas y a sus principios subyacentes, cuando la experiencia es que la sinergia entre diversos programas suele funcionar mejor. El tercer aspecto es que los programas deben tener más en cuenta la diversidad de colectivos y necesidades preventivas presentes en la escena recreativa. Por último, la aplicación de programas preventivos no debe impedir una visión crítica de sus propios principios y resultados, del modelo recreativo actual y del papel de la industria recreativa, lo cual debe ir acompañado de iniciativas que incorporen la colaboración responsable de dicha industria para la actividad preventiva. Hay que reconocer que en nuestro país esa dinámica no se está dando, como sí ocurre en otros países europeos.
11. *Hay que insistir en la investigación y en la evaluación.* Es necesario investigar mejor los factores de riesgo y protección específicos, así como los distintos colectivos presentes en el escenario recreativo. También habrá que explorar la permeabilidad al cambio propuesta por los programas preventivos; en concreto parece que a medida que aumenta el consumo disminuye el interés por la prevención. No se debe dejar de hacer prevención hasta que tengamos los resultados, pero ello no significa que no deba haber un esfuerzo real para demostrar que nuestras actuaciones realmente logran resultados.

BIBLIOGRAFÍA

- Aitken C, Kerger M, Crofts N (2000). Drivers Who Use Illicit Drugs: behaviour and perceived risks. *Drugs: education, prevention and policy*, 1 (7) 39-50.
- Arbex C (2003) *Catálogo de programas de ocio saludable*. Madrid. Ades.
- Babor TE, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht N, Graham K et al. (2003) *Alcohol: no ordinary commodity. Research and public policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Bachman JG, Johnston LD, O'Malley PM. (1998) Explaining Recent Increases in Students' Marijuana Use: Impact of Perceived Risks and Disapproval, 1976 through 1996. *Am.J.of Public Health* 88 (6).
- Bachman JG, O'Malley PM, Schulenberg JE, et al. (2002). *The decline of substance use in young adulthood. Changes in social activities, roles, and beliefs*. Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Barthes R (1957) *Mythologies*. París, Senil.
- Beck U (2000) *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.
- Becoña E (1999). *Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas*. Madrid. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Becoña E (2002). *Bases científicas de la prevención de drogodependencias*. Madrid. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Bellis MA, Hughes K, and Lowey H (2002) "Healthy Night Clubs and Recreational Substance Use, From a Harm Minimisation to a Healthy Settings Approach" in *Addictive Behaviors* 27 (6): 1025-1035.
- Bradizza C, Reifman A, y Barnes G (1999) "Social and coping reason for drinking: predicting alcohol misuse in adolescents", *J.of Studies on Alcohol* no. 60: 491-499.
- Brukner P (2002) *La euforia Perpetua. Sobre el deber de ser feliz*. Barcelona: Tusquets.
- Burkhart G, López M (2001) Party Setting Projects from EDDRA. Internet Communication.
- Burkhart G (2002) Análisis de pastillas in situ. *Adicciones* 14 (3) 293-301.

