

OCI NOCTURN I SUBSTÀNCIES PSICOACTIVES

Avaluació de les polítiques i intervencions de salut pública amb adolescents i joves en espais d'oci nocturn a Catalunya

Una recerca psicosocial



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Salut**



Oci nocturn i substàncies psicoactives. Una recerca psicosocial

EQUIP D'INVESTIGACIÓ

Grup de recerca SPORA

Per al present treball de recerca:

Disseny: Grup de recerca SPORA

Coordinació: Ricard Faura

Responsables de camp: Aleix Causa i Noel Garcia

Assessorament: Miquel Domènech

Responsable elaboració quantitativa: Victoria Sánchez

Responsable marc teòric: Hernán Sampietro

Anàlisi i integració de les dades: Marcel Balasch, Aleix Causa, Ricard Faura, Noel Garcia, Hernán Sampietro i Victoria Sánchez.

Equip d'enquesta: Miguel Alonso, Marcel Balasch, Natàlia Càlix, Gemma Gallorte, Xavier Garcia, Anna Jeremías, Judit Nieto i Arnau Viudas.

Altres col·laboracions: Luisa Conejo, Claustre Dasca, Aina Giral, Anna Peix, Núria Puentes, Manel Roda i Berta Solé.

SPORA SINERGIES

Consultoria Psicosocial

B-63912240

C/ Joaquín Costa 62, pral 2a

08001 Barcelona

<http://www.spora.ws>

e-correu: info@spora.ws

telèfon: 93 481 56 22

fax: 93 550 44 44



Barcelona, abril de 2007

Agraïments

Volem agrair la col·laboració de totes les persones que, d'una o altra manera, han participat en aquest projecte de recerca.

Gràcies, en primer lloc, a les noies i nois que han format part dels grups focals, i també a les persones promotores del sector de l'oci nocturn que han estat entrevistats. L'expressió de les seves opinions ens ha permès conèixer i analitzar l'impacte de les polítiques i intervencions preventives en els espais d'oci nocturn de Catalunya.

La col·laboració de la Patrícia Ros, la Luisa Conejo, en Manel Roda, la Núria Puentes i la Claustre Dasca ens ha permès conformar els grups focals que han possibilitat aquesta recerca. Els agraïm molt la seva participació.

Volem agrair també la col·laboració de les persones que formen els equips d'Energy Control i SOM.NIT, les quals han resolt els dubtes en relació a les actuacions de reducció de riscos que han anat sorgint al llarg de la recerca.

Finalment, volem agrair a les persones que conformen la Subdirecció General de Drogodependències del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya la confiança dipositada en el nostre equip per a la realització d'aquesta recerca avaluativa.

Totes aquestes persones han mostrat una gran passió i compromís, i aquesta és, sens dubte, la millor garantia de futur per a dotar els col·lectius socials d'eines d'empoderament i de desenvolupament de la salut pública.

Podeu accedir lliurement a aquesta obra a partir de:

www.spora.ws/galeria/informes/oci_nocturn_i_substancies.pdf



ÍNDEX

0. INTRODUCCIÓ.....	7	El sector de l'oci nocturn i els agents institucionals.....	68
1. COMPENDI D'EINES TEÒRIQUES.....	11	Valoració de les polítiques públiques.....	71
Drogues i Paradigmes.....	11	Iniciatives col·lectives del sector de l'oci nocturn.....	74
Evolució dels paradigmes en matèria de drogues.....	11	Valoració de les polítiques de reducció de riscos.....	76
La qüestió del risc.....	16	Valoracions de les actuacions de reducció.....	79
Conceptualitzant el risc.....	17	4. LA VALORACIÓ DELS ADOLESCENTS I JOVES.....	87
La diferència del risc.....	19	L'oci i la diversió.....	87
Conseqüències psicosocials del risc.....	23	Drogues i consum.....	97
Emmarcant les estratègies preventives.....	24	El risc.....	115
El risc en la investigació científica.....	26	Disponibilitat d'informació sobre substàncies.....	138
De la transgressió a la responsabilitat.....	42	Dos paradigmes en relació a la informació sobre drogues...	154
2. METODOLOGIA.....	45	5. AVALUACIÓ EXTENSIVA DE L'IMPACTE.....	199
L'enfocament qualitatiu.....	45	Caracterització de la població enquestada.....	200
L'enfocament quantitatiu.....	50	Informació sobre les substàncies.....	212
3. LA VALORACIÓ DELS PROMOTORS.....	54	Necessitats d'informació.....	223
Valoració i diagnòstic del sector de l'oci nocturn.....	54	Mitjans d'informació.....	226
Valoració de l'estat actual de l'oci nocturn.....	58	Campanyes de reducció de riscos.....	229
Problemàtiques vinculades a l'oci nocturn.....	63	Síntesi.....	238

6. CONCLUSIONS	246
L'oci nocturn és un fenomen en xarxa.....	246
Límits i possibilitats d'intervenció	255
La 'invisibilització' del consum: l'estratègia dominant.....	257
La Reducció de Riscos com a estratègia	260
Polítiques públiques, oci nocturn i Reducció de Riscos	271
7. PROPOSTES D'ACTUACIÓ	275
Respecte a la gestió de les polítiques públiques.....	275
Respecte a la reducció de riscos.....	279
Respecte a polítiques més participatives	286
BIBLIOGRAFIA	289
ANNEXOS	294

0. INTRODUCCIÓ

La present recerca neix com a fruit de la necessitat de conèixer quin és l'impacte i els efectes de les polítiques i actuacions en reducció de riscos quant als usos de drogues a Catalunya. És degut a aquesta necessitat de millorar els serveis i l'atenció a les persones adolescents i joves que, en les darreries del 2005, des de la Subdirecció General de Drogodependències de la Generalitat de Catalunya –ubicada en la Direcció General de Salut Pública del Departament de Salut– es posa en contacte amb l'equip de Spora –Consultora Psicosocial– per tal d'iniciar un procés de recerca que tindria com a principal producte final el present informe.

Actualment, a Catalunya, les polítiques i actuacions de reducció de riscos són implementades principalment per dues d'entitats: Energy Control i SOM.NIT. A les actuacions d'aquests grups s'hi estan sumant, cada cop més, iniciatives sorgides a partir d'administracions locals, principalment des de les Àrees de Joventut.

Els canvis en les pautes de consum de joves i adolescents, i la seva cada vegada major interrelació amb els espais d'oci nocturn, està portant a un creixement de la demanda dels serveis de reducció de riscos en matèria de consum de substàncies recreatives. Aquest augment dels serveis requereix de mesures creatives, de seguiment i avaluació, que en garanteixin la qualitat. És així com sorgeix la necessitat d'avaluar les polítiques i intervencions ja existents i cercar fórmules per promoure la salut pública amb criteris de qualitat.

I és en aquest context que sorgeix el present treball de recerca. Així, després d'una posada en comú entre la Subdirecció General de Drogodependències, les persones responsables de SOM.NIT i Energy Control i l'equip de Spora es defineixen els d'objectius principals de la recerca:

- Analitzar els sentits atorgats per joves i adolescents a les polítiques i intervencions preventives en l'àmbit de l'oci nocturn.
- Identificar els facilitadors i les problemàtiques sentides pels promotors privats d'oci nocturn davant les polítiques i intervencions de reducció de riscos.

Per tal d'operativitzar aquests objectius es van desenvolupar un seguit d'objectius específics, que veiem a continuació:

1. Identificar els elements principals que conformen la **relació que s'estableix entre la gestió dels plaers i els riscos** en l'ús de drogues d'àmbit nocturn.
2. Descriure quins són els elements de pes en el **procés de presa de decisions** respecte a l'ús de substàncies psicoactives en àmbits d'oci nocturn.
3. Analitzar les **formes d'accés** i el grau de **credibilitat** atorgada a les diverses **fonts d'informació** sobre drogues d'oci nocturn.
4. Conèixer l'autopercepció dels joves respecte al **grau d'informació** sobre cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina i nexus.

5. Identificar les **necessitats d'informació** sobre aquestes substàncies.
6. Detectar les **vies d'informació** mitjançant les quals preferirien rebre la informació sobre aquestes substàncies, així com el tipus d'informació que desitjarien tenir.
7. Conèixer la **valoració** d'aquesta població respecte a l'estratègia utilitzada per les **campanyes de prevenció**, així com de la **informació** transmesa per les mateixes.
8. Conèixer i analitzar les valoracions de les persones promotores de l'oci nocturn respecte a l'aplicació de polítiques i intervencions de reducció de riscos.
9. Analitzar com les persones promotores d'oci nocturn caracteritzen la **relació** que es desplega **entre el sector i l'administració pública**.

L'univers en el que es focalitza la present recerca avaluativa està compost, per una banda, per **dones i homes de 15 a 24 anys** que hagin residit a Catalunya durant un període no inferior a un any des de l'inici de la recollida de dades. El fet que l'espai privilegiat en què coincideixen aquestes persones i els serveis de reducció de riscos siguin els espais i locals d'oci nocturn, ens porta també a focalitzar-nos en una segona població: **les persones promotores de locals privats d'oci nocturn** de Catalunya.

Les substàncies que s'han sotmès a anàlisi són les següents: cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina i nexus. Hem deixat fora d'aquesta recerca un munt d'altres substàncies

segons diferents criteris. Així, no analitzem l'impacte en el consum de substàncies com l'alcohol i el cànnabis, donat que el seu ús està tan estès i normalitzat entre els joves i els adolescents de Catalunya que corriem un gran risc de no trobar persones d'aquestes edats que es poguessin definir com a 'no consumidores'.

Amb tot, el criteri per a definir una persona com a 'consumidora' o com a 'no consumidora' no s'acaba aquí. Així, hem considerat com a 'consumidores' aquelles persones que hagin consumit una de les substàncies esmentades en els darrers 12 mesos. De la mateixa manera, hem considerat com a 'no consumidores' aquelles persones que no han consumit cap d'aquestes substàncies en els darrers 12 mesos. Com veurem més endavant en l'informe, aquestes pautes de consum es matisen després, de manera que veurem persones 'consumidores' que, dins aquesta categoria, distingeixen el seu consum entre habitual i esporàdic. De la mateixa manera, ens trobem amb persones 'no consumidores' que han consumit amb anterioritat.

En aquest sentit, i per tal d'ajudar la lectora o el lector a què pugui identificar els perfils denominats com a 'no consumidors' dins del seu abast de consum ampli, inclourem sempre darrera de l'etiqueta 'no consumidors' la cua [*cons. OH-C*]. Aquesta cua respon a l'acrònim de 'consumidors d'alcohol i cànnabis'. I és que, com veurem més endavant en aquest informe, de les persones enquestades que afirmen no consumir cap de les substàncies principals de la nostra anàlisi, ni tan sols un 10% diuen no consumir alcohol o cànnabis.

Presentació de l'informe

L'informe que presentem a continuació consta de diferents apartats. En primer lloc, desenvolupem un compendi d'eines teòriques, on presentem breument una anàlisi dels diferents *Paradigmes sobre polítiques públiques de drogues*,¹ una revisió de diferents plantejaments teòrics en relació als conceptes de *risc* i de *gestió del risc*, la revisió d'un conjunt de *projectes* vinculats amb programes de reducció de danys i de reducció de riscos i un buidat de *recerques científiques* que apunten a diferents experiències que avaluen la tasca de les polítiques, programes i iniciatives de reducció de riscos.

A continuació, l'informe presenta tres seccions que conformen el cos de l'anàlisi:

1. "Anàlisi de la valoració dels promotors privats."
2. "Anàlisi de la valoració dels adolescents i els joves."
3. "Avaluació extensiva de l'impacte de les campanyes de reducció de riscos."

Les dues primeres seccions plantejaran l'anàlisi de les dades qualitatives de la recerca i la tercera analitzarà la recerca quantitativa de les dades.

L'anàlisi de les dades ens permet presentar un seguit de conclusions que, d'una banda, sintetitzen el conjunt de l'informe i, d'altra banda, ens ofereixen eines per a elaborar un conjunt de propostes. Les conclusions, i les propostes que se'n deriven, permetran:

1. Detectar els punts forts i febles de les polítiques i intervencions en espais d'oci nocturn.
2. Millorar i optimitzar les polítiques i intervencions ja iniciades.
3. Esbossar noves estratègies i possibilitats d'intervenció.

¹ Aquesta secció és un compendi basat en una recerca anterior elaborada per l'equip SPORA i encarregada també per la Subdirecció General de Drogodependències: Causa i Faura (2005) Recerca avaluativa del material 'Qué Ruli... manual per a mans properes al cànnabis'. Podeu consultar l'informe a www.spora.ws/galeria/informes/avaluacio_que_ruli.pdf o bé a www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/pdf/aval_recercaqruli.pdf

Oci nocturn i substàncies psicoactives. Una recerca psicosocial

1. COMPENDI D'EINES TEÒRIQUES

Drogues i Paradigmes

La diversitat de postures existents al voltant de la qüestió de les drogues pot arribar, en moltes ocasions, a comportar fortes discrepàncies a l'hora de prendre accions conjuntes en aquest àmbit. Donada aquesta situació, considerem necessari introduir el concepte de paradigma per poder explicar els imaginaris que a partir dels quals es pot explicar aquesta diversitat i les seves conseqüències.

Així, el concepte de *paradigma*² neix de la mà de Thomas Kuhn, que el va introduir inicialment per explicar el desenvolupament de la ciència. Segons aquest autor, es tractaria del conjunt de creences, mètodes, conceptes i valors, compartits en major o menor mesura, per un col·lectiu, i que serveix per orientar i justificar les seves pràctiques. Aquest conjunt de factors, que l'autor denomina *paradigma*, pot ser extensible als diversos àmbits de l'activitat social.

Cal dir que els paradigmes perduren i funcionen durant un temps, però no són eternals. Al llarg de la història, podem trobar diferents paradigmes, ja que de forma dinàmica apareixen, es desenvolupen, es debiliten i desapareixen. Igualment, pot succeir

² La conceptualització d'aquest terme apareix per primer cop publicat en el llibre *The Structure of Scientific Revolutions* (Kuhn, 1962).

que un mateix fenomen sigui vist de maneres diferents, àdhuc que siguin incompatibles entre si.

En aquest sentit, en l'àmbit de les relacions amb les drogues, podem trobar diversos paradigmes coexistent, en el mateix període de temps, dins de les comunitats implicades. Fins i tot, dins de l'Administració Pública cohabitaven diversos paradigmes. Sent així, no és d'estranyar la disparitat de criteris amb la que ens podem trobar a l'hora de planificar les accions oficials. Les diferents posicions dels professionals i dels agents implicats, poden esdevenir incommensurables i irreductibles degut a profundes diferències epistemiques³.

El present capítol inclou una seqüència que pretén ordenar cronològicament i conceptualment algunes pràctiques que han fet possible parlar de paradigmes en matèria de drogues. D'aquesta manera, podrem comprendre globalment les construccions de sentit que es fan al voltant de les diferents polítiques i actuacions públiques en l'àmbit de la prevenció.

