

# **CONDICIONES DE IMITACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE HÁBITOS DE CONSUMO DE DROGAS DE DISEÑO EN EL CONTEXTO ESCOLAR PARA JÓVENES ENTRE 14 Y 18 AÑOS. ESTUDIO COMPARADO MADRID-GALICIA (Año 2000)**

## **I. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA**

**(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

### **1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación se ha llevado a cabo durante el último trimestre de 1999 y el primero de 2000 bajo el título “Condiciones de imitación y construcción de hábitos de consumo de drogas de diseño en el contexto escolar para jóvenes entre 14 y 18 años (estudio comparado entre Madrid y Galicia)”. El propósito de la misma ha pretendido avanzar tanto en el conocimiento de las etapas iniciales del consumo de drogas de diseño, así como en el de los entornos socializadores que, tomando como eje el medio educativo, configuran los ámbitos de impacto, selección, aceptación o rechazo. El grupo de referencia se ha centrado en la perspectiva individual y grupal de los jóvenes escolares entre 14 y 18 años.

Los resultados que esta investigación arroja nos muestran de manera descriptiva y sintética las principales características que subyacen y acompañan el fenómeno de las drogas de diseño entre la población escolar madrileña y gallega. La inclusión de ambas comunidades nos permite continuar con el análisis comparado realizado anteriormente para este mismo tipo de consumo entre la población universitaria. A este respecto, el presente estudio aclara dudas y aspectos relevantes que no pudieron ser explicitados en el estudio anterior, ya que los universitarios remitían a la etapa escolar sus inicios del conocimiento y, en su caso, del consumo de las drogas de diseño.

### **2. EQUIPO INVESTIGADOR**

#### **2.1. Dirección y coordinación**

- Lorenzo Navarrete Moreno. Dr. en Sociología. Profesor Titular de Sociología en la U.C.M. Secretario Nacional y Delegado de Madrid de Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Sociología.

- Eduardo Rego Rodríguez. Profesor y Secretario de la Facultad de Sociología de la Universidad de A Coruña. Decano del Colegio Gallego de Ciencias Políticas y Sociología.

## **2.2. Asesoría**

- Silvina Funes Lapponi. Socióloga. Experta en Sociología de la Educación y en Mediación Social.

## **2.3. Secretaría técnica**

- Ana Isabel García Cid. Politóloga.

## **2.4. Equipo investigador**

- Alberto Ces Juanatey. Sociólogo.
- Ana Isabel García Cid. Politóloga.
- Enrique Gil Carmena. Sociólogo.

## **2.5. Técnicos colaboradores**

- Pilar Plaza Gutiérrez. Socióloga.
- Arancha Veraza López. Socióloga.

## **3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **3.1. Objetivo general**

La presente investigación ha tenido como objetivo general detectar, y en su caso conocer en profundidad, los procesos de iniciación al consumo de las “drogas de diseño” entre los jóvenes de 14 a 18 años en el contexto escolar.

### **3.2. Objetivos específicos**

Este trabajo pretende conseguir un alto grado de conocimiento sobre los siguientes aspectos relacionados con los posibles procesos de iniciación de los jóvenes escolares en el conocimiento, y en su caso consumo, de las drogas de diseño:

- Autopercepción del fenómeno.
- Tipos de “drogas de diseño” que se consumen.
- Perfil de los alumnos consumidores.
- Perfil de los distribuidores o introductores/inductores de las drogas en los centros y su entorno.
- Valores asociados al consumo y transmisión de los mismos.
- Situación espacio-temporal del consumo (momentos y lugares del mismo) en el entorno escolar.
- Circunstancias, modelos y actitudes del consumo (cómo se consumen).
- Aspectos sociales del fenómeno (microgrupo, grupo ampliado, calle, familia).

- Perfil de los exconsumidores (que las hayan consumido y lo hayan dejado o se hayan recuperado).
- Motivaciones para el abandono (cómo y por qué lo hicieron).
- Conocimiento de las campañas de prevención de consumo de drogas:
  - En el contexto escolar.
  - Campañas en general.

El grado de cumplimiento de los objetivos que se habían propuesto en la investigación, resulta muy satisfactorio, principalmente en lo que se refiere a aquellos aspectos que ligan el contexto escolar a la imagen más que al consumo de las drogas de diseño. Por lo tanto se destaca el papel preconfigurativo de dicho contexto en los posteriores procesos de toma de contacto directo con sustancias (drogas) previamente figuradas en el universo simbólico de los adolescentes.

#### **4. RAZONES QUE JUSTIFICARON LA NECESIDAD DEL PROYECTO. HIPOTÉISIS PREVIAS PLANTEADAS.**

El paso por el sistema educativo, como espacio fundamental de socialización de los jóvenes, influye en ellos a un nivel mucho más profundo que los de la adquisición de los conocimientos básicos para la integración en el mundo del trabajo y del conocimiento, así como de las destrezas mínimas para desenvolverse en sociedad. Es decir, lo que se aprende en los colegios e institutos supera con creces lo previsto, tanto por el currículum manifiesto como por el oculto, incluyendo el aprendizaje de los modelos y hábitos sociales, por lo que se puede afirmar que el sistema educativo actúa como un verdadero agente de socialización primaria y no exclusivamente secundaria.

Las redes formales e informales previamente creadas, ya sea por la influencia de los medios de comunicación, así como por la de familiares, amigos y vecinos ajenas a las instituciones educativas, se incorporan en cierta manera en estas instituciones por medio de cada alumno, el cual introduce en el centro hábitos o comportamientos no esperados y que se transmiten en las “pandillas” o grupos de iguales del instituto o colegio. De este modo, mediante grupos cultural y socialmente heterogéneos se introducen en los centros educativos hábitos de consumo, de ocio y tiempo libre, así como modelos de vida por imitación y competencia mutuas.

Se podría decir que lo que está presente en la sociedad también aparece en los institutos y colegios, ya se trate de un tipo de consumo en prendas de vestir o en sustancias estupefacientes. Cabe por una parte constatarlo, pero también ello obliga a su análisis para prevenirlo.

En los últimos años se ha detectado una progresiva reducción de la edad en la iniciación al consumo de las sustancias estupefacientes. Esto nos impone tomar cartas en el asunto

para que, a partir del diagnóstico de las “condiciones de imitación y construcción de hábitos de consumo de drogas de diseño”, establezcamos un diagnóstico sobre la elaboración de las medidas pertinentes para la prevención y modificación de los patrones de consumo. Considerando pues como un hecho probado que el inicio del consumo de drogas de diseño se sitúa en edades tempranas, surge la necesidad de situar la “observación” desde el mismo centro de la acción, esto es en los centros educativos (públicos o privados), por lo menos encuadrando la investigación desde el segundo ciclo de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO) y los distintos ciclos de Bachiller y Formación Profesional reglada (FP).

#### **4.1. Hipótesis planteadas**

Las principales hipótesis de trabajo vienen dadas por los resultados obtenidos en el estudio realizado anteriormente sobre el consumo de drogas de diseño entre universitarios, estudio incorporado también a esta publicación recopilatoria.

##### **4.1.1. Hipótesis principal**

Como resultado de la investigación realizada entre universitarios se había detectado que el consumo de drogas de diseño comenzaba frecuentemente antes de la etapa universitaria, situándose la edad media de inicio en torno a los 15 años entre los estudiantes que tenían de 17 a 19 años, ya que los más jóvenes se han iniciado antes que los más mayores en el consumo de este tipo de consumo.

Por lo tanto, sería necesario conocer y, en su caso, verificar las causas de esta tendencia a la iniciación en edades de escolarización obligatoria, es decir, 14 a 16 años, así como de la tendencia por parte de los que van a seguir en el sistema educativo superior, de 16 a 18 años.

##### **4.1.2. Otras hipótesis**

Conocer los valores y propiedades asociados a estas “drogas de diseño” vendría dado por las siguientes hipótesis de trabajo:

- Ausencia de una carga negativa en la imagen simbólica de este tipo de sustancias.
- Falta de la conciencia de los efectos por ellas producidos.
- Asociación del término “droga de diseño” a la diversión y tiempo libre.
- Identidad percibida del consumidor frente al grupo de pares.
- Creencia en la ausencia de adicción.
- Relación precio/capacidad adquisitiva.

#### **4.2. Resultados previstos alcanzados**

- En primer lugar, si bien existen algunos estudios sobre hábitos de consumo de alcohol y drogas en el ámbito escolar, se necesita una información complementaria sobre un fenómeno tan nuevo, el de las drogas de diseño, pues solamente registran-

do este problema en un estudio específico “ad-hoc” podremos asegurar un conocimiento específico de la realidad del fenómeno. Al establecer mecanismos metodológicos y técnicos (enfoque, construcción de cuestionarios y elección de la muestra, etc.) hemos ampliado nuestro conocimiento sobre la imagen y el uso de un tipo de sustancias cuyo consumo se inicia en la edad escolar.

- En segundo lugar, los resultados del estudio han servido para comparar actitudes, motivaciones y pautas de consumo de las drogas de diseño y otro tipo de sustancias entre los escolares, llegando a establecer y determinar el grado de adaptabilidad de este tipo de sustancias en el entorno escolar, pudiendo establecerse las causas que suponen su preeminencia simbólica y el volumen consumido.
- En tercer lugar, como teníamos previsto, hemos verificado los preocupantes datos obtenidos en la encuesta anterior (universitarios). Es decir, hemos comprobado que en efecto el inicio en las drogas de diseño de los consumidores habituales de las mismas se produce a una edad más temprana, antes incluso de los que mostraba el estudio anterior. Así, según los datos obtenidos, la edad media de inicio se sitúa en los 14,8 años. También hemos comprobado que la tendencia a incluirse en su consumo a jóvenes de ambos sexos por igual, representa un nuevo hito característico de la drogadicción, a diferencia de otras sustancias.
- Asimismo, hemos verificado la hipótesis de los aspectos sociales (grupales) del consumo de drogas de diseño entre los jóvenes escolares: microgrupo, grupo ampliado, grupo de pares (calle), etc.
- Finalmente, hemos comprobado la presencia de los espacios educativos como son colegios e institutos entre los canales de acceso a este tipo de sustancias.

## **5. METODOLOGÍA**

El método empleado en el estudio complementa las técnicas cuantitativas y cualitativas, y sigue el establecimiento de dos parámetros socio-espaciales de recogida de información: Comunidad de Madrid y Comunidad de Galicia.

### **5.1. Fase cuantitativa**

La fase cuantitativa se basa en una encuesta en institutos y colegios de Madrid y Galicia sobre una muestra de 800 escolares, siendo el criterio finalmente empleado para la elección de los encuestados el de selección aleatoria de grupos por cursos. La encuesta realizada responde a la siguiente ficha técnica:

- **Universo:** Escolares de 14 a 18 años de las Comunidades Autónoma de Galicia y Madrid.

- **Ámbito:** El trabajo de campo se ha realizado en municipios de la Comunidad Autónoma de Galicia, y municipios de ciudad de Madrid y Comunidad Autónoma de Madrid.
- **Tamaño de la Muestra:** El tamaño de la muestra fue de 800 jóvenes (300 en la Comunidad Autónoma de Galicia, de los cuales 14 han sido anulados por superar los encuestados la edad límite del estudio, y 500 en la de Madrid, todos ellos válidos), pertenecientes a centros de enseñanza públicos y privados.
- **Error Muestral:** El error muestral es del +/- 3,53% para el total de la población, con un nivel de confianza del 95,45%.
- **Afijación:** Proporcional, con la corrección que se especifica en el siguiente procedimiento de muestreo.
- **Procedimiento de Muestreo:** Por conglomerados polietápico, estratificado por tipo de colegio y estudios, con selección de las unidades primarias de muestreo de forma aleatoria proporcional a los estratos y de las unidades últimas por muestreo aleatorio simple.
- **Recogida de datos:** La recogida de datos se ha realizado mediante cuestionarios autoadministrados con la presencia exclusiva del encuestador como única persona adulta.
- **Ponderación:** Con el objeto de dar a Madrid y Galicia el mismo peso en los resultados (para su comparación) se han ponderado los resultados por la variable residencial del entrevistado.