- Burkhart G, Kriener H (2003) Análisis de pastillas como prevención selectiva. *Adicciones* 15 (supl 2) 307-325.
- Calafat A, Stocco P, Mendes F, Simon J, Van de Vijngaart G, Sureda P, Palmer A, Maalsté N, y Zavatti P (1998) *Characteristics and social representation of ecstasy in Europe* Palma de Mallorca: Irefrea.
- Calafat A, Bohrn K, Juan M, et al (1999). *Night life in Europe and recreative drug use. SONAR 98*. Palma de Mallorca: Irefrea.
- Calafat A, Juan M, Becoña E, Fernández C, Gil E, Palmer A, Sureda P y Torres MA (2000). *Salir de marcha y consumo de drogas*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Calafat A, Juan M, Becoña E, Fernandez C, Gil E y Llopis JJ (2001) "La vida social de la cocaína" in *Adicciones* Vol. 13 (2): 61-104.
- Calafat A, Fernández C, Juan M, Bellis MA, & et al (2001) *Risk and control in the recreational drug culture* Irefrea, Palma de Mallorca.
- Calafat A, Fernandez C, Juan M, Anttila A, Arias A, Bellis M, et al.(2003) *Enjoying the nightlife. European Perspective and The role of moderation*. Palma: IREFREA.
- Calafat A, Juan M (2003) De la etiología a la prevención del uso y abuso de drogas recreativas. *Adicciones* 15 (supl 2): 261-287.
- Calafat A, Juan M (2004) Health and safety problems in recreational nightlife in the Island of Mallorca Internacional. *Journal of drug Policy* 15: 157-162.
- Cortina A (2002) *Por una ética del consumo*. Madrid: Taurus.
- Cummings KM, Becker MH, Maile M (1980). Bringing the models together: an empirical approach to combining variables used to explain health actions. *Journal of Behavior Medicine* 3: 123-145.
- Decorte T (2000) *The Taming of Cocaine* VUB University Press, Bruselas.
- Donohew, L., Rick, H., Clayton, R., Skinner, W., & et al 2001, "Sensation Seeking and Drug Use by Adolescents and Their Friends: Models for Marijuana and Alcohol", *J.of Studies on Alcohol*, vol. 60: 622-631.
- EDIS (2000). *El consumo de alcohol y otras drogas en el colectivo femenino*. Madrid: Instituto de la mujer (MTAS)
- Elzo J, Andres Orizo F, González-Anleo J, González Blasco P, Laespada, T, y Salazar L 1999, *Jóvenes españoles 99* Fundación Santa Maria, Madrid.
- EORG (2002) *Eurobarometer 57.2 "Attitudes and opinión of young people in the European Union on drugs"* Octubre 2002.
- Fernández JR y Secades R (2002). Guía de referencia para la evaluación de programas de prevención de ocio alternativo. Madrid. Colegio Oficial de Psicólogos.
- Gilbert J y Pearson E (2003) Cultura y política de la música dance. Barcelona, Paidós.
- Hansen W (1992) School based substance abuse prevention: a review of the state of the art in curricula 1980-1990. *Health Education research* 73.

- Hawkins JD, Catalano RF, Miller JL, (1992) Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: Implications for substance abuse prevention. *Psychological Bulletin* 112: 64-105.
- Jessor R (1991) Risk behavior in adolescence: A psychological framework for understanding and action. *Journal of Adolescent Health* 12: 597-605.
- Jessor R (1993) Successful adolescent development among youth in high-risk setting. *American Psychologist* (48): 117-126.
- Jessor R, Donovan JE, & Costa FM 1991, *Beyond adolescence: Problem Behavior and Young Adult Development* Cambridge University Press, New York.
- Jessor R, Van Den Bos J, Vanderryn J, Costa FM, Turbin MS (1995). Protective factors in adolescent problem behavior: Moderator effects and developmental change. *Developmental Psychology* 31: 923-933.
- Kandel D (1978) Longitudinal research on drug use. Empirical findings and methodological issues. New York. Hemisphere Publishing Corporation.
- Leigh BC (1999) Peril, chance, adventure: concepts of risk, alcohol use and risky behavior in young adults. *Addiction* 94 (3): 371-383.
- Lipovetsky G (2003) *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Barcelona: Anagrama.
- Logue AW (1998) Self-control. En W. O'Donohue (Ed.), *Learning and behavior therapy*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon: 252-273.
- Maffesoli M (1985) *L'ombre de Dionysos*. París, Librairie des Méridiens.
- Marina JA (2000) *Crónicas de la ultramodernidad*. Barcelona: Anagrama.
- Martín E, Moncada S (2003) Programas de prevención de ocio alternativo. *Adicciones* 15 (supl 2) 327-346.
- Martín Serrano M. y Velarde O (2001) *Informe Juventud en España* INJUVE, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- Newcombe R (1992) *The use of ecstasy and dance drugs at rave parties and clubs: some problems and solutions* University of Manchester, Manchester.
- Norman E, Turner S, Zunz S J, y Stillson K (1997) Prevention programs reviewed: what works?, en *Drug-free youth: A compendium for prevention specialists*, Norman E, ed., Garland Publishing, New York: 22-45.
- OEDT (2001) *Informe anual sobre el problema de la drogodependencia en la Unión Europea*. Lisboa. O.E.D.T. En *Drugs: education, prevention and policy* 7 (2) 147-162.
- OEDT (2002) *Informe anual sobre el problema de la drogodependencia en la Unión Europea y en Noruega*. Lisboa. O.E.D.T.
- Oleaque JM (2004) *En Èxtasi. Drogues, música màkina i ball: viatge a les entranyes de <la festa>* Ara Llibres, Barcelona.