Evolució dels paradigmes en matèria de drogues

El consum de drogues ha estat sempre present en les nostres societats i cultures des de temps immemorials. El seu consum el trobem relacionat a diverses pràctiques, que han anat des de la

³ L'epistemologia és la ciència que tracta dels mètodes, fonaments i valor de la veritat i el coneixement.

dimensió catàrtica i extàtica, a la dimensió iniciàtica o la cerimonial, passant per la dimensió mitològica, per la dimensió recreativa o bé per la dimensió terapèutica.

Abans de l'adveniment del cristianisme com a model dominant a Europa, el consum de drogues o la seva prescripció a terceres persones era una pràctica comuna, que es veia sotmesa a escasses restriccions de tipus moral o polític. Es regulaven per un marc social de costums, i es mediatitzaven pels diferents espais d'esbarjo o ritualització religiosa.

Podem dir que durant les societats paganes de l'antiguitat va dominar allò que vindrem a anomenar **PARADIGMA CLÀSSIC** en matèria de drogues. Aquí, es feia una profunda distinció entre allò que pertanyia a l'àmbit del dret i allò que conformava el domini de la moral. En aquella època, es considerava que:

"Si el dret provés de fer valer una moral, renunciaria al seu camp propi, es faria sectari i fomentaria en definitiva el menyspreu cap a la llei. Si la moral pretengués donar suport als seus preceptes amb càstigs penals es condemnaria a fomentar la hipocresia i el saqueig de tot allò que mereix denominar-se virtut." (Escohotado, 1998:222)

El cristianisme és, doncs, el primer agent polític que comença a perseguir amb certa sistematització l'ús i el consum de determinades substàncies a Europa i l'arc mediterrani. Les veia com a un perillós competidor en l'àmbit religiós i en l'experiència mística. Igualment, en l'àmbit polític, suposava una potencial font de dissensió pel que fa al control del cos, dels pensaments i dels estats de consciència.

S'instaura així un nou model de relació amb les drogues que passa per la censura de tota substància potencialment tòxica o alteradora dels estats corporals o de consciència. Anomenarem aquest model com a **PARADIGMA DE CENSURA** en matèria de drogues. Aquí no es fa cap distinció entre dret i moral, ni entre drogues bones i dolentes, sinó que tot és dimonitzat. Es legisla per perseguir qualsevol ús o prescripció de totes aquestes substàncies (inclosa la medicina hipòcrato-galènica).

Aquesta involució pel que fa als coneixements mèdics es perllongarà durant tota l'Edat Mitjana. Però el Renaixement aporta una voluntat de retorn als models dominants abans del mil·lenni medieval, de manera que es produeix un intent de recuperació dels paradigmes de l'antiguitat.

Durant aquest període, es recupera i consolida el model (ara redefinit) del **PARADIGMA CLÀSSIC**, o ja potser **NEOCLÀSSIC**. Es tracta d'una nova separació entre el dret i la moral, tot consolidant-se en el discurs culte de les elits intel·lectuals al llarg de l'evolució de l'Europa moderna. Aquest paradigma és el que ha imperat durant més temps en l'espai sociocultural europeu, ja que no tan sols va ser dominant en les societats europees paganes en l'època clàssica, sinó que ressorgirà de nou després del període de dominació cristiana i gòtica.

En la modernitat europea, es va anar consolidant aquest model de tractament de les drogues, el qual va trobar la seva expressió més perfecta durant el segle XIX. Aquí, es considera que:

"El consum de substàncies psicoactives és abans de res un assumpte de caràcter personal i que és la prudència dels

individus, i no la legislació, la que és responsable de regular un ús racional i acceptable de les mateixes.” (Méndez, 2001:90)

Aquest model clàssic, recuperat amb el Renaixement, aviat es veurà confrontat a les pressions inherents al desenvolupament de la Revolució Industrial. Així, amb la irrupció de la industrialització i l'emergència d'una nova classe dominant burgesa, apareix a Europa amb molta força una nova forma de moralitat, que alguns anomenen *victoriana*. Aquesta pretén disciplinar els cossos i consolidar així un nou *status quo*. Ara, ja no es tracta de regir mitjançant el poder sobirà sobre la gestió de la mort, sinó a través del poder disciplinar sobre la gestió de la vida. El dret sobre la mort és substituït pel poder sobre la vida, tot sistematitzant-se una *biopolítica de la població* que suposarà el pas del poder sobirà al poder disciplinar. (Foucault, M., 1976)

Les noves elits burgeses de les societats industrials passaran a legislar sobre els cossos, tot prenent com a base una renovada moralitat cristiana inspirada per la Reforma protestant (Nietzsche, 1887). La moral entra de ple en el dret, i comença a legislar sobre la vida d'aquelles persones que es veuen seduïdes per les forces del mal a consumir substàncies alteradores de l'estat pur de consciència.

Paral·lelament, la mercantilització massiva d'aquestes substàncies va comportar l'aparició de nous models de consum també massius i sense pautes clares. Es va començar a evidenciar que alguns individus perdien el control o bé sofrien intoxicacions agudes. Aquest nou perfil de consumidor es va començar a associar a una manca d'autocontrol atribuïda a la feblesa del caràcter.

És sobre aquesta base que es va construir allò que Colom (2001:49) denomina **PARADIGMA MORAL**, que des d'aleshores ha servit activament com un dels marcs interpretatius dominants pel que fa al consum de drogues. D'aquest paradigma se'n deriva una forta estigmatització del consumidor, el qual esdevindrà un ésser immoral que passarà a ser mereixedor d'un fort menyspreu general.

Amb el paradigma moral, es va evolucionar cap a la convivència d'una doble actitud social, d'acord amb un dels instruments de legitimació del poder propi de l'alta burgesia del segle XIX: la caritat cristiana. Així, a l'estigmatització inicial s'hi va sumar una actitud salvadora i fins i tot redemptora. Ens trobem doncs amb una societat moralista que marginava els individus que consumien drogues, i que paral·lelament generava incipients recursos per intentar salvar-los de les conseqüències de l'ostracisme social al que eren sotmesos.

Arribats ja al segle XX, les societats europees es troben en un procés d'industrialització ferotge i accelerat. S'estava dibuixant una nova situació en la qual el control social sorgit de la legalitat substituïa la clàssica idea que propugnava que el control del propi cos concernia a l'esfera personal. En aquest precís moment, els postulats morals es van disposar a disciplinar definitivament els cossos fent-se valer de la llei. Així, la intemperància va passar a considerar-se una conducta immoral, perillosa i intolerable que havia de ser perseguida pel sistema policíac i sancionada pel sistema legal (Méndez, 2001).

La intervenció legal sobre el consum de substàncies psicoactives tenia la seva inspiració en idees moralitzants contràries a

l'embriaguesa, i que identificaven els estupefaents com a productes que esclavitzaven l'individu, desposseint-lo de la llibertat i conduint-lo al crim. D'aquesta manera, es va anar estenent el **PARADIGMA INTERVENCIONISTA**. Van sorgir tota una sèrie de tractats internacionals, que finalment van acabar imposant la fi del paradigma clàssic en matèria de substàncies psicoactives.

Cal ressaltar que una de les diferències fonamentals que separa el paradigma clàssic del paradigma intervencionista sembla ser de naturalesa ètica. El consumidor deixa de ser considerat una persona responsable dels seus actes. Ja no es limita a la pressió moral, ara el model intervencionista s'apropia legalment del dret respecte del propi cos. S'erigeix amb força el paternalisme jurídic, dirigit a protegir les persones de si mateixes.

A mesura que el segle avançava, el discurs moralitzador inicial que va caracteritzar la intervenció es va anar dotant d'un discurs mèdic paral·lel. Aquest segon discurs, propi de l'anomenat **PARADIGMA BIOMÈDIC** (Méndez, 2001) es caracteritzava per: emfasitzar la curació del cos per davant de l'atenció a la persona, afermar la tesi de la manca d'autonomia dels consumidors, i avalar científicament la idea que les substàncies perseguides anul·laven la llibertat dels usuaris.

Així, el discurs científic biomèdic es va sumar al discurs moralitzador anterior, sense confondre's del tot amb ell. Junts, difondran a nivell mundial la prohibició taxativa de gairebé qualsevol ús de drogues. La professió mèdica, s'apropiava així de la potestat exclusiva per a prescriure l'ús universal de drogues i

narcòtics, que sota el seu segell passarien a rebre la denominació de '*fàrmacs*'.

I és en aquest moment en què conflueixen un seguit d'aspectes moralistes amb perspectives científistes, que es constitueix i difon una nova concepció. Podem parlar d'un nou paradigma, que es desenvolupa amb força i solidesa, que impregnarà gran part del discurs i de les polítiques sobre drogues fins l'actualitat. Es tracta del paradigma mèdic-assistencial, o simplement, **PARADIGMA ASSISTENCIAL** (Colom, 2001:50).

A partir d'aquí se'n deriven un cúmul d'associacions que comencen a legitimar una nova visió degradada i marginal de la persona consumidora. Així doncs, amb l'eradicació de qualsevol responsabilitat de l'usuari sobre el seu propi consum, aquest es veu definitivament abocat a esdevenir allò que d'ell se n'espera.

A més, per acabar de cristal·litzar aquest context, entra en joc una nova substància, que determinarà profundament el joc de vinculacions entre drogodependència i marginació: l'heroïna. Amb la irrupció massiva d'aquesta substància en el mercat occidental, es desenvolupa i reifica de forma potent l'associació heroïna-dependència-marginació-delinquència. De cop i volta aquests elements s'entortolliguen i es fan difícils de distingir. Es dona pas a una situació que reforça una política legislativa prohibicionista i criminalitzadora del consum de drogues.

A partir d'aquí, el consum de drogues es veu intrínsecament vinculat a una dependència física i psíquica que porta l'usuari cap a una marginació social, que el relaciona directament amb la figura del delinqüent. El paradigma assistencial determina que

l'objectiu del tractament del dependent a les drogues sigui, primordialment i gairebé exclusivament, aconseguir l'abstinència en el consum. És per això que aquest paradigma també és àmpliament conegut com a **PARADIGMA ABSTENCIONISTA**.

Es legisla doncs cap a aquesta direcció. Tota persona que consumeixi alguna de les substàncies incloses en les llistes del Conveni de Viena 1971⁴, passa a ser vista com una persona malalta, sense voluntat pròpia i, per tant, sense cap dret sobre la gestió de la seva vida i del seu cos. El fet que el connotat terme "droga" faci referència a qualsevol de les substàncies prohibides per les convencions internacionals, fa que tota persona que faci algun ús d'alguna d'aquestes substàncies quedi vinculada a totes les altres substàncies prohibides i, conseqüentment, a la suposada pèrdua de responsabilitat sobre el propi cos. En aquests casos, els equips de tractament adquireixen drets de propietat sobre la persona consumidora. Aquesta no exerceix cap paper a l'hora de dissenyar els plans preventius o bé les estructures terapèutiques.

Així, a la dècada dels 80 apareixen gran quantitat de recursos i polítiques dirigides a la normalització de tractaments de desintoxicació. Des de la perspectiva assistencial, la prevenció es basa en informar sobre el caràcter nociu de les drogues, sovint, a través d'intervencions breus, puntuals i massives. Així mateix,

4 Conveni signat a Viena, que estableix quines substàncies seran considerades psicotròpiques i il·legals (i que deixa fora moltes de les produïdes pel mercat occidental, com el tabac, l'alcohol o el cafè).

aquestes intervencions acostumen a estar centrades en les substàncies *per se*, en les drogues, sense tenir en compte aspectes més globals.

El paradigma assistencial no es veurà seriosament qüestionat fins a principis dels 90. En aquell moment, sorgeix amb força un nou model: es tracta del **PARADIGMA DE SALUT PÚBLICA**. Aquest, es basa en el desenvolupament de polítiques destinades a la *promoció de la salut* i en un model d'intervenció conegut com a *reducció de danys* o bé com a **REDUCCIÓ DE RISCOS**.

Hi ha diversos motius que expliquen l'adveniment d'aquest paradigma, el qual comença a forjar-se en els anys '80 i a consolidar-se en els '90.

- a) La irrupció del VIH. Potser el motiu inicial sigui la irrupció del VIH, i l'aparició de morts massives a les que no donava resposta el model hegemònic.
- b) El prohibicionisme. Una vegada problematitzada la situació, es comença a pensar en els motius estructurals que podrien portar a un consum autodestructiu. Així, es reconeixen els efectes perversos que subsidiàriament genera el prohibicionisme (les màfies, l'adulteració de les substàncies, la criminalització del consumidor, l'absència de criteris d'autoregulació, etc.).
- c) La irrupció de la perspectiva comunitària. Es comença a desenvolupar una comprensió de les problemàtiques de salut, enteses com a inseparables del context comunitari al que s'insereix cada individu. Es dona pas a noves conceptualitzacions del terme 'salut'. Així, a l'any 1981

L'Organització Mundial per a la Salut (OMS), redefineix el concepte de salut⁵, i introdueix el de promoció de la salut, definida com *"el procés de capacitat de la població perquè incrementi el seu control sobre la seva salut i, d'aquesta manera, la millori."*

En aquest moment, la relació que s'estableix entre el col·lectiu de professionals i les persones consumidores pateix una transformació radical. El paradigma de salut pública sent la necessitat de sortir al carrer, i cerca la seva inspiració conceptual en la pròpia comunitat. En aquest cas, atén a les definicions i problematitzacions que emanen de les persones consumidores per elles mateixes. El procés de comunicació adopta un model en xarxa.

La prevenció s'emmarca aquí dins de l'Educació per a la Salut. Pensada així, prova de fomentar les competències personals i socials, com la capacitat crítica, l'autonomia i la capacitat per gestionar la pròpia vida. Les intervencions, d'una banda, han d'implicar els iguals, les mares i pares, el professorat i les persones implicades en els diferents contextos. D'una altra, han de tenir una continuïtat temporal i ajustar-se a cada població diana i a cada context específic.

⁵ La definició que hi ha de l'OMS diu: "Salut és aquell estat que reuneix les condicions mínimes en cada membre de la col·lectivitat que li permeti treballar productivament i participar de forma activa en la vida social de la comunitat en la que viuen." (OMS, 1981)

El nou paradigma es basa en crear les eines necessàries per poder traspasar, de nou, l'assumpció de responsabilitats a cada persona. Així, es busca que sigui ella mateixa qui, des del renovat reconeixement de la seva llibertat de decisió, opti per la millor manera de viure d'una forma saludable en un món amb drogues, tant si en consumeix com si no ho fa.