## 5.2. Fase cualitativa

Con el objeto de recoger información cualitativa y de opinión que complemente los datos estadísticos, se realizaron un total de 13 grupos de discusión, todos ellos mixtos, según la siguiente distribución:

- En Madrid se han realizado 7 grupos de discusión, de los cuales cuatro fueron sólo de alumnos, uno de profesores, uno de padres y uno heterogéneo (incluyendo miembros de la comunidad educativa, por ejemplo, trabajadores sociales o funcionarios del distrito escolar, empresas o asociaciones vinculadas al centro, etc.) sobre un temario prefijado.
- En Galicia se formaron 6 grupos de discusión, tres de alumnos, uno de profesores, uno de padres y uno de la comunidad educativa.

Para la formación de los grupos de discusión compuestos por jóvenes de 14 a 18 años se tuvo en cuenta el curso escolar al que pertenecían. Sin embargo, no podemos decir que exista un discurso distinto respecto a las drogas de diseño (ni a las sustancias estupefacientes en general) según la pertenencia de los jóvenes a distintos cursos escolares. De modo similar al curso académico, tampoco el discurso de los jóvenes gallegos y madrileños aporta diferencias reseñables.

La información obtenida de los análisis cuantitativo y cualitativo aparece de forma complementaria a lo largo del documento.

## II. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA

(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)

Antes de comenzar a analizar las pautas de consumo de las drogas de diseño entre los jóvenes vamos a describir brevemente las características de los encuestados, comenzando por mostrar la distribución de los jóvenes en función de su sexo y edad.

### 1. DISTRIBUCIÓN POR SEXO Y EDAD

Del total de los encuestados el 53,18% son hombres y el 46,31 mujeres.

Los jóvenes de 14 años representan el 17,56% de la muestra, los de 15 años el 20,87%, los de 16 el 23,28, los de 17 el 23,16% y los de 18 años el 14,76%. Los más mayores han sido infrarrepresentados en la muestra ya que este estudio pretende analizar el consumo en su fase inicial, y partimos de la consideración de que el consumo se inicia antes de los 18 años.

Tabla 1. Sexo y edad de los encuestados

Sexo	Variables	Edad						Total
		14 años	15 años	16 años	17 años	18 años	Ns/nc	
Hombre	Recuento	65	104	91	84	73	1	418
	% sexo	15,55	24,88	21,77	20,10	17,46	0,24	100,00
	% edad	47,10	63,41	49,73	46,15	62,93	33,33	53,18
Mujer	Recuento	72	60	92	96	43	1	364
	% sexo	19,78	16,48	25,27	26,37	11,81	0,27	100,00
	% edad	52,17	36,59	50,27	52,75	37,07	33,33	46,31
Ns/nc	Recuento	1	0	0	2	0	1	4
	% sexo	25,00	0,00	0,00	50,00	0,00	25,00	100,00
	% edad	0,72	0,00	0,00	1,10	0,00	33,33	0,51
Total	Recuento	138	164	183	182	116	3	786
	% sexo	17,56	20,87	23,28	23,16	14,76	0,38	100,00
	% edad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

## 2. ESTUDIOS REALIZADOS

Ya que el presente estudio se ha llevado a cabo dentro de los centros escolares, parece importante constatar la distribución de los encuestados según los estudios realizados, variable a considerar en el análisis de los resultados de la encuesta.

**Tabla 2. Distribución de los encuestados según los estudios realizados**

Curso	Recuento	%
3° ESO	241	30,66
4° ESO	132	16,79
1° Bachillerato	106	13,49
2° Bachillerato	42	5,34
3° BUP	155	19,72
COU	94	11,96
Otros	8	1,02
Ns/nc	8	1,02
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>

## 3. SATISFACCIÓN CON ESTUDIOS

La mayoría de los estudiantes encuestados están satisfechos o muy satisfechos con sus estudios, según refleja la tabla 3.

**Tabla 3. Grado de satisfacción con estudios**

Grado de satisfacción	Recuento	%
Muy satisfecho	100	12,72
Satisfecho	404	51,40
Insatisfecho	233	29,64
Muy insatisfecho	43	5,47
Ns/nc	6	0,76
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>

## 4. FRACASO ESCOLAR

El 35,11% de los jóvenes de entre 14 y 18 años manifiesta estar insatisfecho o muy insatisfecho con sus estudios, mientras el 28,88% reconoce haber repetido curso.



**Tabla 4. Grado de satisfacción con estudios**

Veces	Recuento	%
Ninguna	557	70,87
Una	153	19,47
Dos	60	7,63
Tres	9	1,15
Más de 3	5	0,64
Ns/nc	2	0,25
Total	786	100,00

### **5. ABSENTISMO ESCOLAR**

Otro aspecto a destacar dentro del ámbito académico es el hecho de que los jóvenes de entre 14 y 18 años han faltado, por término medio, 2,53 veces sin justificación alguna, para ir con sus amigos. Como vemos a continuación, el 36,51% de los encuestados han faltado al menos una vez a lo largo del curso.

**Tabla 5. Número de faltas**

Faltas	Recuento	%
Ninguna	468	59,54
1 a 3	157	19,97
4 a 6	48	6,11
7 a 10	29	3,69
Más de 10	53	6,74
Ns/nc	31	3,94
Total	786	100,00

### **6. RELACIONES FAMILIARES**

Una vez vistos algunos elementos del ambiente escolar de los jóvenes, vamos a pasar a describir algunas características de su ambiente familiar.

La relación de los jóvenes con sus progenitores es, en la mayoría de los casos, buena o muy buena, especialmente con la madre, ya que el porcentaje de jóvenes que no se llevan bien con su padre es un poco más elevado, aunque apenas si es significativo

**Tabla 6. Cómo se llevan los jóvenes con sus padres**

Relación	Padre		Madre	
	Recuento	%	Recuento	%
<b>Muy bien</b>	376	47,84	455	57,89
<b>Bien</b>	323	41,09	278	35,37
<b>Mal</b>	35	4,45	29	3,69
<b>Muy mal</b>	22	2,80	9	1,15
<b>Ns/nc</b>	30	3,82	15	1,91
<b>Total</b>	786	100,00	786	100,00

A pesar de la buena relación existente con sus progenitores, según los jóvenes encuestados la realización de actividades conjuntas no es muy frecuente. Aquí debemos tener en cuenta que se preguntó sobre la frecuencia con que se realizan las actividades con ambos padres simultáneamente. Debe destacarse aquí el elevado número de no respuesta, que se corresponde, por una parte, con la respuesta nunca, y por otra, con la dificultad de establecer una frecuencia para cada actividad.

**Tabla 7. Frecuencia de realización de actividades con los padres**

Actividades	Nunca	1 ó 2 veces	3 ó 4 veces	Casi a diario	Ns/nc	Total
<b>Comer</b>	2,29	8,65	0,00	0,00	89,06	100,00
<b>Ver la tele</b>	4,96	17,05	0,00	0,00	77,99	100,00
<b>Hablar de sucesos diarios</b>	5,98	23,66	0,00	0,00	70,36	100,00
<b>Hablar de problemas personales</b>	22,14	35,75	0,00	0,00	42,11	100,00
<b>Hablar de estudios</b>	6,62	24,94	0,00	0,00	68,45	100,00
<b>Hablar de su trabajo</b>	14,89	31,81	0,00	0,00	53,31	100,00
<b>Hablar de los planes personales</b>	23,16	31,17	0,00	0,00	45,67	100,00

Las actividades que en mayor proporción no se realizan nunca con los padres son hablar de los planes personales, de los problemas personales o del trabajo de los padres, lo cual demuestra que existe un nivel bajo de comunicación entre los jóvenes y sus progenitores.

## **7. ESTUDIOS Y TRABAJO DE LOS PADRES**

Aunque no se pidió a los encuestados que se posicionasen en un nivel socio-económico determinado, sí se les solicitó que indicasen el nivel de estudios de sus padres y su situación laboral, elementos ambos que nos indican en parte la clase social de referencia.

Más del 40% de los progenitores poseen una titulación académica, como mínimo, de bachiller superior, siendo un poco más elevado el porcentaje de padres (47,71%)

que de madres (40,97%) que se encuentran en esta situación. Además, el porcentaje de padres con estudios superiores (20,74%) duplica al de madres (11,20%), lo cual habla de un mayor capital cultural de los primeros y un cierto atisbo de diferenciación profesional en beneficio de aquellos.

**Tabla 8. Nivel de estudios de los padres**

Nivel de estudios	Padre		Madre	
	Recuento	%	Recuento	%
Sin estudios	32	4,07	39	4,96
Estudios primarios	194	24,68	213	27,10
Bachillerato Elemental	158	20,10	189	24,05
Bachillerato Superior	135	17,18	155	19,72
Estudios Universitarios Medios	77	9,80	79	10,05
Estudios Universitarios Superiores	163	20,74	88	11,20
Ns/nc	27	3,44	23	2,93
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>

La tabla 9 muestra cómo la mayoría de los padres y madres trabajan, bien sea por cuenta propia o ajena, siendo pequeños los porcentajes de desempleados y jubilados. Siguiendo con la diferenciación laboral entre progenitores antes comentada, destaca el amplio porcentaje de madres (38,55%) se dedica en exclusiva a las tareas del hogar frente a un inapreciable 0,25% de padres.

**Tabla 9. Situación laboral de los padres**

Trabajo	Padre		Madre	
	Recuento	%	Recuento	%
Trabaja por cuenta ajena	515	65,52	315	40,08
Trabaja por cuenta propia	191	24,30	120	15,27
Tareas de la casa	2	0,25	303	38,55
Desempleado / a	17	2,16	17	2,16
Jubilado / a	26	3,31	9	1,15
Ns/nc	35	4,45	22	2,80
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>	<b>786</b>	<b>100,00</b>

### III. CONSUMO DE DROGAS DE DISEÑO

(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)

#### 1. CONSUMO DE SUSTANCIAS

El 8,4% de los escolares encuestados declaran haber consumido, al menos en alguna ocasión, drogas de diseño.

**Tabla 10. Consumo de drogas de diseño**

Variables		%
<b>Total</b>		8,4
<b>Sexo</b>	<b>Varón</b>	10,5
	<b>Mujer</b>	6,0
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	4,6
	<b>Bachillerato</b>	11,9
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	7,9
	<b>Galicia</b>	9,2

La probabilidad de consumo es mayor en los hombres que en las mujeres, ya que por cada 6 consumidoras hay casi 11 hombres que dicen haber consumido alguna vez drogas de diseño.

El consumo está más extendido entre los estudiantes de Bachillerato (10,5%) que entre los de ESO (4,6%).

El lugar de residencia también discrimina probabilidades diferentes de haber consumido, ya que mientras en Madrid hay un 7,9% de estudiantes que han probado las drogas de diseño alguna vez, en Galicia este porcentaje se incrementa hasta el 9,2%.

### **1.1. Consumo durante el último año**

Si bien el 8,4% de los jóvenes de entre 14 y 18 años reconocen haber consumido en alguna ocasión drogas de diseño, este consumo no siempre se ha realizado en un momento cercano en el tiempo.

En relación con el total de los encuestados, el 6,5% reconoce haber tomado drogas de diseño en el último año previo a la encuesta.

**Tabla 11. Consumo de drogas de diseño en el último año**

Variables		%
<b>Total</b>		6,5
<b>Sexo</b>	<b>Varón</b>	7,6
	<b>Mujer</b>	5,2
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	4,2
	<b>Bachillerato</b>	8,4
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	5,1
	<b>Galicia</b>	8,1

Las probabilidades de consumo en relación con el sexo, estudios y residencia siguen la misma pauta que para los consumidores ocasionales de drogas de diseño: es mayor

en los hombres que en las mujeres, en Bachiller que en ESO, y en Galicia que en Madrid.