- Parker H (2003) "Pathology or modernity? Rethinking risk factor analyses of young drug users, en *Addiction research and Theory* 11 (3): 141-144.
- Parker H, Williams L, Aldridge J (2002) The Normalization of 'sensible' recreational Drug Use. En *Sociology* 36 (4): 941-964.
- Pedersen W. y Kolstad A 2000, "Adolescent alcohol abstainers: traditional patterns in new groups", *Journal of the Scandinavian Sociological Association*, vol. 43, no. 3, pp. 219-234.
- Peele S (1987). A Moral Vision of Addictions: how people's values determine whether they became and remain addicts. *Drug Issues* 17(2) 187-215.
- Petraitis J, Flay BR, Miller TQ (1995). Reviewing theories of adolescent substance use: Organizing pieces in the puzzle. *Psychological Bulletin* 117: 67-86.
- Pettet JR (1993). A Closer Look at the Role of a Spiritual Approach in Addictions Treatment. *Journal of Substance Abuse Treatment* 10: 263-267.
- Observatorio Español, PNSD (2003) *Informe 6*. Madrid. Observatorio Español sobre Drogas.
- Observatorio Español, PNSD (2004) <http://www.mir.es/pnd/ovserva/pdf/encuesta%20escolar%202002.ppt>.
- Resnicow K, Smith M, y Harrison LD (1999) " Correlates of occasional cigarette and marihuana use: are teens harm reducing?", *Addictive Behaviors*, vol. 24, no. 2, pp. 251-266.
- Rhodes T, Lilly R, Fernández C, Giorgino E, Kemmesis UE, Ossebaard HC, Lalam N, Faasen I y Spannow KE (2003). Risk factors associated with drug use: the importance of "risk environment". *Drugs: education, prevention and policy* 10 (4): 303-329.
- Rifkin J (2000) *La era de acceso*. Barcelona Paidós.
- Rifkin, J. 2000, *The age of access. the new culture of hypercapitalism where all of life is a paid-for experience* Penguin Putam Inc., New York.
- Rogers RW (1984). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change. A revised theory of protection motivation. En: Cacioppo JT, Petty RE (Eds.): *Social Psychophysiology*. New York: Guilford Press: 153-176.
- Rokeach MA (1979). Human Values, Smoking Behavior, and Public Health Programs. En M. Rokeach: *Understanding Human Values*. Individual and Societal. The Free Press: 199-209.
- Schwerin M y Concoran K (1996) "Beliefs about steroids: users vs. non-users comparison", *Drug and Alcohol Dependence* 40: 221-225.
- Sissa G (2000) *el placer y el mal*. Península.
- Skinner BF (1953) *Science and human behavior*. Nueva York: McMillan (trad. cast.: Barcelona, Fontanella, 1969).

- Stocco P, Llopis JJ, De Fazio L, Facy F, Mariani E, Legl T, Carvalho M, Castillo A, Rebollida M (2002) Women and opiate addiction: a european perspectiva. Palma de Mallorca, IREFREA, European Commission
- Tossmann P, Boldt, Tensil M (2001) Demand Reduction Activities in the Field of Synthetic Drugs in the European Union. En Calafat et al. *Risk and Control in the recreational drug culture*. Palma de Mallorca: IREFREA: 285-314.
- Van de Wijngaart G, Braam R, de Bruin D, Fris M, Maalsté N, Verbraeck H (1998) *Ecstasy in het vitgaanscircuit*. Utrecht. Addiction Research Institute.
- Verdú V (2003) *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama
- Wang M y Eddy J (2000) "Smoking acquisition: peer influence and self-selection", *Psychological Repots 2000* (86): 1241-1246.
- Webster R, Goodman M, Whalley G (2002) Safer clubbing. Guidance for licensing authorities, club managers and promoters. London. Tradewinds.
- Weinstein ND (1993). Testing four competing theories of health-protective behavior. *Health Psychology* 12: 324-333.
- Wibberley CH y Price JF (2000) Young People's Drug Use: facts and feeling – implication for the normalization debate.
- Winstock AR, Wolff K, Ramsey J (2001) Ecstasy pill testing: harm minimisation gone too far? *Addiction* 96: 1139-1148.
- Wynn S, Schulenberg J, Klska D, y Laetz V (1997) "The mediating influence of refusal skills in preventing adolescent alcohol misuse", *Journal of School Health* 67 (9): 390-395.



I R E F R E A