"Llibertat i responsabilitats són dos aspectes d'un mateix fenomen, i tota extensió de la primera comporta un creixement de les segones." (Szasz, 1977)

La qüestió del risc

Quan parlem de "Gestió de Riscos i Plaers", la primera qüestió que se'ns planteja és intentar precisar a què ens referim amb la **noció de "risc"**, ja que és un concepte que està en la base de les orientacions psicosocials que guien l'acció dels nous programes preventius en les polítiques de drogues. El risc, doncs, serà l'objectiu del primer apartat d'aquest capítol teòric.

En segon lloc, s'ha considerat necessari atendre a les tesis i investigacions publicades en diverses revistes especialitzades que analitzen les bases sociològiques de les noves concepcions del risc i els programes i projectes que apliquen aquestes perspectives en les intervencions que atenen al **consum de drogues** en ambients recreatius. Des d'aquests desenvolupaments teòrics es poden obtenir models d'investigació, idees i conceptes molt útils per a la recerca.

En tercer lloc, aquesta secció teòrica, s'ha recorregut a un **cas pràctic d'investigació** realitzada en tres països d'Europa

(Àustria, Holanda i Alemanya), amb la doble fi de conèixer les particularitats d'aquests projectes, així com de considerar les categories analítiques i les variables en joc en la lectura del citat treball. És a dir, s'ampliarà el bagatge conceptual respecte els programes de gestió de riscos, i és comptarà amb el que sembla ser l'únic model d'investigació de llarg abast sobre el funcionament, l'eficàcia i les singularitats dels projectes preventius d'aquesta mena a Europa.

Finalment, tancarem aquests compendi d'eines teòriques amb una breu reflexió respecte a les **implicacions** per a la pràctica del marc conceptual desenvolupat.

Conceptualitzant el risc

Per a començar, ens trobem amb un ampli consens respecte al fet que el concepte pot rastrejar-se fins al període en el qual és produeix el transcurs de l'Edat Mitjana a la modernitat. Igualment, s'assumeix que aquest concepte es difon arreu amb la navegació i la impremta. És interessant assenyalar que ja en aquest període presenta alguns dels trets que encara defineixen avui el seu ús. Així, per exemple, ja l'any 1589, Giovanni Bottero afirmava el conegut "*chi non risaca non guadagna*"⁶, ressaltant una qualitat del concepte que encara es conserva actualment: per aconseguir determinades coses resulta necessari prendre la decisió d'assumir determinats riscos.

6 Qui no arrisca no guanya.

D'aquesta manera, tenim ja un dels elements distintius del concepte: l'elecció entre diferents opcions. La **decisió**, és un dels components omnipresents en tots els autors consultats. Així, en paraules de Luhmann: "*Es parla de risc en el moment que es pugui prendre una decisió sense la qual els possibles danys no poden produir-se*"⁷.

En el mateix sentit, Ulrich Beck (2002) parla de risc com: "*La previsió i el control de les conseqüències futures de l'acció humana. Per tant, quan parlem de risc també parlem de presa de decisions*". És a dir, és pressuposa un dilema, una sèrie d'alternatives en relació al decurs d'accions entre les quals poder triar.

Una sortida molt fàcil al problema plantejat podria ser la de suposar que s'evitaria córrer riscos en el mateix moment en què no es prengué cap opció i no se seguís cap de les opcions plantejades. No obstant això, com ressalta Luhmann (1998), "*el no decidir també és una decisió... no es poden evitar els riscos quan es decideix alguna cosa*". Mentre que la renúncia als beneficis possibles és també un perjudici, no hi ha cap conducta exempta de risc.

Així, en aquest mateix sentit, el d'una elecció que pot implicar una pèrdua, trobem el seu contrari: "*Ens enfrontem a la necessitat de triar (decidir) però en l'elecció (decisió) ens hi va el risc, la possibilitat que no ocorri allò esperat, que ocorri alguna*

7 Luhmann, 1998

*cosa diferent a l'esperada' (contingència)*⁸. És a dir, tota elecció entre opcions obertes implica la seva pròpia **contingència**, idea en la qual concorden els diferents autors que tracten el tema, en el sentit que el decurs dels esdeveniments, la concatenació d'efectes derivats de la selecció, no és ni necessària ni impossible.

En definitiva, el risc és contingent mentre que suposa un dany que, de donar-se, seria el producte d'una decisió. El dany, però, en el moment de la decisió, només existeix com a possibilitat que no pot (o no hauria de) ser descartada. És a dir, en la decisió assumida el dany no és una conseqüència necessària, però sí és una conseqüència possible, i és per això que comporta el seu risc.

Al seu torn, aquesta existència probabilística dels riscos és la que duu a autors com Beck (2002) a considerar-los "*una virtualitat real*", ja que s'actualitzen i orienten les accions només des de la percepció i la definició cultural. D'aquí que, en paraules d'aquest autor: "*Risc i definició (pública) de risc són una i la mateixa cosa*". Això també explica per què Lash o Giddens parlen de "*Cultura del Risc*"⁹ o, el citat Beck, de "*Societat del Risc*" (una cultura i una societat que conceben el seu futur i la seva acció en funció d'aquesta noció).

No obstant això, la definició que millor permet entendre el per què del fet inevitable de la contingència en cada elecció és la que

ofereix Niklas Luhmann. Aquest autor no es conforma amb la concepció de la doble negació (necessitat i impossibilitat), ja que, com ens en recorda, "*ambdues negacions no es deixen reduir la una a l'altra*"¹⁰. Per contra, Luhmann veu la contingència en la mateixa naturalesa del procés selectiu: "*L'observació es refereix a tot tipus d'operació que consuma una diferència per a indicar així una part (i no una altra). En el fet de que la indicació depèn de la diferència és dóna la contingència mateixa, ja que amb una altra diferència allò indicat adquiriria un significat ben dispar*"¹¹. Així, en cada definició d'una situació es genera una contingència i el seu risc associat.

Igualment, sempre que parlem d'una decisió, d'una elecció entre diverses opcions, estem pressuposant un *subjecte* en el procés. És per això que un tercer element que caracteritza al concepte de risc és el de la **responsabilitat**. Seguint a Causa i Faura (2005), "*tota decisió (tot risc) implica una persona responsable i un procés de responsabilització. La reducció de riscos, des del moment que ofereix eines per a la presa de decisions, treballa en la direcció de donar autonomia i, per tant, de responsabilitzar.*"

La importància que tots els autors li atorguen al factor de la responsabilitat a l'hora de parlar de risc es fa més palès al referir-se a les dificultats i els problemes que impliquen certes *actituds paternalistes*. És per això que Luhmann (1998), quan es pregunta pels trets que hauria de tenir una comunicació que

8 Beraín, 1996

9 Beck, Giddens i Lash, 1994

10 Luhmann, 1997

11 Op. Cit.

pretengués incrementar la consciència de risc, arriba a la conclusió que la política de mera informació és significativament més funcional (té majors probabilitats d'assolir els seus objectius) que una política educadora/valorativa. Segons les seves paraules: "*La mera informació assegura a l'individu la seva autoimatge, deixant-li la decisió, mentre que tot allò que va més enllà d'això apareix com a paternalista, a més de demanar-li a l'individu que accepti iniciatives que s'oposen a les seves pròpies tendències.*"

En definitiva, tot decurs d'acció, mentre que pressuposa una decisió, implica un subjecte responsable de la mateixa; no tant en el sentit d'autoreflexivitat, entesa com a autogestió conscient d'un projecte vital, sinó per ser el lloc de la decisió el *locus* mateix de la responsabilitat. És per això que les actituds paternalistes han d'abandonar-se si el que es pretén és que es doni aquesta autogestió d'un projecte reflexiu a l'hora de la presa de decisions, és a dir, per a què s'assumeixin les responsabilitats en la gestió de riscos.

En aquest sentit, és tan fort el valor que adopta la idea de la responsabilitat en la teoria del risc, que es troba aquí una idea que, en alguns autors¹², orienta l'anàlisi sociològica i les directrius polítiques: la *modernitat responsable*.

12 Beck, 2002

La diferència del risc

Fins a aquí hem plantejat les tres qualitats que històricament han definit l'ús del concepte de risc: decisió, contingència i responsabilitat. A més, hem afegit algunes idees més recents, com la seva qualitat d'inevitable (quan la renúncia a les conseqüències desitjades es percep com a pèrdua), o la concepció sistèmica de la naturalesa de la contingència (un concepte s'omple de valor a partir d'allò contra el que es retalla, de manera que per fer ús de la noció de risc és necessari demarcar allò que no forma part del mateix concepte).

Així, podem començar fent esment que el risc no és el mateix que l'**atzar**. Fins i tot es podria ressaltar que els diversos autors citats assenyalen que aquesta diferència precisament estableix una distinció bàsica entre les societats tradicionals i les modernes (més encara la moderna tardana): el lloc que ocupava la fortuna o el destí (la decisió d'una voluntat superior) ara l'ocupa el risc (bàsicament, depenent del decurs de les decisions humanes). La secularització i la racionalització han operat, doncs, el canvi. Allò que abans era concebut com el resultat de la intervenció de factors que se situen més enllà de l'ésser humà, ara s'entén com a dependent de les opcions escollides. El present ha de rendir comptes del futur, i aquest últim és el seu jutge i el seu valor.

Aquest canvi és produeix, al seu torn, en el procés de racionalització del món, en la recerca moderna de domini i de coneixement. D'aquesta manera, també és generalitzada la distinció entre risc i **incertesa**. L'argument que sosté aquesta idea és una variant del clàssic socràtic "*només sé que no sé*

res”, més àdhuc si es recorda que el coneixement racional no ha ofert variants a les certeses religioses tradicionals (avui el dogma és allò hipotètic, el valor que abans tenia la certesa ara el té el dubte metòdic)¹³.

En referència a això, Beck (1998) afirma que: *“La moderna societat del risc està edificada sobre l’expansió de la investigació i el coneixement”*. Per la seva banda, Luhmann (1998) ens explica que: *“Les paraules esdevenen polisèmiques amb motiu de la fragmentació dels significats. Com més es consolida la fragmentació, més irregular i menys controlable resulta el caos. Convé abandonar l’esperança que un major nombre d’investigacions i d’estudis sobre el risc puguin neutralitzar-lo en favor d’un major nivell de seguretat”*.

En definitiva, la idea és que com més penetra la racionalitat i el coneixement en la nostra concepció del món, com menys espai queda per a la incertesa, més hem d’assumir que el decurs d’accions és el resultat d’una elecció, amb resultats (possibles) previstos; és a dir, aquest decurs és el resultat de la nostra intervenció i les seves conseqüències ens seran atribuïdes (l’atribució al subjecte de la decisió anul·la l’omnipresència de la fortuna i/o una entitat suprahumana). Augmentant les opcions amb la fragmentació i la polisèmia oberta amb el ganivet del

coneixement racional, augmentem els riscos. En paraules de Beck (1998): *“L’expansió de les opcions no es dissocia de l’atribució dels riscos”*.

No obstant això, i malgrat que el risc no ha de ser confós amb la incertesa, ambdós creixen conjuntament. És la idea que es desprèn del concepte d’*incerteses fabricades*, al que recorren Giddens i Beck, per a explicar que el coneixement modern no es desenvolupa amb l’objectiu d’assentar bases sòlides sinó, per contra, implica una interrogació contínua (tota afirmació és només hipotètica), de manera que cada nova pregunta introduïda obre més opcions d’elecció. Al seu torn, finalment, cada opció implica el seu propi risc. En paraules de Giddens (1995): *“Si els riscos són virtuals, la seva assumpció implica un grau permanent d’incertesa”*.

En aquest punt hem introduït un altre aspecte a remarcar respecte a allò que no indica el concepte: el risc no es contraposa a la **seguretat**, en el sentit que incrementant les mesures de seguretat evitariem (o si més no disminuiríem) els riscos. Com ens recorda Luhmann (1998), igual que la noció de salut, *“el concepte de seguretat és una ficció social. Mentre que categoria contrària a la de risc, es refereix en aquesta constel·lació a un concepte buit. Tan sols funciona com a concepte de reflexió”*.

El motiu pel qual això és així ja ha estat explicat quan hem plantejat la impossibilitat de no triar: rebutjar una oportunitat no implica més seguretat, ja que no redueix la contingència, i sempre quedarà el dubte respecte als beneficis als quals s’ha renunciat. Com assenyala aquest popular proverbi llatinoamericà: *“A seguro lo metieron preso”* o, com ho explica Luhmann, *“en si*

13 Pot fins i tot afirmar-se (si es concorda amb Luhmann i Beck) que l’accepció contemporània del terme risc sorgeix amb la distinció feta per Kinght entre risc i incertesa en un programa de càlcul estadístic per a fonamentar el benefici empresarial davant la contingència. Quan es reemplaça la quantificació per la idea de llindar de catàstrofe, o límit acceptable de les (possibles) pèrdues, el concepte de risc adquireix presència en tota teoria de la decisió.

mateixa la renúncia no és res (que el present encara pugui conèixer)”¹⁴.

Tota opció és arriscada (contingent), i per tant, fins i tot en decantar-se per la opció més segura (més segura des d'una determinada definició de la situació, però no necessàriament des d'una altra) s'assumirà la seva contingència. No hi ha seguretat sense risc o, com ho defineix Beriaín (1996): *“La simple constatació que les causes del risc i la seguretat no són independents, sinó interdependents, proporciona una enèrgica eina per a mostrar que un èmfasi desmesurat sobre la seguretat pogués generar nous riscos i precipitadament impedir beneficis d'oportunitats potencials”.*

Arribem així a la que potser sigui la més influent de les distincions que es contraposen al concepte de risc: la diferència introduïda per Nicklas Luhmann entre risc i **perill** (que està en la base de les actuals anàlisis sociològiques). L'argument de la diferència se sustenta en la distinció entre aquells que decideixen sobre un curs d'acció (els qui prenen la decisió) i aquells afectats per aquestes decisions. En paraules de Luhmann (1998): *“Aquesta diferenciació pressuposa l'existència d'incertesa respecte d'un dany futur. Es donen dues possibilitats. El dany eventual és vist com a conseqüència de la decisió, per la qual cosa és parla de risc de la decisió. Parlem de perill quan l'hipotètic dany, entès com causat des de l'exterior, s'atribueix a l'entorn”.*

14 Op. Cit.

Així, ens trobem amb la recuperació per a la teoria sociològica d'un factor gairebé desaparegut en la majoria de les concepcions més deterministes: la voluntat (i amb ella, la responsabilitat), ja que per parlar de riscos és necessari que els futurs i potencials danys siguin atribuïbles a la pròpia decisió. Hom assumeix un risc i, en tot cas, pot posar en perill els altres. El poder de triar transforma el perill en risc o, si es prefereix, el subjecte de la decisió és el subjecte del risc (i el seu objecte és l'objecte del perill).