El índice de continuidad que supone una superación del consumo ocasional es del 77,3%, siendo mayor entre los consumidores de ESO (91,3%), las mujeres (86,6%) y los consumidores gallegos (88%). El menor índice de continuidad lo presentan los consumidores de Madrid, con un 64,5%.

**Tabla 12. Índice de continuidad alguna vez – último año**

Variables	Índice
<b>Total</b>	<b>77,3</b>
<b>Sexo</b>	
<b>Mujer</b>	<b>86,6</b>
<b>Varón</b>	<b>72,3</b>
<b>Estudios</b>	
<b>ESO</b>	<b>91,3</b>
<b>Bachillerato</b>	<b>70,5</b>
<b>Lugar de residencia</b>	
<b>Madrid</b>	<b>64,5</b>
<b>Galicia</b>	<b>88,0</b>

### 1.2. Consumo durante el último mes

El 4,4% del total de los encuestados han consumido estas sustancias en el último mes anterior a la encuesta.

**Tabla 13. Consumo de drogas de diseño el último mes**

Variables	%	
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	
<b>Sexo</b>	<b>Varón</b>	<b>5,0</b>
	<b>Mujer</b>	<b>3,8</b>
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	<b>2,6</b>
	<b>Bachillerato</b>	<b>6,2</b>
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	<b>2,3</b>
	<b>Galicia</b>	<b>6,6</b>

Este consumo, analizado según el sexo, los estudios y la localidad de residencia de los encuestados, sigue las mismas pautas que el consumo ocasional y durante el último año, es decir, es superior entre los hombres, entre los estudiantes de bachillerato, y entre los estudiantes gallegos.

Sin embargo, existen diferencias en relación con el índice de continuidad que es menor en el consumo último año-último mes que en el consumo ocasional-último año. Por categorías, son las mujeres, los estudiantes de bachillerato y los estudiantes gallegos quienes presentan mayores índices de continuidad. Nuevamente son los estudiantes madrileños los que presentan el menor índice de continuidad del consumo.

**Tabla 14. Índice de continuidad último año – último mes**

<b>Variables</b>	<b>Índice</b>
<b>Total</b>	<b>67,6</b>
<b>Sexo</b>	
<b>Mujer</b>	<b>73,0</b>
<b>Varón</b>	<b>65,7</b>
<b>Estudios</b>	
<b>ESO</b>	<b>61,9</b>
<b>Bachillerato</b>	<b>73,8</b>
<b>Lugar de residencia</b>	
<b>Madrid</b>	<b>45,0</b>
<b>Galicia</b>	<b>81,4</b>

En este caso, las diferencias de los índices en función del sexo y los estudios se reducen porcentualmente, mientras que el índice de los estudiantes gallegos y los madrileños incrementa su distancia.

### **1.3. Continuidad del consumo**

En los apartados anteriores hemos comprobado los indicadores de continuidad, y a continuación vamos a analizar ahora el índice total de continuidad del consumo.

En relación con los estudiantes que han consumido drogas de diseño alguna vez y los que lo han hecho en el último mes, el índice total de continuidad es menor que en los casos anteriores, del 52,3%.

**Tabla 15. Índice de continuidad total**

Variables	Índice
Total	52,3
<b>Sexo</b>	
Mujer	63,3
Varón	47,6
<b>Estudios</b>	
ESO	56,5
Bachillerato	52,1
<b>Lugar de residencia</b>	
Madrid	29,1
Galicia	71,7

Al igual que antes, por categorías, son las mujeres, los estudiantes de ESO y los estudiantes gallegos quienes presentan mayores índices de continuidad.

En la tabla 15 se aprecia como el mayor índice de continuidad se encuentra entre los consumidores de Galicia (71,7%), seguido por el índice que ostentan las mujeres (63,3%). El índice menor se encuentra entre los consumidores de Madrid (29,1%).

#### **1.4. Adicción y abandono del consumo**

La adicción a estas sustancias y el abandono del consumo no fueron temas abordados en profundidad en el cuestionario. Sin embargo, la opinión vertida por los asistentes a los grupos de discusión resulta de gran interés, si bien no puede ser contrastada cuantitativamente.

La percepción de los escolares es que la dependencia que producen las drogas de diseño es menor y por tanto menos temida que la producida por la cocaína o la heroína. La causa principal de esto es que la primera se considera una dependencia psicológica y no fisiológica, con lo que cabe la posibilidad del síndrome de abstinencia. La dependencia viene marcada no por la sustancia en sí misma, sino por los efectos producidos por ese consumo, esto es, del deseo de volver a experimentar sus efectos. De ahí la posibilidad de asociar la diversión con su consumo, con lo que queda legitimado su uso habitual.

*“... te sientes como el rey, yo creo que por eso la gente se engancha, se sienten tan fuertes y tan seguros de sí mismos que les gusta, (...) y se toma una pastilla y se sienten así, pues se engancha por narices, porque le gusta sentirse así”.*

Dada la presunta inexistencia de dependencia fisiológica, el abandono de su consumo se ve más fácil que el de otras sustancias estupefacientes como la cocaína o la

heroína. Así, el abandono siempre se considera una decisión personal, que suele venir dada por uno de los dos siguientes motivos:

- Una mala experiencia con las drogas de diseño que asuste al consumidor, o bien la certeza de que el consumo le está produciendo secuelas perjudiciales.
- Un “proceso de maduración de la persona”. Llega un momento que el consumidor percibe que ha generado una dependencia de estas sustancias lo cual le empuja a un estilo de vida alienante (“siempre de fiesta”) y que le impide el desarrollo de actividades como el estudio o el trabajo.

## 2. INICIO AL CONSUMO

La edad media en la que los que los que han consumido alguna vez drogas de diseño lo han hecho por primera vez es de 14,8 años.

**Tabla 16. Edad media de inicio al consumo**

Variables		Edad media
<b>Total</b>		14,8
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	14,8
	<b>Mujer</b>	15,3
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	14,2
	<b>Bachillerato</b>	15,3
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	15,2
	<b>Galicia</b>	14,8

Por categorías, son los hombres, los estudiantes de ESO y los residentes en Galicia los que comienzan a consumir estas sustancias a una edad más temprana.

Un dato a subrayar es que la edad media de inicio al consumo entre los estudiantes de ESO es un año anterior a la de los estudiantes de Bachillerato, lo cual confirma la tendencia a la reducción progresiva de la edad de inicio al consumo.

Los participantes en los grupos de discusión coinciden con esta apreciación “cada vez son más pequeños los que empiezan a consumir drogas”. Cabe señalar en tal sentido la percepción de que la LOGSE es en parte responsable de este hecho al introducir en los institutos, junto con jóvenes de 18, 19, incluso 20 años, a chavales de 12 cuya personalidad aún no está formada por lo que son muy influenciados, tendiendo a la imitación de las conductas de los más mayores.



“Yo lo que noto es el cambio entre nosotros y la gente de 15 años, o sea aunque nuestras edades sean, seamos de la misma generación, hay una especie de fractura entre la gente que ha entrado nueva de la LOGSE y nosotros...”.

### 3. VOLUMEN DE CONSUMO

Cuando los consumidores toman drogas de diseño, la cantidad media consumida es de 1,5 pastillas. Si en los apartados anteriores hemos visto que son los hombres y los estudiantes de bachillerato los que más consumen, son también estos grupos los que mayor volumen de consumo presentan.

**Tabla 17. Cantidad media consumida**

Variables		Cantidad media
<b>Total</b>		1,5
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	1,6
	<b>Mujer</b>	1,3
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	1,1
	<b>Bachillerato</b>	1,7
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	1,6
	<b>Galicia</b>	1,3

Sin embargo, destaca el hecho de que aunque el porcentaje de consumidores es mayor en Galicia que en Madrid, al igual que su índice de continuidad, y la edad de inicio es menor, por su parte el volumen es mayor en Madrid, ya que la media de pastillas consumidas es 1,6 frente a 1,3 en Galicia.

### 4. CARACTERÍSTICAS Y FACTORES DE RIESGO

Aunque el consumo de estas sustancias no está relacionado directamente con el contexto escolar, éste puede llegar a ser un canal de acceso a este tipo de sustancias según se afirma en los grupos de discusión: “En el instituto tú sabías perfectamente quien, si querías pastillas, te las podía dar, pero la gente en sí no las consumía en ese momento, las cogía un viernes y el sábado se las tomaba cuando salía”.

#### 4.1. Momentos de consumo

Podemos asegurar que el consumo de drogas de diseño es un consumo de fines de semana y de ocasiones especiales, circunscrito en exclusiva a momentos de ocio y ambientes determinados como son las discotecas y las fiestas. Fuera de estos circuitos no se produce el consumo de drogas de diseño o, en caso de producirse, lo hace con una incidencia mínima. Esta frecuencia del consumo que se aprecia en el análisis cualitativo se ve plenamente respaldada por los resultados de la encuesta realizada.

El consumo se produce en el 88,1% de los casos durante el fin de semana, sin que se aprecien diferencias significativas en función del sexo, los estudios realizados o la comunidad autónoma de residencia. Prácticamente nadie consume en los días laborables.

Así, en el 60,9% de los encuestados que ha consumido, al menos en alguna ocasión, drogas de diseño, este acto se produce con ocasión de salidas especiales (“de marcha”), mientras que un 34,4% que dicen consumir siempre en las salidas normales (“de fin de semana”). Entre los hombres, los estudiantes de ESO y los estudiantes gallegos conocen una mayor frecuencia de consumo en las salidas habituales que entre las mujeres, los estudiantes de Bachillerato y los madrileños, quienes escogen en mayor medida el consumo durante las salidas especiales.

#### **4.2. Lugares de consumo**

El lugar preferido para el consumo de drogas de diseño son las discotecas o salas de fiesta (hasta el 45,5%), seguidas de lugares públicos de ocio como pubs, bares o alrededores, donde casi un 20% más realiza su consumo. Por último, un 10,9% de los consumidores afirma que sus lugares de consumo preferentes incluyen naves industriales, carpas o fiestas.

El sexo no establece diferencias en los lugares escogidos para el consumo, pero sí lo hacen los estudios y el lugar de residencia. Es mayor el porcentaje de estudiantes de ESO que realizan su consumo en discotecas, mientras que una mayor proporción de estudiantes de Bachillerato lo realizan en pubs, bares y alrededores. El consumo en Galicia es más habitual en discotecas, en tanto que en Madrid es más probable en pubs.

De la información cualitativa conviene destacar el hecho de que en las discotecas, los lugares de mayor consumo de estas drogas, éste no sólo es incontrolado, sino que en ocasiones se tolera y se fomenta.

*“...cuando tú tomas una droga de diseño te da mucha sed y las discotecas que saben que en su interior se venden drogas, lo que hacen es cerrar todos los grifos de los baño y vender el agua a mil pelas...”*

*- El día aniversario de la discoteca, bueno día guay, bueno, el caso es que iban a hacer una especie de concurso y tal, y el premio era el kit de fiesta, resultó que el kit de fiesta era medio gramo de cocaína, un tripi...”*

*“Yo no sé si es en todas las discotecas, pero yo conozco discotecas que vas a la barra y pides y te la ponen debajo del vaso”*

### **4.3. Precio de las drogas de diseño**

En el cuestionario se preguntaba a los consumidores por el precio de 18 tipos diferentes de pastillas, tipología extraída del análisis cualitativo y de anteriores estudios realizados. Se preguntó por el precio, entre otras, de las conocidas por Ajos, Panoramix, Doble gota, Casper, Pastilla del amor, Bicicletas. La más cara es la conocida por “Pastilla del Amor”, con un precio medio de 1979 pts. (11,90 €), y la más barata es la conocida por “Casper”, con un precio de 773 pts. (4,65 €).

Por término medio, estas sustancias son un poco más baratas en Madrid, donde el precio medio de las distintas pastillas es de 1.323 pts. (7,95€), que en Galicia, donde el precio medio se eleva a 1.434 pts. (8,62€).

### **4.4. Motivaciones para el consumo**

Las motivaciones para el consumo de las drogas de diseño están perfectamente identificadas por parte de los jóvenes escolares en su discurso. Podemos clasificarlas en tres grupos, no tanto según la importancia de los factores, sino según su naturaleza:

- En primer lugar, y como causa a considerar en el inicio del consumo, estarían la curiosidad, el deseo de probar dichas sustancias desconocidas y de experimentar nuevas sensaciones.
- En segundo lugar la influencia de los amigos consumidores y la presión de los ambientes serían factores determinantes, especialmente entre los más jóvenes (cuya personalidad está menos desarrollada, siendo por ello más influenciables) a la hora de consumir estas sustancias.
- En un tercer bloque podemos agrupar las causas de consumo relacionadas con los resultados que se esperan obtener por su disfrute. Así, en el consumo de drogas de diseño se espera aumentar la diversión, la mejora de la resistencia física para “aguantar toda la noche bailando”, un efecto desinhibidor del carácter o un modo de evasión de los problemas cotidianos.

### **4.5. Efectos del consumo**

Como último elemento característico del consumo de drogas de diseño cabe señalar sus efectos.

Si bien no hay ninguna pastilla a la que todos los consumidores le atribuyan el mismo efecto, existe una gran coincidencia de opiniones entre todos los encuestados al señalar como efecto principal el aumento de la animación y la diversión, seguido del incremento de la resistencia física. Curiosamente los encuestados señalan en tercer lugar el malestar producido con posterioridad a su ingesta.

Por último, cabe mencionar que prácticamente ningún encuestado señala mejorar alguna en la actitud para entablar relaciones (“ligar”) y/o mantener relaciones sexuales como efecto de las pastillas.

Las conclusiones recogidas en el análisis cualitativo coinciden con la encuesta de opinión de los consumidores, proporcionando alguna información adicional, especialmente al diferenciar efectos a corto, medio y largo plazo.

En efecto, las drogas de diseño producen un efecto de euforia y desinhibición que es el buscado por los consumidores como elemento que contribuye a aumentar la diversión en los momentos de ocio, así como a evadirse de los problemas.

*“- Pues que no se cansan, que pueden estar bailando toda la noche.*

*- Que ven alucinaciones.*

*- Que están muy animados y muy contentos...*

*- Que se evaden de la realidad”.*

Estos efectos buscados, el “subidón” tal como lo denominan los jóvenes, viene seguido de un “bajón” lo cual incita a consumir más para continuar el ritmo. La duración de este “subidón” depende de factores como la propia persona, el ambiente, la cantidad consumida y el tipo de sustancia ingerida, pero podemos situarlo como término general en dos horas.

Estos efectos no tienen por qué darse todos juntos y pueden variar (al menos en intensidad) según el tipo sustancia que se ingiera. Si bien los asistentes a los grupos fueron capaces de identificar numerosos tipos de “pastillas” (entre otras Mitsubishi, Teletubbies, Dragones Negros, Ovaladas blancas y amarillas, Pitufos, Rombos, etc.), atribuyéndoles diferentes efectos según su composición, no fueron capaces en la mayoría de los casos de identificar cada tipo de pastilla con un efecto determinado.

No obstante, las drogas de diseño pueden tener graves efectos perjudiciales a corto plazo consecuencia, fundamentalmente, de la mala calidad o del consumo excesivo, efectos que pueden ir desde una “ralentización” de las actividades neurofisiológicas a la muerte.

*“Hay personas a las que les sale incluso espuma por la boca, si les ha afectado mucho, yo tengo una amiga, una compañera de clase que... Bueno, hace poco se tomó una y nunca había tomado ninguna y lo normal es que si nunca has tomado algo te tomes una o un cuarto, pero ella se tomó una y media y bueno, estaba muy mal. Al*

*principio, sí, muy bien, y luego tirada en el suelo y vomitando y echando espuma por la boca y todo”.*

Si los efectos perjudiciales a corto plazo suelen derivar de la mala calidad de las drogas consumidas, la calidad no influye en las consecuencias a medio o largo plazo, puesto que se producen no tanto por un consumo continuado como por un abuso de dichas sustancias.

Las drogas de diseño ejercen una clara influencia sobre el carácter y la personalidad, volviendo a sus consumidores más agresivos y distanciándoles de las personas de su entorno.

*“Sí se nota, el carácter (...) parecen más agresivos, bastante más agresivos... Además se aíslan, solamente se van con la gente que hace eso”.*

En cuanto a los efectos a largo plazo, no se conocen con exactitud debido, en primer lugar, a que se trata de sustancias relativamente nuevas por lo que es necesario un tiempo de experimentación y estudio médico para comprobar estos efectos a largo plazo, y en segundo lugar, por el problema del desconocimiento existente en torno a su composición exacta y a las variaciones que se presentan. Sin embargo, es comúnmente aceptada su repercusión negativa sobre las actividades neurofisiológicas, en especial el cerebro, hablándose en otras ocasiones también de repercusiones en la médula espinal o la columna.

En cualquier caso, el riesgo del consumo de estas sustancias es a menudo ignorado frente a la imagen positiva e inocua que se proyecta de ellas:

*“No sé, sé que es gente que termina con problemas neurológicos o cosas así, es lo que he oído decir yo, pero o sea, yo lo que sé es que cuando tú tomas cocaína o heroína lo que se ve en televisión son los problemas de las drogas: las chabolas, la Rosilla y demás, pero cuando salen drogas de diseño, sale siempre una discoteca”.*

## **5. FACILITADORES DEL CONSUMO DE DROGAS DE DISEÑO**

La confianza en estas sustancias y la facilidad de acceso a ellas, así como la sensación subjetiva de control en su consumo son elementos que facilitan el consumo de las drogas de diseño, como se puede comprobar en la tabla 18.

**Tabla 18. Acuerdo con las siguientes afirmaciones**

Afirmaciones	Sexo		Estudios		Residencia		Total
	Hombre	Mujer	ESO	Bachiller	Madrid	Galicia	
Conocer gente de confianza para comprar	83,3	79,2	77,8	82,0	83,9	81,0	81,8
Controlo la cantidad de consumo	83,7	66,7	84,2	75,5	74,2	80,6	77,6
Puedo dejarlo cuando quiera	86,4	84,0	77,8	88,0	85,0	88,9	85,5

El hecho de tener un contacto que se percibe como seguro al que se le compran las pastillas es una afirmación respaldada por una mayor proporción de hombres, de estudiantes de Bachiller, lo cual es lógico pues llevan más tiempo de consumo que los de ESO), y de residentes en Galicia.

La sensación subjetiva de controlar el número de pastillas que se quieren consumir está presente en un menor porcentaje de consumidores que los otros dos indicadores. Esta sensación de control parecen tenerla muchas menos mujeres que hombres (17% menos). Una diferencia demasiado abultada que puede plantear preguntas interesantes: tal vez falta de autoestima o mayor conocimiento sobre el carácter adictivo de estas sustancias. De nuevo, en los consumidores más noveles, aquéllos que cursan la ESO, se hace más presente que en los veteranos de Bachiller. También es más probable tener sensación de control en Galicia que en Madrid, lo cual es también congruente con los resultados anteriores ya que en Galicia se da un consumo más extendido pero menos intenso que en Madrid).

Por último, esta sensación de control y el presunto carácter no adictivo se ven reafirmados por el hecho de que casi 9 de cada 10 consumidores de drogas de diseño aseguran poder abandonar el consumo cuando quieran. Nuevamente son los hombres, los estudiantes de bachillerato y los residentes en Galicia, los que en mayor proporción respaldan esta afirmación.

## **6. PROBLEMAS ATRIBUIDOS AL CONSUMO DE DROGAS DE DISEÑO**

A pesar de la percepción benévola y sin riesgo adjetivo, así como la sensación de control en su uso, el 67% de los consumidores de drogas de diseño ha tenido a lo largo de su vida al menos algún problema de los indicados en el cuestionario como consecuencia de este consumo. En la siguiente tabla se detalla el número de problemas que han tenido los encuestados, destacando además el volumen de problemas reconocidos; pues la tercera parte de los consumidores afirma haber sufrido tres o más de los problemas mencionados.

**Tabla 19. Existencia de problemas como consecuencia del consumo de drogas de diseño**

Existencia de problemas	%
Sí	67,0
No	33,0
Número de problemas	
1 ó 2	33,0
3 ó 4	20,5
5 o más	13,5

Los encuestados reconocen haber tenido por término medio algo más de dos problemas derivados del consumo de drogas de síntesis, siendo los hombres, los estudiantes de bachillerato y los residentes en Madrid los que mayor número medio de problemas han conocido.

**Tabla 20. Número medio de problemas derivados del consumo de drogas de diseño**

Variables		Media
<b>Total</b>		2,1
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	2,3
	<b>Mujer</b>	1,4
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	1,9
	<b>Bachillerato</b>	2,2
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	2,1
	<b>Galicia</b>	1,9

Mas, ¿cuáles son esos problemas reconocidos? En la tabla 21 puede apreciarse que los más corrientes atribuidos al consumo de drogas de diseño son discusiones y peleas, lo cual contradice la creencia generalizada de que estas sustancias ayudan a empatizar con los otros. Pueden ser desinhibidoras o socializadoras en un determinado ambiente, pero no facilitan en última instancia la comunicación con los demás. Estas discusiones ocurren con mayor probabilidad en hombres que en mujeres, y más en Madrid que en Galicia, no apreciándose diferencias por estudios.

A continuación aparecen los problemas tenidos con la pareja, que refuerzan la idea anterior, y las faltas al instituto o colegio. Para finalizar, los problemas familiares, los accidentes y la detención por la policía son también problemas sufridos por contingentes importantes de consumidores de drogas de diseño, variando su importancia en detrimento de las peleas con agresión física o problemas con la pareja en alguno de los grupos resultantes en función del sexo, los estudios y la residencia de los encuestados. En efecto, hay tres veces más detenciones de hom-

bres que de mujeres –por su mayor agresividad-, tres veces más accidentes de los mayores respecto a los jóvenes –por su acceso legal a la conducción de vehículos- y menos problemas familiares de estos últimos debido al menor control por parte de la familia.

**Tabla 21. Problemas derivados del consumo de drogas de diseño**

Problemas	Sexo		Estudios		Residencia	
	Hombre	Mujer	ESO	Bachiller	Madrid	Galicia
Discusiones fuertes	51,2	20,8	38,9	38,8	51,6	31,4
Riñas o peleas con agresión física	42,9	12,5	33,3	31,3	37,5	27,8
Con la pareja	35,7	20,8	21,1	34,7	25,8	34,3
Faltas al instituto / colegio	28,6	25,0	22,2	29,2	23,3	31,4
Familiares	25,6	25,0	33,3	22,9	29,0	22,9
Accidentes	14,0	12,5	5,6	16,3	9,7	14,3
Detención por la policía	11,9	4,0	11,1	8,2	9,7	8,3

## IV. COMPOSICIÓN DE LAS DROGAS DE DISEÑO Y PELIGROSIDAD DE LA SUSTANCIA

(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)

### 1. PERCEPCIÓN GENERAL

El discurso de los jóvenes en los grupos de discusión pone de manifiesto que el consumo de drogas de diseño es percibido por el conjunto de la población juvenil como algo peligroso debido, por una parte a su composición, y por otra a sus efectos a largo plazo.

Son sustancias fabricadas químicamente, y esta artificialidad las hace peligrosas. Sin embargo, el único problema no es sólo que estén procesadas en laboratorios clandestinos y no sean naturales, sino más bien una falta de control en el proceso de fabricación. Cualquiera puede fabricarlas, de hecho se suelen fabricar en pequeños laboratorios, y cuando se ingiere una pastilla nunca se conoce realmente su composición. Así, por ejemplo, se habla en los grupos de distintas sustancias incluidas en las drogas de diseño, si bien no se puede conocer la composición de un modo exacto, ya que en cada pastilla el porcentaje de cada sustancia puede variar.