Clar que, com ja hem vist en la distinció entre risc i seguretat, l'altre pol del parell *“només existeix com a concepte de reflexió, que dilucida la contingència dels estats de coses que pertanyen al concepte de risc. En el parell risc/perill la decisió (és a dir, la contingència) te la seva importància només en cas de risc”¹⁵.* Aquest argument és referènci, bàsicament, a què el risc (això que s'entén com a tal) coincideix amb la percepció i definició social del mateix (allò que per a uns és arriscat, per a uns altres és perillós), de manera que tota situació sempre és susceptible de ser considerada com a risc o de rebutjar l'assumpció de responsabilitat (en funció de l'atribució), i ser així considerada com a perill. És a dir, els riscos són negables, tant pel que fa la seguretat (aferrant-se a alguna certesa, per exemple religiosa) com en la seva transformació en perill (deslligant-se de tota responsabilitat). Però, com ens recorda Luhmann: *“La negociació*

15 Op.Cit.

*d'un risc, així com la seva forma, també és per la seva banda un risc*¹⁶.

Això últim fa referència a la definició social del concepte. Si bé el risc suposa una assumpció de responsabilitat individual, el que es defineix com a risc depèn de com és considerada socialment una situació. D'aquesta manera, les dues negacions possibles (la que es realitza no assumint que els potencials danys són una conseqüència de la pròpia acció, i la que s'aferra més enllà de la racionalitat a la impossibilitat del dany), només compleixen la seva funció a nivell individual, mentre que no modifiquen les condicions socials que la defineixen com risc.

Aquí, voldríem detenir-nos per un moment a reflexionar sobre el fet que aquesta distinció introduïda per Luhmann, malgrat ser utilitzada gairebé unànimement pels diversos autors que parlen de risc, no sempre és usada amb la mateixa accepció. Fins i tot en més d'un cas pot prestar-se a confusions. És per això que dedicarem un parell de paràgrafs a defensar la posició expressada per a no diluir una distinció teòrica analíticament tan útil.

Així, en primer lloc, ens trobem amb el cas de l'apropiació que fa Giddens (1995) d'aquesta idea quan, parlant de la modernitat com una cultura del risc, ens diu que *"això no significa que la vida social moderna hagi de ser més arriscada que les societats precedents; per a molta gent, per descomptat, no és el cas."*

16 Op.Cit.

Aquí dissentim completament amb l'autor: la vida social moderna és no només molt més arriscada que les societats precedents, sinó que fins i tot (i especialment a partir del Renaixement) pot ser considerada com a la primera *societat de risc*. No es tracta d'un argument fatalista. Tot el contrari. Mentre que ens trobem en un procés continu de penetració i domini racional de la naturalesa (fins i tot és parla de la *"fi de la naturalesa"*), el que pot afirmar-se és que les societats modernes tendeixen a ser més arriscades i menys *perilloses* que les anteriors.

No estem parlant d'una ontologia de la societat o del món, sinó simplement de la seva secularització i racionalització. El que abans era atribuït a la fortuna o a entitats teleològiques, ara és atribuït al factor humà. Com menys perillós esdevé el món, més arriscat (més depèn de les nostres decisions). Aquest és l'origen del concepte de Beck (1998) quan parla de *"riscos manufacturats"*.

En segon lloc, ens trobem amb l'assenyalament que fa repetidament Beck respecte al fet que *"la societat del risc no és intrínsecament més perillosa que les formes preexistents d'ordre social"*¹⁷. En aquest cas l'autor, per a distanciar-se de postures pessimistes respecte a la lectura de la modernitat, incorre en un error paral·lel al de Giddens, ja que, en tractar d'argumentar que els successius estadis històrics són similars quant al seu perill, desatén la lògica del risc. Les societats modernes són progressivament menys perilloses que les seves predecessores

17 Beck, 1998

(independentment de qüestions ontològiques valoratives), donada l'atribució de les responsabilitats dels danys possibles. Potser aquesta idea pogués resumir-se en la següent equació: a major perill (origen dels possibles danys independents de l'acció humana), menor risc (origen dels possibles danys dependents de l'acció humana); i doncs, viceversa: a major risc, menor perill.

Conseqüències psicosocials del risc

Fins aquí hem presentat els elements constituents del concepte de risc i el seu ús actual. Ens queda en aquest punt preguntar-nos per les conseqüències de la seva aplicació sobre el pensament social, sobretot si suposem o assumim que la noció ha entrat a formar part del discurs quotidià.

Així, el concepte redefineix una situació i obre noves possibilitats analítiques, pragmàtiques i polítiques. D'allí que Giddens (1996) s'esforci a ressaltar que: "*Essencialment, el risc sempre ha tingut una connotació negativa, ja que refereix a l'opció d'evitar un desenllaç indesitjable. No obstant això, bé pot ser vist des d'una llum positiva, en el sentit de prendre la iniciativa enfront d'un futur problemàtic*". Aquesta cita posa èmfasi en què no es tracta d'un conjunt de qualitats positives enfront d'un altre de negatives. Per contra, les qualitats i conseqüències del concepte de risc impliquen la seva pròpia ambivalència.

Segons aquest autor, podríem començar reflexionant sobre el fet que el concepte de risc inverteix la relació entre el passat i el futur. El passat (la tradició, l'experiència) ja no és el fonament únic que determina les accions actuals. La nostra relació amb el

temps (la nostra orientació sobre la base d'ell) es realitza en funció de "*qualsevol cosa que no ve al cas però que podria succeir*".¹⁸ En aquest escenari, les conseqüències probables de les nostres decisions han esdevingut la balança valorativa de les accions presents.

I amb la pèrdua del fonament de la tradició com a raó única, ens trobem amb una situació inèdita, en la qual la societat ha de fonamentar-se en ella mateixa. Això ha rebut molts noms segons els autors (*autoreferència*, en Luhmann; *autoproducció*, en Touraine; *autoregulació*, en Zapf), però en tots els casos es fa referència a la necessitat (personal i social) de gestionar el propi projecte reflexiu. En paraules de Beck (1998), es tracta de "*l'expansió del potencial de decisió, en la seva complexitat incrementada, en la seva major riquesa d'alternatives. Cada cop un major nombre de situacions són considerades com a conseqüències de decisions, això és, són atribuïdes a decisions*". Fins i tot la *salut*, un aspecte que sempre s'ha mantingut aliè a la voluntat (primer reservat a l'univers d'allò diví, i més tard a mans especialitzades), ara passa a ser, primerament, responsabilitat de l'individu. Com ha explicat Luhmann (1998), "*la malaltia passa de ser un perill constant a un risc vinculat a l'estil de vida*."

Només des d'aquesta concepció s'entén que la prevenció passi de ser entesa com a evitació del dany, a ser una qüestió de valoració i gestió de riscos. D'allí que la responsabilitat sobre el

18 Berck, 1998

propri cos hagi passat a ser part fonamental de les actuals polítiques de salut pública.

Igualment, ningú com Beck (1998) ha insistit tant en les conseqüències polítiques de la noció de risc. Segons aquest autor, "la categoria de risc se situa com un tipus de pensament i acció social, [gràcies a la qual,] àrees prèviament despolitzades de la presa de decisions estan sent polititzades a través de la percepció de riscos, per obrir-se a l'escrutini i debat públic"¹⁹. En definitiva, és tractaria del concepte pilar des del qual edificar una societat (i una sociologia) autocrítica, reflexiva i, en els seus límits, responsable.

Emmarcant les estratègies preventives

De la quantificació a la responsabilitat

Per poder construir una eina conceptual que permeti reflexionar sobre les intervencions es espais d'oci nocturn caldria detenir-se un moment per fer un cop d'ull a algunes nocions d'ús força comú.

Així, per exemple, ens trobem amb certa freqüència amb orientacions que parlen de riscos en les estratègies de prevenció, però que gens tenen a veure amb les característiques que hem vist com a constitutives del concepte de risc (elecció,

contingència i responsabilitat). En aquests casos, per regla general, es recorre a la noció de **factors de risc** per fer-hi una aproximació probabilística. Del que es tracta aquí és de destacar un conjunt de característiques (situacionals o personals) que es presentarien en un grau estadísticament significatiu associades a una conducta, com podria ser el consum. És clar que, per a què aquest apel·latiu pugui ser adjudicat, ha de tractar-se d'una conducta estigmatitzada –ningú parla de factors de risc per a l'ingrés a la universitat, per exemple–. Els seus contraris, o complementaris, serien els **factors de protecció** i, novament, malgrat ser més difícils de determinar amb independència del seu parell, farien una referència estadística al conjunt de característiques que poguessin associar-se significativament amb l'evitació o disminució d'una conducta.

És important ressaltar que aquests factors en cap cas aporten elements explicatius, ni assenyalen factors causals o etiològics. Només permeten discriminar aquells elements amb correlacions positives (si són de risc) o negatives (si són de protecció) respecte a l'inici o el mal ús de les drogues.

Pot recórrer-se a aquesta noció si es prefereix, però cal no oblidar que introdueix certa contradicció amb aquelles orientacions que retornen la decisió i la responsabilitat al subjecte. En tot cas, i com ens comenten Robertson, David i Rac (2004), "és important notar que la majoria de les persones que tenen un risc per a l'abús de les drogues no comencen a usar-les ni s'hi fan addictes". Aquí podem dissentir, assenyalant que ningú "té" un risc, *per se*, sinó que l'assumeix. És pot tenir o no una malaltia, però s'assumeix el risc de tenir sexe sense protecció,

¹⁹ Beck, 1998

per exemple. Els factors de risc, entesos d'aquesta manera, són coherents amb una visió perspectiva assistencial.

Retallant la polisèmia

Igualment, quan s'usa el terme **prevenció** (fins i tot en el sentit específic de prevenció del consum de drogues) es fa des d'una amplitud semàntica de tal dimensió que és difícil reconèixer les concepcions, orientacions i conseqüències que pot implicar una determinada intervenció.

Així, en primer lloc, es pot parlar de polítiques preventives per a referir-se a les estratègies de control legislatives, econòmiques i punitives que persegueixen la producció, distribució i venda de les drogues, atès que busquen reduir l'accés a la substància. En aquest sentit, cal dir que en el present informe no parlarem d'actuacions preventives en el sentit que aquestes prenen en els programes de **reducció de l'oferta**. Assumim doncs que de substàncies psicoactives sempre n'hi ha hagut i que, en l'actual mercat global, no es coneix cap experiència en què una "lleï seca" hagi pogut contravenir aquesta situació. Més aviat tot el contrari.

Per contra, quan parlem de prevenció farem referència a aquells programes i estratègies destinades a la **reducció de la demanda**, assumint que "drogues" no només són aquelles reconegudes com a il·legals, i que no tot els seus usos han de ser problemàtics. És a dir, s'atendrà a les estratègies orientades a les persones i les seves motivacions, valoracions, opinions i creences.

Igualment, existeix una altra classificació de la prevenció, summament difosa, ja que és l'utilitzada per l'Organització Mundial de la Salut (OMS). Segons la mateixa, hi hauria una **prevenció primària**, definida com una intervenció que actua abans no es doni el primer consum i que apuntaria a l'abstinència o al retard de l'inici; una **prevenció secundària**, en la qual les intervencions comencen després del primer consum però abans aquest no sigui problemàtic. El seu objectiu seria l'abandonament o la reducció i, en el pitjor dels casos, la seva no evolució cap a pautes problemàtiques; finalment, es parla d'una **prevenció terciària**, que actua quan ja existeix una relació problemàtica social i fisiològica amb les drogues, i es basa concretament en el tractament de la dependència i l'addicció.

Respecte a aquesta taxonomia, com ja assenyalen Causa i Faura (2005), les dificultats d'aquesta classificació radiquen no només en la seva dependència d'una visió mèdica i assistencial, la qual enfoca el fenomen com una sumatòria de "síntomes" que han de permetre fer salts d'una categoria a l'altra. Per contra, ens trobem amb una primera dificultat a l'hora d'establir quins són els límits entre els diferents nivells (sobretot del secundari al terciari). Però és més complicat encara acceptar les distincions quan fem referència a les intervencions reals, atès que, com veurem, poden dur-se a terme sense recolzar-se en aquesta simptomatologia.

En aquest punt, veiem que també hi ha d'altres models per aproximar-se a la noció de prevenció. Així, emmarcada dins l'orientació de "gestió de riscos i plaers" ens trobem d'altres definicions del fet preventiu. D'aquesta manera, quan en aquest

informe fem ús del terme prevenció ens hi referirem assumint un sentit més fluït, com el que també li atorguen autors com Sanz, Llivina i Joanxich (2004), que ho defineixen de la següent manera:

"La prevenció pot definir-se en sentit ampli com l'acció anticipant que intervé en el moment present. Està destinada a influenciar en els esdeveniments mitjançant l'elaboració i la transmissió d'informació a uns destinataris que són considerats com a persones adultes, intel·ligents i amb capacitat per valorar i prendre decisions responsables. La prevenció busca com a efecte tant l'evitació de l'inici a l'ús de drogues (legals o il·legals), com la progressió cap a un ús més freqüent o regular; així com també evitar o reduir els riscos i/o danys associats al consum."

El risc en la investigació científica

Un cop considerades les bases sociològiques de les noves concepcions del risc, passarem a considerar el segon pilar que serà inclòs en aquest marc conceptual: les lectures que fan diverses disciplines científiques respecte a aquesta nova orientació.

Per a respondre a aquest interrogant, hem acudit a les tesis i investigacions publicades en diverses revistes especialitzades. Caldria començar dient que la literatura científica que tracta el tema no és molt prolífica i, com era d'esperar, és bastant coincident amb l'evolució històrica de la pràctica. Així, no pot trobar-se gaire informació més enllà del 1996. La informació rellevant augmenta progressivament fins a l'actualitat i depèn

molt de la situació, sobretot pel que fa a la legislació sobre drogues pròpia de cada regió. El més recent que es pot trobar són les crítiques respecte als procediments de la reducció de riscos, més que no pas a la seva legitimitat i efectivitat com a intervenció de salut pública.

Advocant per la reducció de riscos

En primer lloc, hem trobat i reunit un primer grup de publicacions (algunes de fa alguns anys, d'altres de països en els quals encara es troben en procés d'assumpció de la reducció de riscos) en les quals l'objectiu bàsic és la defensa d'aquests programes.

Així, per exemple, podríem citar com a publicació emblemàtica la investigació d'Akram i Galt, de l'any 1997. Es tracta d'un estudi realitzat per mitjà d'un qüestionari autoadministrat aplicat a Nottingham, Anglaterra, i que és considerat pels seus autors com un accés a informació clau sobre les pràctiques de reducció de riscos aplicades pels mateixos usuaris de drogues en ambients festius, així com una evidència de l'abast de l'ús simultani de drogues d'oci i medicaments prescrits contraindicats.

L'estudi, segons Akram i Galt, va ser impulsat pel reconeixement que *"és improbable que els esforços de prevenció basats en l'individualisme i la culpabilització tinguin molt a fer per impactar sobre els consumidors més antics, amb un ús recreatiu de drogues il·lícites i no-dependents de les mateixes"*.