*“Creo que si se supiera todo lo que te meten nadie las probaría”.*

*“...hay un puñado de pastillas y que las mezclan con porquerías, o sea yo sé de pastillas que las cortan con caballo [heroína], con puñado de cosas que dices ¡Dios mío!*



*Yo sé que antes las pastillas de antes las cortaban con, tú tomabas una pastilla de esas y lo que le echaban era speed, anfetam, le echaban cosas que... y ahora es más basura, le echan caballo y otras cosas....”.*

De todos modos, cabe considerar que cuando el vendedor de estas sustancias estupefacientes sea un amigo o un conocido, este miedo se ve mitigado por la confianza mutua.

Por otra parte no se conocen con exactitud los efectos a largo plazo, “...lo que pasa es que las pastillas son nuevas ahora y la gente no sabe los efectos que tienen”.

Sin embargo, a pesar de que esta peligrosidad es claramente percibida por los jóvenes, no podemos olvidar que sigue siendo menos temida que la cocaína o la heroína debido en gran medida a las causas siguientes:

Por una parte,

- Los jóvenes perciben que las drogas de diseño generan una menor dependencia (dependencia de la que hablaremos más tarde, cuando tratemos el tema del abandono del consumo).
- Si a esta percepción unimos el hecho de que las drogas de diseño son de consumo esporádico (circunscrito al fin de semana y a las ocasiones especiales) surge la noción de que en este tipo de sustancias es más fácil evitar un uso abusivo.
- El modo de consumo de las drogas de diseño (ingestión de una pastilla) genera un menor rechazo que la manera de consumir cocaína (esnifándola) o heroína (pinchándose o esnifándola), modos estigmatizados.

Las imágenes más frecuentes que asocian los jóvenes con el consumo de drogas de diseño son cercanas a la diversión, lo cual contribuye a mitigar la precaución con respecto a su uso.

## **2. PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

Uno de los aspectos clave de la peligrosidad de las drogas de diseño es la variabilidad de su composición, lo cual se traduce en la perplejidad con que son percibidas: casi 7 de cada 10 consumidores de estas sustancias no sabe qué sustancia está tomando cuando consume. Tal desconocimiento es reconocido por un mayor porcentaje de hombres que de mujeres y de estudiantes de Bachillerato que de la ESO, no existiendo diferencias significativas entre las dos comunidades estudiadas.

**Tabla 22. Consumidores que desconocen las sustancias que ingieren**

Variables		%
<b>Total</b>		69,1
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	79,1
	<b>Mujer</b>	52,0
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	61,1
	<b>Bachillerato</b>	72,0
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	68,8
	<b>Galicia</b>	69,4

Entre los que declaran que no saben qué sustancia están tomando, el 40,4% dice no tener sentimientos de temor o desconfianza por el acto que está realizando.

**Tabla 23. Consumidores a los que el desconocimiento de la sustancia consumida no produce temor**

Variables		%
<b>Total</b>		40,4
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	54,5
	<b>Mujer</b>	7,1
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	63,6
	<b>Bachillerato</b>	32,4
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	40,9
	<b>Galicia</b>	40,0

Si, como hemos visto, son más los hombres que desconocen la sustancia que consumen, también son más los que lo hacen sin ninguna desconfianza (54,5%), mientras que este porcentaje se reduce al 7,1% de las mujeres. Por su parte, los estudiantes de ESO que consumen sin conocer el producto sienten temor o desconfianza ante este consumo en mayor proporción que los estudiantes de bachillerato.

## **V. ACTITUD DE LA POBLACIÓN JUVENIL ANTE EL CONSUMO DE DROGAS DE DISEÑO**

**(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

### **1. INTENCIÓN DE CONSUMO**

En dos escalas ordinales ordenadas de 1 a 10 (donde 1 significa la certeza total de que se va a consumir, y 10 la certeza total de que no se va a consumir) se preguntaba a los encuestados sobre su intención de consumo en los días próximos y en la siguiente fiesta.

Como vemos en la Tabla 24, para el total de la población (y no sólo para los consumidores), los valores se sitúan muy cerca de la certeza total de la intención de no consumo.

**Tabla 24. Intención de consumo de drogas de diseño**

Variables		Próximos días	Próxima fiesta
<b>Total</b>		9	8,7
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	8,8	8,6
	<b>Mujer</b>	9,2	8,8
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	9	8,8
	<b>Bachillerato</b>	9	8,6
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	9	8,8
	<b>Galicia</b>	8,9	8,6

La intención de consumo es superior para la próxima fiesta que para los próximos días, resultado lógico teniendo en cuentas las características del uso de este tipo de sustancias, el cual se produce normalmente en salidas de fin de semana o fiestas.

Las diferencias en la intención de consumo de los distintos grupos no son significativas, si bien los hombres mantienen una intención de consumo un poco más elevada que las mujeres en ambos casos. Sin embargo, si analizamos la intención de consumo en función de la existencia o no de algún consumo anterior, sí existen diferencias significativas, siendo siempre mayor la intención entre los consumidores que entre los que nunca han probado las drogas de diseño.

**Tabla 25. Intención de consumo de drogas de diseño en función de consumo ocasional**

Consumo	Próximos días	Próxima fiesta
<b>Consumidores</b>	6,3	5,4
<b>No consumidores</b>	9,2	9,0

En el indicador “para la próxima fiesta” la diferencia es mayor, los que han consumido drogas de diseño ocasionalmente tienen una intención muy superior, con un valor en la escala de 5,4, a la de aquellos que no han consumido nunca esta sustancia (valor medio de 9). Se ha realizado un análisis de varianza y estas diferencias son significativas ( $F=89,1$ ) al nivel 0,05.

También se ha realizado un análisis de correlación entre ambas variables, resultado una correlación significativa al nivel 0,01 con un valor de 0,84 entre la intención de consumir los próximos días y la intención de consumir la próxima fiesta, lo que signi-

fica que casi todos los sujetos que tienen intención de consumir lo harán tanto en los próximos días como en la próxima fiesta.

## 2. CREENCIA NORMATIVA

Si en el apartado anterior analizábamos la intención, aquí vamos a analizar las creencias de los jóvenes acerca de lo que otros esperan que hagan en relación con su consumo de drogas de diseño (siendo 1 que esperan que lo hagan y 10 que esperan que no lo hagan).

**Tabla 26. Creencia de las expectativas de diferentes personas respecto del consumo**

Variables		Personas importantes para mí	Mis amigos	Mis padres
<b>Total</b>		9,3	9,2	9,8
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	9,1	8,9	9,7
	<b>Mujer</b>	9,5	9,5	9,8
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	9,4	9,3	9,8
	<b>Bachillerato</b>	9,3	9,1	9,7
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	9,2	9,1	9,6
	<b>Galicia</b>	9,4	9,3	9,9

En general, los jóvenes creen que las personas de su entorno esperan su abstinencia en el consumo de estas sustancias. Por término medio, los escolares encuestados creen que sus padres esperan un mayor grado de abstinencia que otras personas relevantes para ellos y que sus amigos.

Si bien existe un alto nivel de coincidencia respecto a lo que los distintos grupos creen que los demás esperan de ellos, los hombres, los que cursan Bachiller y los residentes en Madrid, se posicionan un poco más alejados de la abstinencia absoluta que las mujeres, los que cursan ESO y los que residen en Galicia, respectivamente, en los tres indicadores analizados.

Para comprobar la existencia o no de relación significativa estadística se ha realizado un análisis de correlación entre estas tres variables y la intención que el sujeto tiene de consumir estas sustancias en la próxima fiesta. Se encuentran correlaciones de valor medio-altas y positivas entre lo que los encuestados creen que esperan sus amigos y otras personas importantes para ellos y la intención del sujeto para la próxima fiesta; correlación que no existe respecto a los padres. Es decir, existe una relación sobre lo que creen que esperan de ellos sus amigos y otras personas importantes y la intención sobre lo que van a hacer. Ya se ha visto anteriormente que las puntuacio-

nes en la intención son muy diferentes (y significativas) entre los que han consumido estas sustancias ocasionalmente y los que no lo han hecho.

### 3. ACTITUDES SOBRE LAS DROGAS DE DISEÑO

Otra de las variables importantes al hablar sobre el consumo de cualquier sustancia es la actitud que se mantenga hacia ella. En este sentido nos interesaba probar la relación existente entre una actitud positiva o negativa ante las drogas de diseño y la intención de consumirlas. Según la escala empleada, la actitud más negativa tiene un valor 0, y la actitud más positiva hacia estas sustancias tiene un valor 10.

**Tabla 27. Actitud ante las drogas de diseño**

Variables		Media
<b>Total</b>		4,0
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	4,1
	<b>Mujer</b>	3,9
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	3,8
	<b>Bachillerato</b>	4,1
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	3,8
	<b>Galicia</b>	4,2

La valoración media que los jóvenes hacen de su actitud ante estas sustancias se encuentra muy cercana a valores intermedios, pero en posiciones de rechazo. Las diferencias existentes entre las actitudes de los distintos grupos estudiados son pequeñas, mostrando las mujeres, los estudiantes de ESO y los madrileños una actitud más próxima al rechazo.

En el análisis de correlación realizado entre esta actitud y la intención de consumir en la próxima fiesta, se obtiene un coeficiente de valor medio (0,29) y significativo al nivel 0,01. Es decir, existe una relación estadísticamente significativa que relaciona la actitud positiva hacia las drogas de diseño y la intención de consumirlas en la próxima fiesta.

## VI. CONSUMO DE OTRAS SUSTANCIAS

(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)

### 1. PERCEPCIÓN GENERAL DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ENTRE LOS JÓVENES

En cuanto al análisis cualitativo de los grupos de discusión se desprende que existe un consenso generalizado de los jóvenes escogidos al considerar el alcohol, el tabaco y los “porros” como las drogas que más se consumen entre su generación. Un consumo que se produce incluso dentro de los centros escolares.

Hay, no obstante, diferencias en la actitud y uso de estas sustancias estupefacientes: mientras que el alcohol es algo que los jóvenes consumen fundamentalmente los fines de semana, cuando salen a divertirse, el tabaco y los “porros” se consumen a diario. De hecho, pese a que el alcohol y el tabaco son drogas legales, y a priori están aceptadas socialmente, cosa que no ocurre con el hachís o la marihuana, el consumo de estas últimas está tolerado, diríamos que casi “normalizado” por parte de los escolares y aparece sin connotaciones estigmatizantes, de ahí su adscripción en el conjunto de “drogas blandas”.

*“- ... vale que hay drogas más duras que el alcohol, pero también las hay más blandas, a mi juicio más blandas...”*

*-¿Por ejemplo?*

*- ... Y están muy mal vistas, hachís y marihuana por ejemplo. ¿Más blandas que el alcohol?*

*- Es relajante, eso no produce en el cuerpo lo que puede producir el alcohol.*

*- No son tan malas como puede ser el alcohol.*

*- Te voy a decir una cosa, y encima el porro pacifica a la gente, el alcohol violenta a la gente...”*

Hay un segundo bloque de sustancias consumidas, integrado por la cocaína y las drogas de diseño, citadas por este orden de cantidad consumida. Sin embargo, a pesar de que se puede afirmar que el consumo de cocaína se percibe como más elevado de un modo genérico, son las drogas de diseño las más habituales en estas edades, señalándose el precio y la facilidad de acceso y de ingestión como el factor que aumenta su presencia entre los jóvenes frente a la de la cocaína.

*- “Hay más pastilleros que cocainómanos porque es más barato”.*

*- “Yo es eso de probarlas lo veo fácil.*

*- En cualquier lado.*

*-Te ofrecen gratuitamente...*

*-La forma de tomarla es mucho más fácil que cualquier otra droga”.*

Por último, se puede hablar de la heroína como una droga ausente o poco relevante

en esta generación, ya que de ella existe una imagen totalmente negativa y estigmatizada, asociada a la marginalidad.

- *“Es que no creo que la heroína surja, o sea que la gente se meta heroína cuando sale, creo que la heroína es una droga mucho más de... barrios marginales... Es una droga como muy seria y que la gente no lo ve tan cercano como puede ver una pastilla o un porro o algo así”.*

Podemos pues establecer la secuencia de consumo que se muestra a continuación. No obstante hay que precisar que el carácter secuencial no implica que el paso de un tipo de sustancias a otro sea necesario. Esta evolución en el consumo se produce cuando el producto deja de cumplir las necesidades del consumidor que busca entonces algo con efectos más contundentes, más “fuerte”, algo que le de un mayor “colocón”.

#### NORMALIDAD

#### ANORMALIDAD

Tabaco/Alcohol

Porros

Drogas de diseño/Cocaína

Heroína

En la secuencia la primera sustancia ilegal consumida son los porros (hachís, marihuana). El siguiente paso se muestra, por el contrario, un poco confuso, ya que las opiniones sobre si se produce antes el consumo de drogas de diseño o de cocaína están repartidas entre ambas opciones. Lo que no admite discusión es que el consumo de ambas sustancias va íntimamente ligado.

*(Sobre el inicio al consumo):- ... cuando sustituyen a otro tipo de drogas, por ejemplo la cocaína.*

- *O ya están cansados de los porritos y dicen ¡quiero algo más fuerte!”*

Se considera decisivo el paso a la heroína y se produce tras el consumo de cocaína.

-*“ ... la gente empieza al principio con la coca y tal, al parecer es una droga bastante cara que llega un momento en que se te acaban los recursos, y cuando ya no queda otra y lo necesitas, terminas en la heroína porque es más barata”.*

Si bien hemos hablado de una secuencia en el consumo de drogas ilegales, su existencia no implica el abandono del consumo de una sustancia para el consumo de otra. De hecho, lo normal es que las drogas de diseño se consuman junto con alcohol y cocaína, esto es, se produce una politoxicomanía.

- "... cuando a lo mejor vas muy pedo de pastillas, pues te pones un tiro y se te corta todo el pedo de las pastillas".

"- ... todo el mundo que se pone pastillas lo mezcla con alcohol.

- Y se pone pastillas fijo que se mete... perico"

Los consumidores de drogas de diseño pueden también fumar hachís o marihuana, sin embargo, mientras que la ingesta de cocaína y alcohol puede realizarse en el mismo momento y lugar que el de las drogas de diseño, el consumo de hachís y marihuana tiene un espacio diferenciado del de aquellas. "Pero eso no te vas a poner a fumar esa noche". Se ha comprobado también que existe relación entre el consumo de bebidas alcohólicas y la intención de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta.

## **2. CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

El acceso y consumo de alcohol es mayoritario y al parecer aproblemático en cuanto a su percepción. El 89,9% de la población encuestada ha probado las bebidas alcohólicas en alguna ocasión.

Existen pocas diferencias entre el consumo masculino (90,2%) y el femenino (89,6%), así como entre los estudiantes madrileños (90,7%) y los gallegos (89,2%). Sin embargo, al analizar el consumo en función de los estudios de los jóvenes observamos que mientras que el 95,7% de los estudiantes de Bachiller consumen bebidas alcohólicas, sólo lo hace el 83,4% de los estudiantes de la ESO.

La edad media de inicio al consumo de alcohol se sitúa en los 13,7 años, confirmándose la tendencia de la reducción de la edad de inicio, ya que los que cursan actualmente ESO dicen haber comenzado a los 13,2 años, mientras que los de Bachiller recuerdan haber probado el alcohol a los 14 años de media.

La región de residencia apenas modifica la edad de inicio, al igual que el género, si bien existe una diferencia no significativa, ya que los hombres comienzan un poco antes que las mujeres.

La cantidad de consumo semanal se ha medido en la Unidad Básica Estándar (UBE). El consumo medio global es de 10,8 UBEs.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Consumiciones en las medidas en que se pueden encontrar en el mercado, ponderadas según su grado de alcohol.



En esta variable apenas se aprecian diferencias significativas en función del sexo -los hombres presentan una intensidad mayor de consumo que las mujeres- y los estudios -los estudiantes de Bachiller más que los de ESO. La diferencia entre los conjuntos de residentes en Madrid y Galicia no es relevante.

**Tabla 28. Consumo medio semanal de alcohol**

Variables		Media de consumo
Total		10,8
Sexo	Hombre	12,8
	Mujer	8,9
Estudios	ESO	8,9
	Bachillerato	12,4
Residencia	Madrid	11,0
	Galicia	10,6

Para este caso también se ha realizado un análisis de correlación entre la cantidad de alcohol ingerido y la intención de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta. Se ha obtenido un coeficiente de valor medio (0,26) y significativo al nivel 0,01, que relaciona la cantidad creciente de alcohol ingerida y la intencionalidad también creciente de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta.

### 3. CONSUMO DE OTRAS SUSTANCIAS

Del mismo modo que en el apartado anterior se comprobó que existe una relación significativa entre el consumo de alcohol y la intención de consumir drogas de diseño, esta relación se ha probado también respecto del consumo de las siguientes sustancias: tabaco, porros, LSD/ácidos/tripis, Speed/anfetaminas, Cocaína, Heroína e Inhalables.

El 64,4% de la población estudiada no consume ninguna de estas sustancias, mientras que un 23,6% consume una sola de estas sustancias y el restante 11,9% realiza un policonsumo, tomando entre dos y seis de las sustancias mencionadas.

Dejando a un lado el tabaco y considerando sólo las sustancias ilegales la distribución varía notablemente: el 84% de la población no consume ninguna de las sustancias relacionadas, mientras que un 13,4% consume una de ellas, y el restante 2,6% consume entre dos y seis sustancias. La sustancia ilegal más consumida son los “porros”.

En el análisis de correlación realizado entre la cantidad creciente de sustancias consumidas anteriormente y la intención de consumir drogas de diseño en la próxima

fiesta, se obtiene un coeficiente de valor medio (0,33) y significativo al nivel 0,01, que confirma la existencia de relación entre estas dos variables.

## **VII. CONSUMO EN EL ENTORNO**

**(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

### **1. CONSUMO DE SUSTANCIAS EN LA FAMILIA**

Se ha analizado el consumo que el entorno familiar más próximo de los encuestados, padres, madres y hermanos, realizan de sustancias tanto legales como ilegales: bebidas alcohólicas, tabaco, porros, LSD, speed, cocaína, heroína, inhalables y drogas de diseño.

En relación con las sustancias legales (alcohol, tabaco), el 7% de los encuestados no tiene familiares que consumen, un 11,5% tiene un familiar consumidor de alguna de las sustancias consideradas, un 24,5% tiene dos familiares consumidores, y el restante 57,1% tiene entre 3 y 6 familiares consumidores en alguna de las sustancias legales consideradas.

En cuanto al consumo del resto de sustancias por alguno de los familiares considerados, cabe constatar que el 86,8% de los escolares no tiene ningún familiar (padres o hermanos) consumidor de alguna de las sustancias ilegales mencionadas. Un 9,3% dice tener un familiar que consuma alguna de ellas, y el restante 3,9% afirma que 2 o más de sus familiares toman sustancias ilegales.

Se ha realizado un análisis de correlación entre ambas variables de consumo familiar y la intención del alumno/a de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta, obteniéndose dos resultados muy diferentes. Apenas existe relación entre el consumo de familiares de sustancias legales y la intencionalidad del alumno/a de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta: esta relación obtiene un coeficiente de valor muy bajo (0,09) y significativo al nivel 0,01, siendo por tanto una relación muy débil, apenas existente.

Diferente es el caso de los alumnos/as que tienen familiares que consumen sustancias ilegales. La relación obtenida tiene un valor medio (0,28) y significativo al nivel de 0,001, lo que implica la existencia de una relación significativa entre el consumo de drogas ilegales por los familiares y el grado de intencionalidad del alumno/a de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta.

### **2. CONSUMO DE SUSTANCIAS ILEGALES POR LOS AMIGOS**

Un segundo elemento del entorno de los adolescentes que puede influir en su comportamiento es el grupo de amigos, por lo que también se ha preguntado a los encues-

tados por el consumo que estos realizan de sustancias ilegales (porros, LSD, speed, cocaína, heroína, inhalables y drogas de diseño).

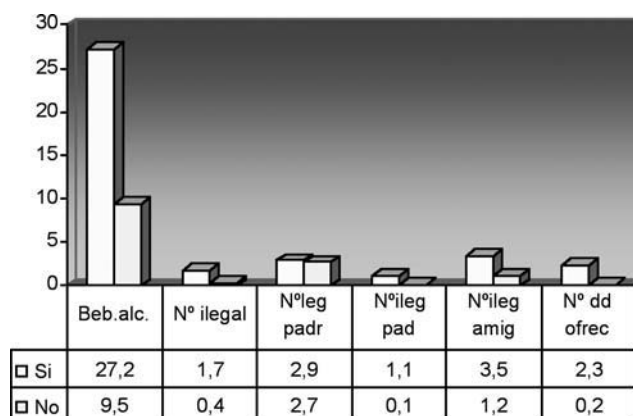
El 32,3% de los escolares encuestados afirma que no tiene amigos que consuman ninguna de estas sustancias, mientras que un 36% reconoce tener un amigo que consume alguna de estas sustancias, un 11,8% tiene dos amigos que lo hacen y el restante 19,9% de alumnos/as afirma que 3 o más de sus amigos consumen algunas de estas sustancias.

En el análisis de correlación realizado entre el número de amigos del encuestado que consumen algunas de las sustancias ilegales relacionadas y la intención del encuestado de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta, se obtiene un coeficiente de valor medio (0,35) y significativo al nivel 0,01, que relaciona el número creciente de amigos que consumen sustancias ilegales y la intencionalidad del sujeto de consumir drogas de diseño en la próxima fiesta.

### 3. CONSUMOS DE SUSTANCIAS POR PARTE PROPIA, DE FAMILIARES Y DE AMIGOS

Se han analizado, en relación con el consumo esporádico de drogas de diseño, diversas variables respecto al uso de sustancias: consumo medio por el encuestado de bebidas alcohólicas, número medio de sustancias ilegales, número medio de familiares que consumen sustancias legales e ilegales, número medio de amigos que consumen sustancias ilegales y número de drogas de diseño ofrecidas en el último mes.

**Gráfico 1. Consumo de sustancias en función del consumo de drogas de diseño**



El gráfico anterior muestra cómo existen grandes diferencias en algunas de las variables analizadas según el consumo de drogas de diseño.

Así, el consumo medio semanal de bebidas alcohólicas entre los que han consumido alguna vez drogas de diseño (27,2 UBE's) es tres veces mayor que entre los que no las han probado.

También existen diferencias significativas en el consumo propio de otras drogas ilegales, en el consumo de drogas ilegales de los familiares y amigos, y en el número de drogas de diseño ofrecidas en el último mes, ya que los que han consumido ocasionalmente drogas de diseño obtienen valores superiores a los de aquellos que no las han probado.

También en el consumo de sustancias legales por los familiares obtienen un valor medio superior los que han consumido drogas de diseño, si bien en este caso la diferencia respecto de los que no lo han hecho no son significativas.

## **VIII. PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS** **(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

En el cuestionario se plantean a los adolescentes varias preguntas relacionadas con la prevención del consumo de drogas. Como parte fundamental de la prevención se aborda el tema de la información que reciben los jóvenes sobre las drogas y su consumo.

Antes de analizar estos elementos informativos es importante señalar que en todos los grupos de discusión realizados el tema a debatir, es decir las drogas de diseño, derivaba irremediablemente en un tema más genérico, drogas en general, existiendo cierta dificultad entre los jóvenes para diferenciar las drogas de diseño o de síntesis de otras sustancias estupefacientes. Véase como ejemplo el siguiente texto, en el que se habla del speed, las anfetetas, los tripis, e incluso de la cocaína como drogas de diseño.