D'acord amb aquest estudi, un enfocament més realista hauria de recórrer a una noció de prevenció secundària, anomenada aquí: "Educció sobre les drogues per a la reducció de danys".

És d'interès el fet que la majoria dels participants, especialment les dones, asseguraven fer servir diferents **pràctiques** de reducció de riscos. Les més populars d'aquestes accions eren el consum d'aigua i el *chilling out*. A més, gairebé la meitat dels participants havia consumit drogues d'oci juntament amb alguna medicina prescrita que era contraindicada.

Una altra dada interessant és el suggeriment que fan els autors de la recerca respecte que els farmacèutics de la comunitat podrien ser un recurs apropiat per mitjà del qual proporcionar informació exacta. Expressen, tot i així, que la legalitat de tal intervenció requeriria d'una anàlisi de la reglamentació de la seva professió.

Finalment, és significativa la dada que apunta que gairebé dos terços dels enquestats reconeixien que no preveien un canvi en el seu comportament de consum de drogues. Fins i tot un 10 per cent afirmava que augmentaria el seu ús. Totes aquestes dades justificaven suficientment la petició per a actuar immediatament.

Igualment, l'any 1999 es publicava un estudi longitudinal de més de 14 anys en tot el Regne Unit²⁰, els resultats del qual parlaven de la **normalització** de l'ús de drogues en ambients recreatius. A més, es definia aquí la idea de normalització assenyalant que,

amb tal concepte, "no es vol dir que totes les formes d'ús de drogues il·legals hagin esdevingut un lloc comú, sinó que certs usos de drogues il·legals (principalment cànnabis i èxtasi) són ara tan omnipresents que han esdevingut un aspecte obvi del món social de la gent jove". Aquest treball no parlava de polítiques de drogues, ni oferia recomanacions d'accions.

En l'actualitat, aquest tipus d'articles publicats en països en els quals s'han implementat les polítiques de reducció de riscos són una mica més específics. Així, podríem citar com exemple el treball etnogràfic de Bill Sanders (2005) en el qual es descriu i s'analiza l'ús i subministrament d'èxtasi dins d'una sala de festes de Londres a partir de la seva presència com a guàrdia de seguretat en un club, així com del material d'entrevistes en profunditat amb d'altres guàrdies de seguretat i amb el director del club. Les anàlisis se centraven en el caràcter normalitzat de l'èxtasi dintre d'aquest club, els esforços de diversos guàrdies de seguretat per controlar el seu subministrament i en com aquest ambient és la llar de tota una cultura de la droga, animada, i fins i tot protegida, per una pròspera economia derivada de les substàncies.

Per altra banda, són nombrosos els articles publicats en revistes especialitzades que defensen les pràctiques de reducció de riscos, expliquen els seus avantatges (apuntant sobretot a un públic desconexedor de les mateixes), i sol·liciten la seva legalització en països en els que la seva legislació no ho permet. Aquí, ens trobem amb el cas de Samuel McMaster (i col·laboradors) que duu temps presentant articles en diverses publicacions dels EUA, advocant per la reducció de riscos, però mai des de la pròpia

20 Howard. 1999

pràctica, ja que és il·legal en el seu país. Així, vam trobar un article del 2004²¹ en el qual proporciona informació sobre el model de reducció de danys (explicant l'origen d'aquests serveis en resposta a l'epidèmia de VIH/SIDA), esbossa les característiques d'ambdues perspectives (l'abstinència i la reducció de danys) i reflexiona respecte a com aquestes perspectives es podrien integrar en la pràctica del treball social. L'autor proposa així mateix les estratègies de reducció de danys per a aquells individus per als quals la perspectiva de l'abstinència pogués no ser apropiada, tot explicant que el treball conjunt a partir d'ambdues orientacions enriquiria les possibilitats d'assistència al col·lectiu consumidor.

Un any més tard, McMaster ens ofereix un altre article²² en el qual, novament, presenta el model de reducció de danys i el seu potencial com a marc conceptual i pràctic per als serveis de prevenció en adolescents. Com assenyalava l'autor, "encara que pot ser incòmode d'acceptar, l'àmplia majoria dels adolescents als Estats Units han utilitzat substàncies psicoactives en algun moment durant aquesta etapa de la seva vida." D'aquí que siguin necessaris els serveis de prevenció basats en la no-abstinència, més enllà de la controvèrsia que aquests puguin generar. Aquest article proposa la reducció de danys com una perspectiva alternativa realista ja que, amb adolescents, i d'acord amb allò observat, el model d'abstinència podria no funcionar.

21 MacMaster, 2004

22 MacMaster, Holleran i Chaffin, 2005

Quelcom molt similar li succeeix a Artur Schroers (2002) a Alemanya, el treball del qual també es troba limitat a la publicació d'articles lamentant les limitacions legals. Aquest autor, però, parla específicament de les drogues d'ús recreatiu. Així, ja l'any 2002, assenyalava que la pràctica de "test de drogues" es definia com la provisió de serveis de prevenció secundaris en el mateix lloc de consum. En particular, l'èxtasi i altres drogues sintètiques noves que s'utilitzen en festes raves eren llavors analitzades en el mateix lloc per determinar el seu contingut. A més, ens recorda que el test de drogues és també útil per a la ràpida detecció del consum i de les seves tendències mitjançant un seguiment sistemàtic. En paraules de Schroers, "mentre que en estats europeus veïns, l'ús de tests de drogues és una tendència creixent, a Alemanya la realització d'aquests mètodes de camp innovadors per a la prevenció i la investigació no pot tenir lloc a causa de les prohibicions legals".

En la mateixa situació es troba Cameron Duff (2005) a Austràlia, qui, després de realitzar una investigació en 379 bars i clubs de festes de Melbourne, conclou que hi ha un procés de "normalització" de l'ús de drogues per part de la gent jove. Així, explica que hi ha un clar vincle entre l'ús de drogues i "el temps d'oci", així com entre "la cultura del consum" i els seus hàbits; conclou també que el consum d'alcohol i d'altres drogues formen part de l'estil de vida i són prevalents en els grups d'adolescents i joves i afirma que és indiscutible l'accessibilitat i disponibilitat general de les drogues il·legals. Igualment, ressalta que són generalitzats els coneixements respecte als riscos i danys associats al consum. Amb tot això, l'autor conclou que caldria

assumir que l'objectiu de l'abstinència no es compleix i que, per tant, el disseny i la implementació de les estratègies de prevenció haurien trobar suport en una política de reducció de danys.

Altres exemples que volem citar són els treballs de Klein, Day & Harriot (2005) a Jamaica, les anàlisis sociològiques dels quals atenen a les dificultats i problemes que implica no modificar les polítiques respecte les drogues (en un país en el qual el consum de cànnabis és part integral de la seva cultura), i advoquen aleshores per programes de reducció de danys.

Igualment, l'anàlisi sociològica de la legislació russa de Wiley, Simmonds i Hill (2005), amb la seva distinció entre "«les lleis dels llibres» i la manera com aquestes s'implementen 'en els carrers'", clama per omplir els buits i ambigüitats dels codis civils i penals que, segons els autors, dificulten de manera formal i més encara informal, la implementació dels programes de reducció de danys. També Van Wormer (2004), a EEUU, defensa el que ella anomena un "antídot pràctic en la guerra contra les drogues", recordant-nos que aquests programes permeten trobar els clients allà on són, establir una relació amb ells i ajudar-los a modificar o abandonar el seu comportament de risc. L'autora defensa que aquest model no només és aplicable a l'ús de drogues il·lícites, sinó també al consum d'alcohol i a les conductes sexuals de risc. En aquest sentit, trobem les

publicacions de la Xarxa VANDU²³ (Usuaris de Drogues de Vancouver), sorgits de la crisi del VIH/SIDA però estesos en l'actualitat al consum de drogues en general i que, recolzats en la seva experiència. Des d'aquesta xarxa es continua clamant perquè les autoritats i els planificadors de salut incorporin les activitats de les organitzacions d'usuaris de drogues dins els marcs existents de les polítiques de salut pública i educació.

Finalment, ens vam trobar dins d'aquesta categoria amb altres publicacions en les quals se'ns informa d'un canvi legislatiu en favor de les polítiques de reducció de riscos, o bé amb articles que analitzen els problemes en la reglamentació (formal o informal) d'una legislació vigent que sosté aquestes polítiques.

Entre les primeres, ens trobem amb la notícia que finalment, i potser gràcies al treball de la xarxa VANDU, a Vancouver l'anomenat "Plan For Preventing Harm from Psychoactive Substance Use" es va presentar a l'Ajuntament el 3 de novembre de 2005, i d'aquesta manera "es va adoptar unànimement". D'aquest Pla se'ns diu que està basat en una síntesi de la investigació i l'avaluació internacional, d'exemples de programes satisfactoris d'altres jurisdiccions, i d'un procés de diàleg amb la comunitat²⁴.

Un cas similar, encara que més antic, és el que ens informa Tuukka Tammi (2005), respecte a la resolució del Comitè de

23 "Vancouver Area Network of Drug Users (VANDU)". A: Kerr, Small, Peeace, Douglas, Pierre & Wood (2006).

24 MacPherson, Mulla, Richardson. 2006

Política de Drogues a Finlàndia de 1997. No obstant això, és necessari ressaltar que és difícil imaginar el que informa l'autor, ja que, segons les seves paraules, *"els resultats finals, els objectius i les mesures de l'estratègia de drogues, van acabar per ser un acord entre les dues lògiques: una política de reducció de danys, però amb controls criminals més estrictes per als usuaris de drogues."*

Entre el segon grup d'anàlisis sociolegislatives (referits a la presència de problemes en la reglamentació, formal o informal, d'una legislació vigent), podem citar l'interessant treball aportat per Butler i Mayock (2005) referit al cas irlandès. Aquests autors argumenten que la reducció de danys a la República d'Irlanda ha estat en gran part implícita durant anys. Sostenen així que aquesta mena d'"estil furtiu" ha persistit, a pesar de l'actual proliferació d'aquestes polítiques. Aquesta tàctica d'ocultar *"la política de drogues en l'ambigüitat"*, d'aquesta invisibilització, és discutit en el context d'una tendència més àmplia dins de la cultura política irlandesa per a gestionar qüestions socials sensibles i potencialment polèmiques. Es conclou que l'ambigüitat que envolta la reducció de danys a Irlanda ha estat funcional, ja que ha confós i frustrat els adversaris ideològics d'aquest concepte; però també ha estat ben disfuncional, ja que no ha facilitat pas el desenvolupament d'actituds més tolerants o respectuoses cap als usuaris de drogues. Com a conseqüència, s'argumenta, aquesta política podria haver retardat la introducció d'una estratègia més àmplia de reducció de danys en la pràctica.

En el mateix sentit, ens trobem amb el preocupant cas referit per Uitermark i Cohen (2005) pel que fa a la situació actual d'un país

modèlic en les seves estratègies d'atenció a les drogues. Segons els autors, des de fa més d'una dècada el govern nacional holandès permetia i protegia les mesures de reducció de danys, ja que oficialment es reconeixia en aquestes pràctiques la millor solució possible per a la prevenció de les conseqüències negatives del consum. En paraules dels autors, *"en la política de drogues holandesa, prevenir els problemes durant l'ús de drogues és tan important com prevenir-ne el mateix ús. Aquest és el principi de reducció de danys."* No obstant això, segons afirmen els autors, recentment la política de reducció de danys hauria caigut sota pressió a causa d'una varietat d'esdeveniments. Fonamentalment, es refereixen a la pressió internacional de les agències d'ajuda per a l'aplicació de la llei, així com per part dels partits polítics conservadors. D'allí que parlin d'una *"americanització"* de les polítiques de drogues.

Crítiques als programes vigents

Per descomptat, les publicacions científiques no podien deixar de tenir en compte alguns treballs dedicats a postures crítiques respecte a les polítiques i els programes de reducció de riscos. És clar que aquí també les crítiques es construeixen des de diferents posicions. Així, existeix en primer lloc tot un corrent d'articles que defensen una oposició "generalitzada" (contrària a la implementació mateixa de qualsevol política de drogues vinculada a la reducció de riscos, més enllà de la seva forma). Un cas paradigmàtic és el que plantegen Friedman i Touze (2006), que reflecteixen l'estat de la discussió a l'Argentina entorn de la implementació de les polítiques de reducció de danys (orientades

bàsicament a l'ús de drogues injectables). Aquests autors se centren en afirmar que, a pesar d'existir un corpus creixent de literatura sobre les qüestions sociopolítiques, legals i sanitàries vinculades al consum, pocs autors han considerat els dilemes ètics que sorgeixen en la pràctica diària en aquestes instal·lacions. Aquest dilema es podria resumir en la qüestió del manteniment d'un "ús indegut de drogues", amb totes les conseqüències negatives per al subjecte, en lloc de lluitar per un tractament que apunti a l'abstinència. Els autors demanen, per tant, més reflexió i diàleg respecte a aquestes pràctiques abans de la seva implementació.

Una posició similar ens presenta Grazyna Zajdow (2005) a Austràlia, per a qui aquests programes no disposen d'una base conceptual que els justifiqui. El seu argument sosté que els sociòlegs s'han burlat històricament de les polítiques de tolerància zero –que aspiren a eliminar tot tipus d'ús recreatiu o abús de drogues, amb estratègies punitives o missatges coercitius–, en comparar-les amb les estratègies de reducció de danys –polítiques o programes pensats per a reduir les conseqüències adverses socials, econòmiques i per a la salut de l'ús de drogues, encara que l'usuari pugui continuar consumint substàncies psicoactives–. Segons Zajdow, el que això hauria significat, desafortunadament, és que "la reducció de danys, en totes les seves formes, no ha estat objecte de treball analític per part dels sociòlegs". L'aplicació de la reducció de danys, per a aquesta autora, estaria mancada d'un sosteniment conceptual. Així, s'estaria aplicant sense estudis sociològics que li donin

suport²⁵. Zajdow titlla aquesta aplicació com a una "actitud pragmàtica", i la considera conceptualment buida.

En segon lloc, després de les que hem denominat "crítiques generalitzades", apareixen les crítiques específiques cap a un model particular d'implementació, ja sigui per les conceptualitzacions des de les quals actua, o pel discurs que els sosté. Així, un exemple molt simple l'aporta Dave Burrows (2005) quan reflexiona respecte al projecte anomenat "El Model de Reducció de Danys per Disponibilitat Controlada de Drogues", i el seu possible impacte en la societat australiana. L'autor advoca per objectius realistes, que atenguin tant als diferents patrons de consum com als diferents perjudicis que poden implicar les drogues específiques. Igualment, ressalta la necessitat de deslligar les discussions respecte les conseqüències del consum de les qüestions morals de l'ús de drogues.

Per a complir amb aquests objectius, Burrows suggereix una sèrie de principis per a la "disponibilitat controlada de drogues", segons els quals s'hauria de legalitzar la tinença i el consum d'una sèrie de substàncies, entre les quals inclou el cànnabis, l'heroïna, les amfetamines, l'èxtasi i els esteroids anabolitzants. L'autor afirma que cal assegurar l'accés a les mateixes, tot realitzant controls oficials de qualitat, limitant una edat mínima d'accessibilitat i acompanyant les mesures de campanyes educatives i d'informatives que promoguin a la no atracció per a

25 Aquest debat serà considerat al final d'aquest marc teòric, per pensar l'estat de la situació actual vers l'aplicació de les polítiques de reducció de riscos.

aquelles persones que no han iniciat el consum i un consum segur i responsable per als usuaris.

Un altre article similar, i del mateix país, l'aporta el citat Cameron Duff (2003) en un treball en el qual examina el lloc que ocupa la noció de risc i la gestió del risc en la política de drogues australiana. En analitzar les bases conceptuals d'aquestes estratègies, aquest treball suggereix que les caracteritzacions del risc desenvolupades en els debats australians han estat dominades per part d'un grup restringit de discursos "experts" que condueixen a una sèrie de buits i omissions en el desenvolupament pràctic de polítiques de drogues.

Particularment especial és l'explicació que aporta de Beck sobre la tensió entre les avaluacions "expertes" i "no-expertes" del risc en els debats de gestió del risc contemporanis. En privilegiar més el coneixement "expert" del risc, les polítiques de drogues australians, segons l'autora, haurien ignorat tota la gamma d'estratègies "no-expertes" utilitzades en la gestió del risc que existeixen de fet entre la població jove i conclou que aquesta ignorància de la cultura i del context d'ús socavaria l'eficàcia dels esforços de promoció de salut per a aquest col·lectiu consumidor.

L'autora critica, amb aquests arguments, l'atenció exclusiva que es dedica a les veus autoritzades, tot desatenent el discurs dels usuaris i veritables implicats en el fenomen del consum de drogues. D'aquesta manera, en la planificació de les polítiques es parteix de certs tòpics que no sempre coincideixen amb la construcció social dels esdeveniments que fa el col·lectiu usuari.

Però a més, l'autor segueix a Beck i a Giddens per a entendre les característiques socials que han dut a la conceptualització de "gestió de riscos". Duff fa servir el concepte d'*hiperindividualisme*, per defensar que vivim en una societat d'*individus*, en la que, per a destacar, hom ha d'esdevenir *hiperindividual*. D'aquí que, el que anomena "el bon ciutadà d'avui", hauria de proporcionar la seva pròpia cobertura de salut privada, garantir el futur dels seus nens mitjançant un ensenyament privat, trobar o generar la seva pròpia ocupació i fins i tot desenvolupar un pla de jubilació amb contribució voluntària per a assegurar el seu futur.

D'aquesta manera, aquells riscos dels quals el govern ens protegia fa unes poques dècades han esdevingut un problema de gestió individual. De la mateixa manera, els riscos de la vida, que en algun moment foren immediats i discernibles, són ara menys tangibles i de difícil predicció, i estarien generalment percebuts com a més a llarg termini. Els riscos d'ahir eren externs; els riscos d'avui es fabriquen per i per a nosaltres (Duff no segueix a Luhmann, d'aquí que no distingeixi entre risc i perill). Segons les seves paraules, "on prèviament derivàvem plaer d'evitar aquests riscos externs, ara guanyem plaer gestionant els nostres riscos fabricats."

Aquest autor postula que, per a molta gent jove d'avui, la gestió dels riscos pel que fa a l'ús de drogues pot esdevenir, de fet, un repte atractiu, quelcom que els dona plaer. El risc no es planteja, doncs, com una cosa negativa. La nostra societat, i especialment la gent jove, pren els riscos com una prova dels límits de les seves habilitats i talents. Això explicaria en part la seva actitud

positiva envers l'ús de les drogues. I aquesta particularitat de l'ús de les drogues (com en el cas dels esports de risc), com una forma de reafirmar la individualitat en un món hiperindividual, seria un element que no pot desatendre's en les polítiques de reducció de danys i gestió de riscos.

Igualment, pot citar-se aquí l'estudi etnogràfic longitudinal de Paula Mayock (2005) a Dublín, basat en una sèrie d'entrevistes a joves d'entre 15 i 19 anys, atenent tant a usuaris de drogues recreatives, a consumidors amb problemes, així com a no-usuaris. La conclusió de l'autora significava una forta crítica a les concepcions individualistes de la prevenció i de l'assumpció de riscos. Així, aquest estudi examinava l'ús juvenil de drogues i les seves vies d'accés a les mateixes dintre d'una perspectiva de risc. Les dades obtingudes concernien a les explicacions que els joves donaven dels esdeveniments pels quals prenién drogues, les rutines, i les pràctiques a través del temps.

Les dades revelen les interaccions socials complexes lligades a les vies d'accés a les drogues. Les anàlisis respecte al canvi del comportament en l'ús de drogues, demostrarien que les vies d'accés a les drogues evolucionen en associació amb els canvis en les percepcions de seguretat i risc en el consum. Aquests canvis de la percepció del risc en els contextos juvenils, a més, estarien vinculats a variacions situacionals. D'aquesta forma, el que l'autora anomena "*guions del risc*" estarien basats en l'experiència acumulada. El tipus de presa de decisions i els factors que influirien en les decisions dels joves quant a l'assumpció de riscos serien flexibles i a més dependents de condicions econòmiques i socials.

Basat en aquestes troballes, l'autora sosté que els models de risc per a projectes de prevenció en l'ús de drogues que confien en les característiques individuals i en suposicions de racionalitat fracassen, donat que desatenen la flexibilitat i les contradiccions que caracteritzen l'ús de drogues. Encara que el fet d'oferir informació i consell als individus sobre pràctiques segures en l'ús de drogues hauria de ser sempre un component clau dels programes de reducció de danys, això s'hauria de complementar amb l'atenció als ambients i els contextos en els quals sorgeixen els riscos i amb la vulnerabilitat per a les pràctiques arriscades de consum.

Un treball molt semblant a l'anterior, quant a la seva postura crítica, és el que ja oferia Tim Rhodes l'any 2002 quan analitzava els programes de reducció de danys (especialment sobre el VIH). Així, l'autor afirmava que, "*mentre que els projectes de reducció de danys s'han desenvolupat paral·lelament al nou moviment de salut pública, ambdós pretenen impulsar la reducció de riscos promovent tant l'acció individual i comunitària com els canvis ambientals, però amb una sobredependència de concepcions individualistes dels canvis de conducta*". Aquest autor ofereix el concepte d'*entorn de risc* com un marc potencialment útil per a entendre i reduir el dany associat al consum de droga. Així, sosté que enfocar l'*entorn de risc* com una unitat d'anàlisi i canvi ajudaria a superar els límits de l'individualisme que caracteritzen la major part de les intervencions. Això, al seu torn, facilitaria l'aliança entre els projectes de reducció de danys i d'altres moviments socials orientats a la vulnerabilitat de certs sectors socials (amb desigualtats de salut més generals).

A pesar de la retòrica sobre els determinants del medi ambient en la salut, el focus essencial de la intervenció de reducció de danys, especialment en les nacions industrialitzades occidentals, se centraria en el canvi individual de comportaments de risc. D'acord a les seves paraules, *"la «presa racional de decisions» i «l'acció raonada» serien les teories predominants, les quals promourien una concepció del risc com un producte cognitiu d'una avaluació raonada"*. Segons Rhodes, assumir una teoria d'aquesta mena és prendre una postura excessivament racional i una visió *"lliure de context"*, tot oblidant que els riscos i la seva percepció són contextualment dependents. En definitiva, ressalta que caldria canviar tant l'enfocament de la noció de risc com el del canvi de conductes dels individus aïllats en les situacions i estructures socials en les quals es troben.

Per altra banda, trobem finalment una sèrie de treballs summament interessants, basats en investigacions de camp, les conclusions dels qual són crítiques amb la *forma* dels projectes de reducció de riscos analitzats. Un exemple és el treball de McKenagey, Morris, Neale i Robertson (2004) a Escòcia, basat en més de mil entrevistes amb usuaris de drogues que acudeixen per primera vegada a tractament. L'estudi s'interessa per les motivacions dels usuaris de drogues que acudeixen a tractament, considerant si és que ho fan per a reduir els seus comportaments de risc o bé per a deixar de consumir (en la seva majoria, es tracta d'usuaris d'heroïna, però també hi ha, en ordre decreixent, usuaris de cocaïna, amfetamines i altres estimulants). Com ens recorden els autors, *"dues de les qüestions més significatives pel que fa al desenvolupament dels serveis socials i sanitaris pels*

usuaris de drogues han estat el creixement de la perspectiva del consumidor i la filosofia de reducció de danys".

Però, en contraposició als objectius d'aquests projectes, segons aquesta investigació, hi hauria un estès suport per a l'abstinència com a objectiu del tractament. La majoria, el 56,6% dels usuaris entrevistats, identifiquen l'"abstinència" com a l'únic canvi que esperaven assolir amb la intervenció. En contrast, proporcions relativament petites d'usuaris de drogues que acudeixen a tractament tenen aspiracions que siguin afins a la reducció de danys (el 7% cita la "reducció del consum", el 7,4% l'"estabilització", un 4% diu no tenir cap objectiu, i menys de l'1% dels entrevistats assenyalen com a objectiu un "consum més segur" o "un altre objectiu").

A més, la prioritització de l'abstinència sobre la reducció de danys en les aspiracions dels usuaris de drogues que acudeixen a tractament era consistent en els diversos contextos de tractament (presó, residencial i comunitat), no variava amb el gènere, ni amb el tipus de substància o amb la gravetat de la dependència.

Sobre la base d'aquests resultats, els autors assenyalen la necessitat d'assegurar, on hagi serveis de reducció de danys, com a mínim, l'accés a d'altres serveis orientats a l'abstinència. A més, cal esmentar que majoria de persones que acudeixen a tractament també considera prioritari disposar d'aquesta mena de serveis. Cal ressaltar el fet aquí que la població diana d'aquest estudi el componen persones en tractament, i per tant, s'assumeix un consum problemàtic.

I finalment, trobem la recerca de Winstock, Wolff i Ramsey (2001). En aquest cas, es tracta d'una crítica molt interessant a la pràctica del **test de pastilles** en la política de reducció de danys per a l'ús recreatiu de drogues. Aquesta crítica no té a veure amb una postura valorativa ni amb una política de control. Per contra, està feta principalment respecte als mitjans tècnics i químics més usats en el procés de l'anàlisi.

Segons els autors, hi ha dues àmplies categories ofertes de proves per al test de pastilles. En primer lloc, existeixen els equips de reacció de color (tipus Marquis Test o els gràfics de color), que són els més difosos i utilitzats en les estratègies de prevenció. En segon lloc, menys usual, el laboratori personal amb accés a un equip cromatogràfic sofisticat, amb líquid cromatogràfic d'alt rendiment (HPLC, en anglès) o amb espectròmetre massiu de gas cromatogràfic (GC-MS, en anglès).

Partint d'aquest reconeixement, els autors rebutgen el raonament que anomenen "*protegeixis vostè mateix*" sobre la base dels marcadors de color usats. Com assenyalen, "*Dels diferents tests, només tècniques com la GC-MS poden identificar satisfactòriament els constituents psicoactius presents en les pastilles d'èxtasi. Els tests de color basats en una reacció cromàtica en presència d'una droga són, en el millor dels casos, subjectius.*"

Per a exemplificar el que afirmen els autors, podem citar que la resposta de color violeta al test de Marquis indica (indistintament) Buprenorfina, Clorpromazina, Codeïna, Diamorfina, Dehidrocodeïna i Morfina, però no especifica si el que es troba en la pastilla és una d'aquestes substàncies en concret,

més d'una o bé totes. D'aquí que puguin afirmar, per exemple, que: "*L'assumpció que obtenir un color púrpura/blau/negre amb el test de Marquis indica que la pastilla conté MDMA és incorrecta.*" La simple resposta de color és inespecífica, i per tant, imprecisa.

Però a més, els autors ens recorden que cap tipus de test de pastilles garanteix la seguretat o protegeix el consumidor contra les reaccions individuals a les drogues, donat que aquestes no són proves sobre l'organisme. És per això que conclouen que els tests donen "*una lluentor de seguretat*" a un conjunt de diverses substàncies que romanen tan il·lícites com potencialment nocives.

Altres investigacions com a referència

No volem acabar aquest apartat sense considerar altres treballs que no són crítiques, ni estan orientats a sostenir l'aplicabilitat de l'orientació de reducció de riscos. Els treballs que esmentem a continuació desenvolupen recerques que poden ser font d'idees o d'elements valoratius per a d'altres projectes.

Un d'aquests treballs és el que han realitzat Poulin i Nicholson (2005) al Canadà. Es tracta d'un projecte molt interessant (per les seves conclusions) orientat a determinar si l'educació per a la reducció de danys en l'ús de drogues basat en el model educatiu de l'escola era potencialment acceptable i efectiu per als

estudiants d'institut de batxillerat i "majors"²⁶. Es tractava d'una intervenció quasi experimental, de quatre anys de durada, que va utilitzar una metodologia mixta (quantitativa i qualitativa).

Segons els autors, les proves trobades assenyalarien que la reducció de danys és un enfocament acceptable per a l'educació sobre drogues quan es dirigeix a la població d'institut de batxillerat "major". En el nivell "junior" de l'institut, es va trobar que aquest enfocament no seria una aproximació acceptable.

S'ha d'assumir doncs que l'ús "responsable" només és possible per a adolescents majors, més madurs. Això seria així per diversos motius. Primer, perquè l'educació sobre drogues per a la reducció de danys s'hauria d'adoptar solament si es pot entendre clarament la seva filosofia i objectius. El fet que els adolescents prenguin riscos no hauria de ser vist, per si mateix, com un justificant per a l'adopció d'aquesta orientació. En segon lloc, es considera fonamental el fet que els adolescents haurien de ser capaços d'entendre que la minimització de danys és només una aproximació que sosté eleccions més prudentes (menys arriscades), que el no-ús és una elecció viable i que aquesta educació per a la reducció de danys no és en cap cas un permís per utilitzar les drogues.

Finalment, els autors consideren com a viable aquesta aproximació per a estudiants d'institut de batxillerat "majors", en part, perquè els adults permeten ja, encara que sigui tàcitament,

als adolescents "majors" prendre les seves pròpies decisions, encara que no comparteixin sempre aquestes eleccions. Els participants adults en aquest projecte recalquen que els adolescents necessitaven entendre que l'ús mai està lliure de riscos, i que algunes de les seves conseqüències negatives són subtils i es fan paleses només amb els anys.

Un altre treball amb aquestes característiques és el que han realitzat Panagopoulos i Ricciardelli (2005). Aquest estudi australià, configurat a partir d'una sèrie d'entrevistes semiestructurades, s'interessa per l'assumpció de riscos i les pràctiques de reducció de danys entre aquelles persones que fan un ús recreatiu de l'èxtasi. L'estudi se centra en com identifiquen els usuaris d'èxtasi el perjudici associat amb el seu ús, la manera d'enfrontar-lo i el procés de presa de decisions subjacent.