*"- ¿Qué drogas de diseño? Por ejemplo el speed, las anfetetas, las pastillas..."*

*- ¿Englobáis todas esas que tú comentas en drogas de diseño?*

*- Sí, porque es química, o sea, yo el perico no sé si es droga de diseño, pero el éxtasis, los tripis y esa cosas sí.*

*- No, y el perico está mezclado con anfetaminas y tal ¿no?, o sea, se podría considerar droga de diseño."*

Esta confusión no está del todo generalizada, sin embargo, hemos querido señalarla por el grado de desconocimiento que implica para un sector de la población juvenil.

## **1. FUENTES DE INFORMACIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE DROGAS DE DISEÑO**

A partir de las opiniones vertidas en los grupos de discusión, quedaba puesto de manifiesto que la falta de información sobre las drogas de diseño es algo totalmente generalizado. En este sentido, cabe destacar que el principal canal por medio del cual les llega esta información es la “calle”, sus amigos o lo que ven directamente a su alrededor, lo cual cabe considerar claramente insuficiente.

“- ... ¿de dónde llega esa información?

- Es que no llega.

- Eso lo escuchas.

- (...) Lo descubres cuando quieres”

Si bien en algunos casos reciben cierta información sobre sustancias estupefacientes en los colegios o institutos, a través de charlas, ésta no suele referirse en absoluto a las drogas de diseño, sino más bien a otras sustancias más tradicionales, como la cocaína o la heroína.

Otro canal informativo sería la televisión, donde aparecen noticias relacionadas con la drogadicción y donde se emiten algunas series o películas que abordan el tema. “Hombre, también, yo me acuerdo, hace un tiempo en la serie ‘Compañeros’, yo creo que es el único sitio donde he visto cómo han enfocado los problemas que trae tomarte las pastillas”. Sin embargo, el contenido de este tipo de series por lo común llega a los jóvenes poco más que como una ficción televisiva, ya que no se ven reflejados en ellas.

En este sentido, los jóvenes manifiestan dos quejas fundamentales:

- La existencia de una desinformación absoluta sobre la composición y efectos de las drogas de diseño.
- En los casos en que les llega alguna información sobre este tema, aparece sesgada “... es un tema muy machacado siempre desde el mismo punto de vista, drogas no se deben tomar y son muy malas, y machacan eso”.

Los jóvenes se ponen de acuerdo al demandar más información, información que a su juicio evitaría muchos de los problemas que existen con la drogadicción.

“- ¿Qué es lo que buscamos? LSD composición no sé qué, hace tal, tal, tal, etc. (...)

- Sabemos que efectos tienes, pero no sabemos cuáles, entonces yo creo que los efectos buenos que pueden tener de... hacer que sea divertido, los sabemos, pero los malos no, entonces yo creo que eso incita más al consumo”.

Los resultados cuantitativos no coinciden totalmente con los cualitativos, en parte por la posibilidad en el segundo caso de establecer matizaciones que cambian el sentido de lo expuesto. La encuesta no permite hablar de desinformación generalizada, ya que el porcentaje de jóvenes que recibe algún tipo de información, aunque sea de baja calidad es elevado.

El medio por el que más escolares reciben información sobre drogas de diseño es la televisión, seguido de los amigos y los periódicos y revistas. En cuarto lugar, poco más de la mitad de los escolares recibe información en el colegio, a través de charlas realizadas por expertos en el tema. Después, y por este orden, la radio, los libros, los padres y los profesores aparecen como fuentes informativas aunque así son considerados por algo menos de la mitad de los jóvenes.

El hecho de recibir información por parte de las diferentes fuentes no es suficiente, pues dicha información ha de ser idónea para lograr un grado aceptable de eficacia en la prevención o reducción del consumo. La calidad de la información recibida es objeto del siguiente apartado, si bien vamos a analizar aquí el grado de adecuación que para los jóvenes tiene cada fuente informativa como medio de obtener información. Esta adecuación se valoró en el cuestionario mediante una escala de 1 a 10, siendo 1 muy inadecuado y 10 muy adecuado.

**Tabla 29. Fuentes de información sobre drogas y grado medio de adecuación de las mismas**

Fuentes de información	% que recibe información	Grado medio de adecuación de la fuente
Charlas en colegio por expertos	51,4	8,0
Televisión	86,7	7,6
Padres	42,9	7,5
Amigos	83,2	7,3
Periódicos y revistas	75,5	6,8
Profesores	35,0	6,8
Radio	48,5	6,4
Libros	43,1	6,1

En general, todos los medios propuestos se consideran idóneos, en mayor o menor grado, como fuentes informativas sobre las drogas de diseño, tal como muestran los datos reflejados en la tabla anterior.

Las charlas impartidas por expertos en los centros educativos son la fuente informativa considerada más adecuada por los jóvenes a pesar de que sólo el 51,4% de ellos reconoce recibir información por este medio. Este hecho, unido a que sólo el 35% de los estudiantes ha recibido información de sus profesores, quienes ocupan el quinto lugar en la valoración media, hace pensar que los centros educativos deben aumentar su implicación en la prevención de los consumos juveniles, ya que constituyen un elemento socializador muy importante para ellos.

Los padres como fuente informativa están en una situación similar a la de los centros educativos, ya que aún siendo un medio muy valorado por los alumnos, a través de ellos son menos de la mitad los jóvenes quienes reciben información de drogas de diseño.

Esto es importante, ya que la información que llega a casi todos los jóvenes procede de la televisión y los amigos, medios que no parecen lo más adecuados (salvo excepciones), para transmitir mensajes realmente preventivos.

## **2. CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN**

Como ya adelantábamos en el apartado anterior, el simple hecho de recibir información sobre drogas de diseño no es suficiente, dicha información ha de ser adecuada para lograr un grado mínimo de eficacia en la prevención y reducción del consumo. Por otra parte, es necesario que esa información llegue a tiempo, es decir en edades tempranas, y que sea ecuánime. Esto es, que proceda de aquellos que puedan percibirse como líderes de opinión, por una parte de expertos pero también por otra de consumidores o exconsumidores que puedan hablarles de toda la realidad de las drogas, ya que la información que reciben no proporciona una visión completa del mundo de las drogas, sino sólo de su parte negativa, por lo que no les resulta fiable.

-“Para recoger información de la droga hay que recogerla de la gente que está en contra de la droga y de la gente que está a favor de la droga, si sólo te dedicas a escuchar a uno pues no sabes si te está diciendo la verdad o no”.

Precisan pues de una información completa para poder decidir sus actuaciones de un modo responsable, contando con las herramientas necesarias para decidir.

*“- ¿Cómo creéis que se podría hacer llegar (...) una buena información?*

*- Analizando, por médicos y por gente que la haya consumido.*

*- (...) No sé, es que como siempre dicen: no hagas eso, eso es que es malo o no sé... siempre nos dan la visión negativa de lo que son las drogas, pues yo creo que información buena,, buena no tendríamos hasta que no tuviésemos las dos”.*

Además de este sesgo percibido en la información, otro de los problemas existentes es que en las pocas ocasiones en que se les ofrece esta información no se hace con personas que conecten con los jóvenes, sino sólo a través de profesionales que ellos ven muy alejados, con los que no se identifican, con los que no pueden establecer contrastes y que por ello no les ofrecen mucha confianza.

Los jóvenes demandan una información real y completa, que venga de gente que hable con conocimiento de causa, de gente joven con la que puedan identificarse, y a través de dos canales fundamentales: el instituto o colegio y la televisión -no mediante anuncios, sino a través de debates o informativos.

En el cuestionario se abordaron algunos elementos propios de esta solicitada adecuación de la información: su suficiencia, su utilidad y su veracidad, elementos medidos en escalas de 1 a 10, donde 1 sería la excelencia. Los resultados medios son los que recoge la Tabla 30:

**Tabla 30. Calidad de la información sobre drogas de diseño**

Variables		Suficiencia media	Utilidad media	Veracidad media
<b>Total</b>		5,0	3,6	4,1
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	4,5	3,9	4,0
	<b>Mujer</b>	5,5	3,3	4,3
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	4,9	3,6	4,0
	<b>Bachillerato</b>	5,1	3,6	4,3
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	4,9	3,7	4,1
	<b>Galicia</b>	5,2	3,5	4,2

De las tres características propuestas, la que obtiene una peor puntuación media es la suficiencia. Así, la información que llega a los jóvenes les parece insuficiente en general, y especialmente a las mujeres, sin que haya diferencia por curso ni lugar de residencia. Por el contrario, la característica mejor puntuada es la utilidad de dicha información.

El grado de veracidad que atribuyen a la información se sitúa entre los dos valores anteriores, siendo mejor valorada por los hombres y los que cursan ESO que por las y los que están estudiando Bachiller, y no existiendo diferencia por lugar de residencia.

### **3. LA PREVENCIÓN EN EL CENTRO EDUCATIVO**

Ya se ha visto que los propios alumnos encuestados valoran muy bien la información sobre drogas recibida en el centro escolar, por lo que es interesante conocer cuántos de ellos han recibido información en este medio.



**Tabla 31. Jóvenes que han recibido información en los centros educativos**

Variables		%
Total		60,2
Sexo	Hombre	62,4
	Mujer	57,7
Estudios	ESO	64,2
	Bachillerato	56,6
Residencia	Madrid	58,1
	Galicia	62,2

El 60,2% de los escolares encuestados ha recibido información sobre drogadicción en su colegio o instituto, existiendo diferencias notables en función del sexo, del lugar de residencia y los estudios. Es este último caso donde las diferencias son más acusadas, lo cual puede ser fruto del incremento de los programas preventivos en los centros escolares.

El modo en que se proporciona la información sobre drogas puede llegar a condicionar el mensaje que se quiere transmitir y su eficacia. En este sentido interesa conocer cómo se ha transmitido la información sobre drogas en el colegio de los encuestados. Puede apreciarse que el tipo de información predominante en la población de estudio consiste en una sola charla impartida por un profesor o un experto, y raramente un trabajo en clase que los implica en mayor medida que como meros espectadores.

**Tabla 32. Modo de transmisión de la información en los centros educativos**

Variables		Charla con profesor / experto	Varias charlas con profesores / expertos	Trabajo en clase
Total		49,3	34,3	14,8
Sexo	Hombre	44,6	37,6	15,7
	Mujer	55,1	30,4	13,6
Estudios	ESO	45,1	39,9	14,2
	Bachillerato	53,5	28,3	15,5
Residencia	Madrid	45,0	33,5	18,8
	Galicia	53,1	35,1	11,3

#### 4. TIPO DE MENSAJE PREFERIDO

En el cuestionario se pidió a todos los encuestados que escogiesen su mensaje preferido entre la tipología siguiente:

**Tabla 33. Tipo de mensaje preferido**

Variables		Informativos	De impacto	Alternativas al consumo	De prohibición
<b>Total</b>		39,1	36,2	13,6	7,5
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	35,4	35,9	15,1	9,6
	<b>Mujer</b>	42,8	36,4	12,0	5,3
<b>Estudios</b>	<b>ESO</b>	37,8	36,4	12,1	11,0
	<b>Bachillerato</b>	40,1	35,8	15,0	4,5
<b>Residencia</b>	<b>Madrid</b>	37,4	39,5	9,1	8,1
	<b>Galicia</b>	40,8	32,8	18,1	6,9

La mayoría de los encuestados prefiere mensajes de tipo informativo, seguida por los que prefieren mensajes de impacto, lo cual se aprecia claramente en los grupos de discusión realizados.

Los hombres presentan una pequeña variación en su primera preferencia por los mensajes impactantes que también aparece entre los residentes en Madrid. Los mensajes prohibitivos sólo son escogidos por el 7,5% de jóvenes, lo cual demuestra su falta de eficacia.

En los grupos de discusión, los jóvenes señalan que las campañas publicitarias (ya sean carteles, cuñas radiofónicas, anuncios televisivos...) tienen una eficacia nula. “Yo creo que incitan a probarlas, porque ven que te lo prohíben y cuando alguna cosa te la prohíben hace que tú vayas a probarlo”.