Segons els autors, els participants identificaven efectes tant positius com negatius. Els efectes positius assenyalats estaven predominantment centrats en les experiències psicològiques, fisiològiques i socials. No obstant això, hi havia un nombre de factors que contribuïen a regular l'ús d'èxtasi. Fonamentalment, els factors vinculats a la pertinença al grup d'iguals que duen a considerar com una activitat col·lectiva tant la decisió de consum com les mateixes pràctiques de prevenció (parlen d'una "responsabilitat compartida").

Com assenyalen els autors, hi hauria tres fonts de coneixement relacionades amb l'ús de drogues il·lícites, que serien d'utilitat per a contribuir a l'ús de pràctiques de reducció de danys entre els usuaris de les mateixes. Aquests inclourien "l'aprenentatge

26 "Major" i "Junior" són categories que distingeixen cursos del sistema educatiu canadenc.

experiencial" (obtingut per l'usuari en la seva relació amb la substància), *"l'aprenentatge observacional"* (observació directa i experiències de drogues comunicades per altres) i, el menys influent, *"les bases de dades"*, que es referiria al coneixement que sorgeix de la investigació acadèmica, el consell dels pares, el sistema educatiu i els mitjans de comunicació.

L'estudi analitzava, a més, els tipus de pràctiques emprades pels usuaris de drogues per a reduir els danys, els processos subjacents i la influència del grup de pertinença (factor rellevant, segons els autors, en la presa de decisions en el context d'ús d'èxtasi). Com assenyalen Panagoupoulos i Ricciardelli: *"Com els usuaris d'èxtasis predominantment l'utilitzen en grups, la teoria de la presa de decisió grupal pot ser un marc més rellevant per a entendre l'ús de drogues entre els usuaris d'èxtasis"*.

Recórrer a la comprensió de les normes seria d'una importància crucial per a determinar com arriba el grup a un consens en prendre decisions. Les normes s'aplicarien, especialment, a aquelles conductes que impliquen alguna significació pel grup (com per exemple, el manteniment de la seguretat al prendre substàncies il·lícites com l'èxtasi).

D'aquesta forma, podria ser que les normes existents estiguessin dissenyades (informalment) per preservar la seguretat de tots els membres del grup. Com remarquen els autors, això té unes implicacions majúscules a l'hora de dissenyar les estratègies dels programes de reducció de danys. I és que, si bé aquests projectes no són nous, el disseny i difusió d'aquestes pràctiques s'han promogut, fonamentalment, amb un enfocament individualista, i podrien ser més efectius si les estratègies se

centressin en els grups, apuntant a les normes col·lectives d'ús d'èxtasi.

Una altra investigació que volem citar aquí, presentada com un resum en un article de revista especialitzada, és el treball d'Elliot, Orr, Watson i Jackson (2005). L'objectiu d'aquesta investigació apuntava a trobar els tipus d'intervencions de prevenció secundària per a usuaris joves de drogues que han estat eficaces per a la investigació científica. Sobre la base d'això assenyalen, com era d'esperar, que algunes intervencions són efectives per a reduir el consum de drogues, mentre que d'altres projectes tenen un resultat, en el millor dels casos, confús.

El més interessant és la classificació que proposen, segons la qual els projectes amb resultats més satisfactoris inclourien la teràpia del comportament, l'orientació culturalment sensible a l'entorn, la teràpia familiar, l'anomenat *"programa de 12 passos de Minnesota"*, o l'internament residencial; mentre que aquells considerats amb cap efecte, o amb un efecte mixt, inclourien les intervencions escolars, o educatives similars. A més, segons els autors, el suport de la família seria una dels principals factors d'èxit d'alguns programes (element absent, per regla general, en els projectes de reducció de riscos).

Molt similar als anteriors eren els objectius del treball de Husler, Werlen i Rehm (2005). Investigació que partia del reconeixement que és difícil treure conclusions causals sobre l'eficàcia dels programes de prevenció secundària per a adolescents. Però aquí, a més de proposar un instrument que estaria dissenyat per a permetre la recollida de dades que farien possible una comparança (una sèrie de qüestionaris i models d'entrevistes),

aquest no es limita a considerar el seguiment i compliment del programa, sinó que inclou altres variables, com el benestar, l'autoestima, la delinqüència, i el recurs a altres substàncies (cigarrets, alcohol, cànnabis, etc.). D'aquesta manera, la idea de millors o pitjors programes de prevenció secundària no es limitarien a un menor o major consum.

I una última investigació que pot ser inclosa aquí, sobretot pel seu disseny i per les conclusions que aporta respecte de la població objecte d'estudi, és el de Rolison i Scherman (2003). Aquest estudi tenia per objectiu analitzar l'assumpció de riscos per part dels estudiants universitaris. Bàsicament atenia a les conductes de conduir begut i de tenir relacions sexuals sense protecció. Es va tractar d'una enquesta entre la població universitària, en la qual es demanava que subministressin informació sobre la recerca de sensacions, la percepció de riscos, la percepció de beneficis, l'assumpció de riscos, les estratègies de control, i la influència dels semblants en els comportaments perillosos. Els resultats, segons els autors, mostrarien que la percaça de sensacions, la participació del grup de pertinença, i la percepció de beneficis serien els factors decisius a l'hora d'assumir riscos.

En definitiva, les diferents investigacions publicades els últims anys respecte de la qüestió de la reducció de riscos assenyalen, en conjunt, les següents idees: en l'actualitat el consum de certes drogues (com el cànnabis i l'èxtasi) és omnipresent i generalitzat entre els adolescents i joves. A més, la majoria dels consumidors no preveuen deixar de consumir (motiu pel qual, l'estratègia de l'abstinència pot no ser apropiada per a ells). Per a

aquest col·lectiu, la recerca de sensacions, la participació del grup d'iguals, i la percepció de beneficis serien els factors decisius a l'hora d'assumir riscos.

No obstant això, el simple fet de que es prenguin riscos, no hauria de ser vist, per si mateix, com un justificant per a l'adopció d'aquesta orientació, ja que la noció clau que la sosté és la de "responsabilitat" (la reducció de riscos només és aplicable, per tant, per als qui poden fer un ús responsable de les drogues).

Així mateix, projectes com el test de drogues serien útils no només pels consumidors, sinó per a tota política preventiva, ja que seria útil per a la ràpida detecció del consum i de les seves tendències mitjançant un seguiment sistemàtic.

Amb tot, si es decideix dur endavant una política de reducció de riscos, és necessari tenir en compte certes dificultats o esculls. La primera d'elles, seria l'ambigüitat o indefinició pública de les mateixes (el que dificultaria actituds respectuoses cap als usuaris de drogues i podria retardar l'aplicació d'una estratègia més àmplia i sistemàtica). La segona, ha estat assenyalada com els perills dels "discursos experts" (professionals i aliens a l'experiència) que desatenen tota la gamma d'estratègies "no-expertes" utilitzades en la gestió del risc per part de la població jove. En tercer lloc, no s'ha de desatendre els ambients i els contextos (el perill de la sobredependència de concepcions individualistes), ja que, com ha estat assenyalat, tant la decisió de consum com les pràctiques de prevenció, són una activitat col·lectiva (podria ser un marc rellevant la teoria grupal de la presa de decisions). En quart lloc, però bàsic i fonamental, cal

anar amb compte amb els procediments tècnics utilitzats, ja que els més usuals semblen dur a una sobreestimació de la reducció real de riscos. I finalment, més enllà del fet que l'objectiu sigui la reducció de danys, no ha de desatendre's l'abstinència, ja que és el que busquen molts usuaris de drogues que acudeixen a tractament.

Projectes de prevenció, una investigació model:

En el recent treball titulat "Pill Testing – Ecstasy & Prevention", Benschop, Rabes i Korf (2002) duen a terme un estudi comparatiu de diversos projectes preventius del consum d'èxtasi, a Europa, que treballen des de la concepció de gestió de riscos i de plaers. Aquesta investigació, per la seva amplitud, abast, precisió metodològica i difusió, pot ser considerada com un model a seguir per a l'avaluació de programes afins.

A més, no només cal valorar la recerca per la seva orientació conceptual i rigor metodològic, sinó que també per considerar, en la seva anàlisi, les denominades "*tres funcions*" del test de pastilles: la prevenció individual, la cura de la salut pública i la monitorització de drogues.

Per a complir amb els seus objectius, la investigació comença amb una contextualització i explicació dels diversos mètodes utilitzats per al test de pastilles, atenent als seus avantatges i limitacions particulars. D'aquí que ens assenyalin que les estratègies de test de pastilles recorren a tot un seguit de mètodes per a detectar el contingut de les drogues sintètiques, els quals poden ser classificats de la següent manera:

a) **Cromatografia:** categoria en la qual s'inclouen tècniques tals com: la Cromatografia Líquida d'Alt Rendiment (HPLC), la Cromatografia d'Estrat Prim (TLC), la Cromatografia de Gas (GC), i la Cromatografia de Gas – d'espectòmetre Massiu (GC-MS). Si bé cadascuna d'aquestes tècniques ofereix avantatges i limitacions particulars, totes es caracteritzen per permetre identificar per separat els components químics discrets dintre de la barreja present en un compost.

b) **Identificació de pastilles:** aquest no és, estrictament parlant, un mètode d'anàlisi química. Per contra, es prenen diverses mesures (pes, diàmetre, ample, etc.), es consideren les seves marques, color, efectes, i en ocasions es prenen proves ràpides i els seus reactius. Amb aquestes dades, es comparen amb llistats de pastilles prèviament analitzades.

c) **Test de Marquis:** també anomenat test de reacció de color, es tracta d'un test que triga només 10 o 15 segons a reaccionar, amb una varietat de colors possibles, a la presència de substàncies químiques. És d'ús freqüent, per la seva rapidesa i facilitat d'aplicació, però no especifica en concret la substància present, sinó només l'existència de possibles grups de substàncies. Tampoc no distingeix les quantitats presents.

d) **Test immunològic:** és un test basat en la reacció d'un anticòs mes o menys específic a una substància.

Aquests autors concorden amb el citat treball de Winstock i col·laboradors (2001), quan parlen d'una "*lluentor de seguretat artificial*", en assenyalar que "*des d'una perspectiva toxicològica,*

*només els mètodes cronomatogràfics poden garantir resultats segurs i de confiança en els tests*²⁷.

Un cop explicats els mètodes i havent precisat quins d'ells compleixen amb les garanties de discriminació necessàries, es presenten els projectes analitzats. Així, els autors ens expliquen que en la investigació es van incloure tres projectes que funcionen en tres ciutats respectivament: "Jellinek", a Amsterdam; "Drobs", a Hannover; i "ChEck iT! Project" a Viena.

I finalment, una vegada emmarcats els diversos procediments de test de pastilles i presentats els projectes analitzats, Benschop, Rabes i Korf passen a desenvolupar el contingut de la seva investigació. En paraules dels autors: *"El propòsit del nostre estudi era valorar empíricament l'impacte dels serveis de test de drogues en la conducta del consum i en la consciència del risc en els usuaris d'èxtasis"*. Per a arribar a aquest objectiu, es van aplicar una sèrie d'entrevistes i qüestionaris a mil subjectes en les tres ciutats, durant el mateix lapse de temps (març-juliol de 2002). Es va incloure a no-consumidors i a consumidors; i entre aquests últims, tant als que van acudir a sol·licitar test com als qui no ho van fer.

Més enllà dels valors estadístics, algunes conclusions que van obtenir els autors assenyalen que hi ha més "fiesteros" (partygoers) homes que dones, i dintre d'aquests, més consumidors que consumidoras. L'edat terme mitjà d'inici al

consum d'èxtasi és de 22 anys (encara que varia d'acord a la regió, estant a Viena els consumidors més joves), el tipus de substàncies consumides canvia en funció de l'edat (a més anys, major varietat i més "dures" les substàncies). Els consumidors són gent educada, i una majoria té ingressos propis. Sorprenentment, en passar la prova de Zuckerman es va trobar que la percaça de sensacions no és significativament elevada (ni augmenta gaire respecte dels no usuaris). El tipus preferent d'altres drogues consumides també varia d'acord al territori (per exemple, més amfetamines en Hanover i Viena, més cànnabis a Amsterdam). Al seu torn, els que sol·liciten el servei de test acostumen a ser consumidors més freqüents, i que utilitzen usualment altres drogues (fins i tot en combinació), que aquells que no fan aquesta sol·licitud. I no s'han trobat diferències quant a situacions i condicions de vida entre els tres grups. Finalment, i com potser era d'esperar, els no consumidors d'èxtasi acostumen a ser no consumidors d'altres drogues (a excepció de l'alcohol).

Per altra banda, el fet que sigui la primera vegada que acudeixen al test o ho hagin fet abans (fins i tot moltes vegades) depèn de la quantitat de serveis i el temps que fa que existeixen en una determinada regió.

Quant als motius adduïts per a testejar, els més usuals són: la curiositat per saber què conté una pastilla, prevenir-se contra pastilles perilloses, preocupar-se per la salut o saber si poden confiar en el *dealer* (*camell*). Com a contrapart, el que se sosté per a no testejar més usualment és: que confien en el *dealer*, que consumiran de tota manera sense importar els resultats de la prova, que és més excitant el desconeixement dels efectes, o

27 Benschop, Rabes & Korf, 2002

que no creuen en les històries respecte a les pastilles dolentes. En ambdós casos, els consumidors recorren a fonts informals d'informació respecte als continguts i efectes de les pastilles, començant pels amics o el venedor, fins a arribar als que acudeixen a Internet i es basen en la presentació per a comparar (color, logotip, etc.); mentre que els no consumidors obtenen informació de mitjans de comunicació i amics usuaris (en tots els casos, el grup d'iguals és la principal font d'informació).

Els autors conclouen de la seva investigació, que el test de pastilles estén l'abast de la prevenció, ja que permet accedir als consumidors, és una font valorada pels usuaris (òbviament, més pels quals acudeixen a testejar), i atès que els missatges dels mitjans de comunicació tenen poc valor per a ells. Igualment, entenen que és un mitjà d'ampliar les possibilitats de prevenció primària per als no consumidors.

D'altra banda, partint de la hipòtesi que la credibilitat de l'assistència preventiva seria major quan es presenta en el context del test de pastilles, els autors troben que això seria així per als tres grups de l'estudi (se li atorga la força de l'objectivitat). S'afirma fins i tot que la credibilitat augmenta amb la freqüència de la consulta al servei.