Si bien los alumnos/as conocen las campañas existentes y recuerdan otras que han sido orquestadas con anterioridad, no les conceden ninguna credibilidad por varios factores:

- El hecho de prohibir el consumo sin argumentar esa prohibición lo cual le dota de cierto atractivo.
- Los anuncios no les impactan por estar acostumbrados a ellos.
- Como ya se ha señalado, las campañas de prevención basadas en publicidad no son efectivas, al menos tal como están planteadas. Lo único que podría llevar a la reflexión serían mensajes impactantes que muestren realmente los efectos perjudiciales del consumo, del mismo modo que se muestran las consecuencias de conducir bajo los efectos del alcohol.

Sin embargo, aunque estos mensajes impactantes sean percibidos con un poco más de atención y credibilidad, lo único que puede ayudar en la prevención es una buena información a través de los canales adecuados, tal como se ha comentado anteriormente.

*“Pensaría en algo que pudiera impactar y después pondría en vez de ‘Drogas No’, pondría dónde puedes acudir si quieres informarte.”*

## **IX. LA OPINIÓN DE PROFESORES, PROFESIONALES QUE TRABAJAN CON JÓVENES Y PADRES**

**(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

Al estudiar la opinión de estos colectivos pretendíamos un doble objetivo, por una parte comprobar cuál era su percepción del fenómeno del consumo de drogas de diseño en los jóvenes de 14 a 18 años, y por otra analizar cuál debería ser el papel o la participación de cada uno en la prevención de las drogodependencias.

Si como hemos comentado anteriormente, los escolares tienen muy poca información sobre las drogas de diseño, este aspecto no varía en el caso de padres, profesores u otros profesionales. En este punto sí cabe destacar que la información es mucho menor entre los profesores y profesionales de la Comunidad gallega que entre los de Madrid. En cuanto a los padres, el acceso a la información sería similar.

De este modo, mientras que en Madrid la imagen que todos estos colectivos tienen de las drogas de diseño y de su consumo es similar a la que existe entre los jóvenes, esto no es así en el caso gallego, donde los profesionales de la educación observan el consumo de drogas de diseño como algo alejado de su realidad y no tan generalizado como perciben los estudiantes. Además consideran este consumo como propio de unas edades superiores a las de los escolares con los que trabajan.

*- “A mí me han contado que sí hay gente que se toma pastillas, pero fuera del Instituto; o sea, gente de 25, 26, 27 que merodean por las cercanías. También me han contado que en las discotecas les cortan el agua de los grifos, porque parece ser que hay unas pastillas que tienen que mezclar con agua y que les dan mucha sed. Entonces los de las discotecas les cortan el agua, para que no consuman estas sustancias”.*

Lo expuesto anteriormente podemos explicarlo por el hecho de que todos los colectivos aquí estudiados no reciben de modo normalizado una información sobre el tema, por lo que sus conocimientos proceden del propio contacto con los jóvenes, lo que éstos les cuentan, y de otros canales habituales como pueden ser los medios de comunicación, que ya hemos visto no ofrecen una información completa y realista sobre este tipo de sustancias.

Si esto es así en el caso gallego, en el caso de los profesionales madrileños se observa que la imagen de las drogas de diseño, su consumo y sus características es la misma que la que tienen de estas sustancias los jóvenes.

En cuanto a los elementos claves a considerar para la prevención de este tipo de consumo, no podemos hablar de grandes diferencias entre Madrid y Galicia, ni siquiera entre las opiniones de profesores, padres y profesionales. Para todos ellos, y en esto coinciden sus opiniones con las de los jóvenes, la escasez de información sobre estas sustancias y sus efectos es un grave problema, especialmente considerando la asociación existente entre drogas de diseño y diversión.

*- "... como la pastilla, que es algo como muy limpio, muy aséptico, que tú lo utilizas para el fin de semana, para estar a tope durante dos días enteros ¿no?, es como otra utilidad, y estoy de acuerdo contigo en que no se conoce suficientemente el tema de los efectos. Estoy completamente segura que las familias, cuando se dan cuenta, el tema está ya muy avanzado".*

Otro elemento que sale al debate, y en el cual existe una coincidencia de opiniones, es la ineficacia de las campañas como elemento aislado de prevención. Esto es debido fundamentalmente a dos cuestiones:

- En la prevención de drogodependencias no es válido decir NO, sino que este NO debería estar argumentado. Si bien en el caso de otro tipo de estupefacientes, como la heroína, existen elementos informativos que pueden argumentar esta prohibición, aunque no estén incluidos en las campañas, en el caso de las drogas de diseño no ocurre esto, ya que no existe información sobre adicciones, dependencias o efectos. En este aspecto debemos destacar que la prevención de drogodependencias debe realizarse a una edad temprana, antes de que se produzca el consumo, es decir, durante la adolescencia, etapa en la que los jóvenes son rebeldes y consideran lo prohibido como algo atractivo, por lo que el decir NO es, en muchos casos, no sólo ineficaz, sino contraproducente."Aparece en las marquesinas un NO grande y sólo aparece eso. Realmente te quedas con eso: di No a las drogas, pero ¿me has dicho cómo? ¿de qué manera? ¿cuándo? ¿dónde?".
- Las campañas se realizan sin la participación de los jóvenes, del colectivo al que van dirigidas, y esto implica que no consigan "llegar" al público objetivo, ya que no están expresadas en su lenguaje, y no las ven como algo próximo a ellos. – "A los jóvenes no se les tiene en cuenta. En lugar de eso, se gastan una millonada en programas inútiles de prevención que no se escuchan y son absurdas; sobre todo por los anuncios que ponen, que son de risa... Ya se pueden gastar todo el dinero del mundo en ese tipo de campañas, que no vale absolutamente para nada. - Yo creo que todos los programas que se han hecho dirigidos a jóvenes se han hecho sin consultarles primero a ellos. Todo lo suponen y lo dan por hecho, y así no se concreta ni soluciona nada".

- En los centros educativos no siempre existen programas de drogodependencias, y cuando éstos se realizan normalmente consisten en una o varias charlas, sin mucha continuidad. No obstante, sí existen experiencias de otros programas preventivos cuya eficacia es más elevada, programas que tratarían de lograr un mayor acercamiento a los jóvenes a través del cine, de la realización de talleres u otras actividades. “El año pasado hicimos un programa experimental de prevención a través del cine... Entonces escogiendo muy bien la población sí que era más eficaz que de repente soltarles una charla”.

No obstante, para la prevención de drogodependencias todo esto tiene una eficacia muy limitada. Para que la prevención pueda ser eficaz tienen que intervenir fundamentalmente dos elementos:

- La existencia de unas alternativas de ocio asequibles a los jóvenes y que les permitan distribuir su tiempo libre en distintas actividades, de manera que su ocio no pase exclusivamente por su asistencia a bares y discotecas. Cabe destacar que esta alternativa no debe consistir exclusivamente en la práctica deportiva, tal como se percibe hoy en día por parte de toda la población. “Dí No, pero ese No, ¿de qué manera?, ¿qué otras cosas puedes hacer en lugar de las drogas?, no sólo deporte”. Dado que el colegio o instituto son lugares donde los jóvenes pasan la mayoría de su tiempo, sería conveniente que éstos ofrecieran distintas actividades de ocio fuera de las horas lectivas, o incluso que se permitiera a los jóvenes organizar ellos mismos actividades en estas instalaciones.
- No podemos pensar hoy en día en eliminar el consumo de drogas por lo que lo más eficaz es dotar a los jóvenes de las herramientas necesarias para tomar decisiones responsables, para saber decir NO en un momento determinado.

Esto último es lo más importante, y para ello son fundamentales las estrategias educativas, una educación que debe provenir por una parte de las familias y por otra del entorno escolar. Se debe formar a los alumnos/as ya desde pequeños, no sólo impartiendo conocimientos, sino con herramientas personales, se debe fomentar su asertividad, su responsabilidad, su participación en los asuntos que les conciernen. Es decir, se debe educar a los jóvenes para que alcancen una madurez que les permita tomar decisiones de una manera responsable:

*- “Darles herramientas a ellos para que sepan defenderse de la presión social el día de mañana, para ellos sean autónomos. Este proyecto sí que se ve que tiene efectos a largo plazo”.*

Esta educación debe facilitarse, como ya hemos comentado desde los ámbitos de socialización más próximos de los jóvenes: su familia y su colegio o instituto. Se trata

de agentes que no sólo deben dedicarse a impartir conocimientos, sino que también han de “formar personas”, esto es, de incidir en los aspectos de la socialización primaria y no sólo secundaria. Habría pues que concienciar a padres y profesores de su papel en la drogodependencia, ya que en muchas ocasiones falta comunicación por parte de ambos colectivos con los jóvenes.

Por último habría que destacar que es necesaria la formación y la información de padres, profesores y profesionales para lograr un mejor conocimiento de los aspectos fundamentales del consumo y un óptimo manejo de las herramientas necesarias para poder ayudar de modo directo en la prevención, siendo conscientes de que la efectividad de prohibir las drogas o de señalar tan sólo una faceta de las mismas (el lado más “sórdido”) no es muy elevada.

## **X. PRINCIPALES CONCLUSIONES SOBRE LAS DROGAS DE DISEÑO**

**(Jóvenes de 14 a 18 años de Madrid y Galicia, 2000)**

- El consumo de drogas de diseño es elevado entre los jóvenes y va en aumento. Así, entre la población analizada, el 8,4% dice haberlas consumido alguna vez en su vida.
- El consumo de drogas de diseño es más probable entre los hombres que entre las mujeres, ya que por cada 6 mujeres de entre 14 y 18 años que las hayan consumido eventualmente, se encuentran 11 hombres de la misma edad.
- Este consumo está más extendido entre los estudiantes de Bachiller que entre los de ESO debido a un obvio efecto de edad.
- La extensión de su consumo es mayor en Galicia que en Madrid, pero el volumen es mayor en Madrid que en Galicia.
- La edad de inicio se sitúa en torno a los 14 ó 15 años, siendo la edad media de 14,8 años.
- Los hombres se inician a una edad más temprana que las mujeres.
- El consumo de drogas de diseño, se produce preferentemente en fin de semana, en salidas de marcha especiales y en discotecas o fiestas.
- Su precio oscila, en general, entre las 1000 y las 2000 pts., siendo el precio medio de las pastillas en Madrid, a juicio de los escolares, de 1.323 pts., y en Galicia de

1.434 pts. La pastilla más barata es la que se conoce por “Casper” y la más cara es la conocida por “Pastilla del amor”.

- Su uso frecuente altera el comportamiento de sus consumidores, volviéndoles más agresivos. Así, los principales problemas relacionados tienen que ver con discusiones y peleas.
- Existe un gran desconocimiento sobre la composición de las drogas de diseño. Casi 7 de cada 10 consumidores desconocen qué tipo de sustancia ingieren, ni cuáles pueden ser sus componentes.
- Entre las variables principales que aumentan las probabilidades de su consumo destacan: la sensación de controlar el consumo, la creencia de que otros significativos esperan una acción similar, la intención de consumir, las actitudes favorables hacia la sustancia, la ingestión de bebidas alcohólicas, el uso de otras sustancias estupefacientes, el consumo de otras sustancias por parte de miembros de la familia y de los amigos.
- Los principales canales a través de los que llega la información a los escolares son los amigos, la televisión y el colegio/instituto.
- La información más valorada sobre las drogas y la drogadicción es la que se imparte en los colegios por parte de expertos en el tema.
- Un alto porcentaje, 6 de cada 10 escolares de la población estudiada, ha recibido información sobre drogas o drogadicción en su propio colegio.
- La forma en que la mayoría de los estudiantes ha recibido esta información en el colegio es una charla impartida por un profesor o un experto.
- Las campañas de prevención se consideran totalmente ineficaces, ya que la mera prohibición del consumo no es atendida por los escolares, que demandan una información completa que les permita decidir por sí mismos, una vez conocidos los elementos positivos y negativos.
- Los elementos claves de la prevención son la información, la educación y la existencia de alternativas de ocio.