Respecte al coneixement que evidencien els enquestats de les precaucions per l'ús de drogues sintètiques s'hauria trobat que els consumidors (i més els que sol·liciten el servei) tenen un bagatge superior als no consumidors. Però el més significatiu és que posseeixen, per regla general, un coneixement bastant precís. Així, per exemple, saben que el logotip no es correspon al contingut, que és necessari consumir líquids hidratants, que cal

controlar el sistema cardiovascular (amb descans o en zones "chill out"), que els efectes en l'organisme poden durar més temps que els efectes subjectius, que les pastilles estan "tallades" amb altres drogues, etc.

Entre els mites que persisteixen, assenyalen la creença que certes proves ràpides, com el conegut EZ-Test, poden quantificar el contingut de les pastilles; o que en l'actualitat les pastilles estan "diluides", quan els tests de laboratori mostren el contrari (autèntic MDMA i amb dosis cada vegada majors).

No obstant això, més enllà que el grau de coneixements sigui major entre qui acudeixen a testejar, els autors assenyalen que no es troben diferències significatives en les seves conductes festives respecte als consumidors que no sol·liciten el servei. Per a salvar la hipòtesi que el coneixement afectaria a la conducta, els autors assumeixen que potser amb un test freqüent canviï aquesta situació.

Així mateix, la trajectòria de l'ús d'èxtasi és molt similar entre ambdós grups d'usuaris, i la majoria dels que acudeixen a testejar assenyalen que aquestes consultes no influencien el seu consum d'aquesta substància. Una dada més que sosté el resultat de l'estudi, és que els usuaris freqüents d'èxtasis són els que més acudeixen a consultar el contingut de les seves pastilles.

Per altra banda, els autors assenyalen que el test de pastilles no fa incrementar el consum, de la mateixa manera que no sembla disminuir-lo. No obstant això, existeix un punt en el qual els programes arribarien als seus objectius de prevenció secundària: és significatiu el no consum de pastilles oposades com a

“perilloses” pels tests. Igualment, quan es comença a sol·licitar amb més freqüència el servei de test, es disminueix l’ús d’èxtasi.

Altres dades significatives assenyalen que el consum d’èxtasi, en terme mitjà, sol començar dos anys abans que el primer test, que l’èxtasi bàsicament es consumeix en companyia, la majoria consumeix per primera vegada per curiositat, i pel que li han comentat positivament els membres del seu grup d’iguals. Com a contrapart, el que acostuma a adduir-se per a no consumir és el no interès en substàncies estimulants, la por a les conseqüències negatives, el perill de l’addicció, qüestions de conviccions o valors, o fins i tot la preferència d’altres substàncies.

Segons els autors, els programes de test de pastilles haurien evidenciat afavorir, per la seva informació valorada, el no inici (o si més no el retard) del consum per als no usuaris de drogues. Fins i tot, arriben a afirmar que la divisió clàssica entre prevenció primària i secundària és poc pràctica, i que hauria de treballar-se des d’un marc conceptual en el qual els esforços preventius apuntessin, simultàniament, a tots els grups.

I finalment, respecte a la possibilitat de monitoritzar el mercat d’èxtasi, la investigació ha trobat, segons els autors, que la majoria dels usuaris d’èxtasis aconsegueixen la droga en les seves pròpies llars o en la casa dels seus companys (amb la qual cosa la desitjada monitorització es redueix en opcions). Aquest és un dels principals factors pels quals els professionals que treballen en l’àrea de la prevenció, si bé en la seva majoria valora aquests projectes (contràriament a la policia), consideren inviable aquest objectiu.

De la transgressió a la responsabilitat (breus reflexions finals)

No voldríem acabar aquest compendi d’eines teòriques, sense detenir-nos un moment per fer una breu reflexió respecte a l’existència d’una sociologia que funcionés com a suport per a les polítiques de gestió de riscos i plaers. Una vegada que es reconeix i assumeix la normalització del consum de substàncies psicoactives com part integral de l’oci adolescent i juvenil, una primera resposta, fins i tot oficial des de la Salut Pública, és la incorporació d’aquestes pràctiques de gestió (pels seus avantatges pragmàtics i també econòmics).

Una vegada apuntat el que s’ha dit, voldríem assenyalar que, entenem, existeix el suport teòric per a tals pràctiques, encara que, per regla general, es treballi sense explicitar-lo. Així, dintre de la teoria de la sociologia del risc existeix el parell conceptual risc-confiança, que ompliria el citat buit. Anthony Giddens (1995), per exemple, ens ajuda a entendre aquestes concepcions quan ens explica el procés que denomina “*Projecte Reflexiu del Si-Mateix*”. El “*manteniment de la coherència en les narracions biogràfiques*” estaria en contínua revisió i actualització, dintre d’un context cultural amb uns determinats sistemes abstractes. En el cas de la modernitat, aquests sistemes abstractes inclourien, d’una banda, una multiplicació de les opcions (i per tant, de la incertesa de l’esdevenir de les decisions); i per l’altra, una creixent consciència que les accions presents determinen les conseqüències futures (i amb això, de la responsabilització dels agents). Això és el que ha dut a parlar de inevitabilitat o imposició del risc. En paraules de l’autor, “*La imposició del risc (o*

l'equilibri entre risc i oportunitat) es converteix en el nucli de la colonització personal de futurs dominis".

Aquesta idea és fonamental per a entendre el fenomen d'assumpció de riscos, que, a diferència de l'exposició a perills, suposa decisió i responsabilitat per part del subjecte. Així, segons Giddens, *"Els individus també prenen consciència dels riscos implicats en el que ells estan fent, però els provoquen per crear un espai d'actuació distint al de les circumstàncies rutinàries. El sotrac arribat en una acció premeditada de risc depèn del fet que sorgeixi la incertesa, per això l'activitat en qüestió adquireix especial rellevància enfront de les rutines quotidianes."* A aquesta pràctica, que l'autor també denomina *"experiment amb la confiança"*, s'entén com una manera de colonitzar un futur incert, i amb això, inèdit.

Però, recordem que, com assenyala Beck (1997), amb els riscos *"s'enfosqueix l'horitzó"*, en el sentit que no s'estableix què és el que caldria fer. I segons l'autor, *"Qui projecta el món com a risc, en últim terme, es mostra incapacitat per a l'acció"*. Seria precisament aquí que entraria en joc a la **confiança**, ja que sense la mateixa, l'equilibri es trencaria i el projecte reflexiu cauria sota el pes aclaparador de la incertesa. Això ho descriu Giddens (1995) en la següent idea: *"La confiança aïlla els potencials esdeveniments que, de ser contemplats en tota la seva magnitud, produirien una paràlisi de la voluntat o vivències d'abatiment."*

En definitiva, la confiança seria el concepte pilar, el contrapunt, que donaria sustentació als projectes i polítiques relatives a les drogues orientades des d'una sociologia dels riscos. No ens

quedaríem en una postura negativa, d'evitació d'alguna cosa fins i tot pitjor; sinó, per contra, la capacitat d'assumir riscos se significaria positivament com la dotació de la necessària confiança (per a la responsabilitat, la reflexivitat, la preocupació pel propi cos, l'experimentació, etc.).

Tot projecte reflexiu, i més en el context cultural dels sistemes abstractes de la modernitat, amb la seva orientació a erosionar l'estabilitat de les coses, a obrir nous itineraris, a reemplaçar els fonaments fermes per les opcions incertes, requereix de la confiança per poder desplegar-se. En paraules de Giddens, *"En circumstàncies d'incertesa i d'opcions múltiples, les nocions de confiança i de risc tenen una aplicació particular. La confiança, així ho sostinc, és un fenomen crucial per al desenvolupament de la personalitat i la potenciació d'aspectes distintius i específics en un món de mecanismes desmembrats i sistemes abstractes."*²⁸

Però a més, aquest marc conceptual de la teoria sociològica dels riscos té un altre avantatge afegit per a la implementació de programes preventius en el consum de drogues: entén l'assumpció de riscos (en aquest cas el consum) com una pràctica d'obertura d'incertesa (i ruptura amb les circumstàncies quotidianes), que no es redueix a una oposició a un sistema de valors i normes del món adult. No és només, ni de forma prioritària, violació de prohibicions. No té per què estar lligat a un desafiament a les normes dels adults i els estàndards de la comunitat, ni representar reptes a l'autoritat.

28 Ob. Cit.

Ens permet entendre que, si bé tota vivència, experiència, conceptualització, etcètera, es retalla contra un fons, no necessàriament ho fa per oposició. No tot contrast és un oposat. Fins i tot més, pot ser que només adquireixin significació dintre d'aquest determinat sistema de conceptualitzacions. L'atzur s'entén en el marc de significacions dels blaus (d'allí que no entenguem, no experienciem, els divuit blancs de la llengua esquimal). Aquesta disgressió ve a col·lació de què, en l'actualitat, el discurs de la gestió de riscos i plaers és, i pretén ser cada vegada més, part del context cultural des del qual els joves construeixen el seu discurs i signifiquen les seves accions. Si se segueix afirmant que la identitat i el projecte reflexiu d'adolescents i joves requereix de la transgressió (entesa com a oposició o violació de regles i normes adultes), no només ens estarem oblidant de les implicacions d'aquest marc teòric, sinó també que els projectes de reducció de riscos són polítiques oficials, sustentats i finançats pels governs. Si bé, en molts casos, han nascut per l'autogestió del col·lectiu consumidor (i fins i tot abans de la seva legalització), la situació ha canviat.

Mantenir aquest discurs del consum de drogues (i altres conductes de risc) en el marc de la transgressió adolescent i juvenil, és introduir una contradicció en els fonaments i objectius dels programes de reducció de riscos. Potser la transgressió – generada des de la prohibició– tingui significació explicativa quan es pensa des de les polítiques de control; i la responsabilitat – atorgada des de la confiança– compleixi aquesta funció quan es treballa des de la política de gestió de riscos i plaers.

2. METODOLOGIA

Atenent als objectius de la investigació, hem considerat pertinent la utilització d'un enfocament metodològic que integri **metodologies qualitatives i quantitatives d'investigació**. Així, el plantejament metodològic parteix d'una immersió a nivell qualitatiu que ens ha permès aixecar dades de tipus intensiu, a partir d'entrevistes. Un cop analitzada part de les dades qualitatives, hem recollit dades extensives tot fent ús de les tècniques pròpies de la metodologia quantitativa. Finalment, hem integrat les dades en un sol cos de conclusions.

La integració d'ambdues metodologies en la mateixa recerca ens permet, dit en breu, detectar i comprendre tot un conjunt de significats al voltant dels temes de la recerca, i analitzar alhora de quina manera aquests significats s'expressen en termes quantitativus.

L'enfocament qualitatiu

En nombroses ocasions s'ha posat de manifest la idoneïtat d'utilitzar mètodes qualitativus de recerca en estudis de caràcter exploratori, en temes sobre els quals no existeix excessiva informació²⁹. La metodologia qualitativa resulta primordial quan es vol analitzar determinades situacions, identificar les

29 Per a una aprofundiment sobre aquest punt de vista, veure Berg, B.L. (1998); Buttny, R. (1993); Garcia Ferrando, M.; Ibañez, J.; Alvira, F.(1986); Mishler, E.G. (1995); Ruiz Olabuénaga, J. (1996); Ruiz Olabuénaga, J.; Ispizua, M.A. (1989).

dimensions més significatives implicades en les mateixes i generar orientacions per aprofundir en aspectes més concrets³⁰.

Alhora, quan es tracta d'estudiar la percepció, les imatges i les representacions associades a determinades situacions o vivències, i als recursos que les persones mobilitzen per donar sentit a la seva realitat, és necessari optar per enfocaments que es desenvolupin en contacte directe amb aquells fenòmens i processos objecte de la recerca. És a dir, enfocaments que impliquin el mínim grau de mediació o preformació de la informació i de les formes de donar compte de les mateixes persones implicades en l'estudi, i que, a més, permetin examinar les diferents qüestions tractades de forma contextualitzada.

Els registres estàndards i quantitativus que s'obtenen amb qüestionaris i enquestes permeten un tractament extensiu de la informació i faciliten la comparació de la mateixa. Tot i així, creiem que els objectius d'aquesta avaluació fan necessària una aproximació que permeti un primer tractament intensiu de la informació. Aquest possibilita un aprofundiment comprensiu en aquelles dimensions que afecten i permeten explicar els elements i factors centrals implicats en la significació de les polítiques i intervencions d'oci nocturn en matèria de drogues. Creiem que la riquesa dels significats no pot ser expressada de forma atomista, com un conjunt de variables discretes. Això suposaria el risc de perdre informació molt rellevant per a la recerca. D'aquesta manera, per tal d'endinsar-nos en els elements que constitueixen

30 Veure, al respecte, Brunet, I.; Pastor, I.; Belzutegui, A. (2002).

el sentit que prenen les intervencions en reducció de riscos, i per veure quin tipus d'efectes produeixen, traslladarem la nostra atenció als **significats i a les formes de donar sentit que sorgeixen a partir dels relats dels adolescents i joves entrevistats**. Així mateix, la opinió de les persones promotores de l'oci nocturn també serà centre de la nostra atenció.

La metodologia qualitativa estableix que s'ha de mantenir el caràcter essencialment significatiu de l'acció humana, és a dir, parteix de la base que en moltes dimensions les accions humanes no són reductibles a parametrització o quantificació. D'acord amb aquesta premissa, aquests enfocaments es caracteritzen per donar prioritat a l'anàlisi i la interpretació de les opinions i valoracions que les persones fan de les seves accions i de les accions d'altri. Així, la metodologia qualitativa emfasitza el caràcter significatiu del comportament humà, donant especial importància al llenguatge com a vehicle de sentit i a la interpretació i la comprensió com a estratègies fonamentals d'aproximació als fenòmens socials.

Tècniques

D'acord amb els objectius de la present recerca, necessitàvem una eina que permetés obtenir informació intensiva, de caràcter holístic i contextualitzat. Així, les tècniques principals utilitzades per a l'obtenció d'informació han estat **l'entrevista** i el **grup focal**. Ambdues tècniques, en aquest cas, han estat tant una eina d'exploració que ens ha ajudat a identificar variables, factors i relacions, com una eina de recollida d'informació.

En concret, amb les persones promotores d'oci nocturn s'ha utilitzat la modalitat d'entrevista semiestructurada, quant al grau d'estructuració, i en profunditat, quant al grau de directivitat. En una entrevista semiestructurada, s'estableixen per endavant tots els temes que s'abordaran, però l'ordre de presentació i la manera d'anar introduint-los es deixen al criteri de l'entrevistador. Aquesta modalitat es caracteritza per l'absència de l'estandardització formal que és pròpia del qüestionari i de l'entrevista estructurada, la qual cosa permet a la persona entrevistada respondre de forma exhaustiva, amb el seus propis termes i dins del seu quadre de referència i significació.

Així, en aquest tipus d'entrevista l'únic que es troba absolutament prefixat són les consignes d'inici de l'entrevista i el guió de les temàtiques a ser abordades, amb la finalitat de proporcionar un caràcter homogeni a la informació recollida. S'elabora un guió de tots els temes sobre els quals obtenir informació, però l'ordre i la manera d'introduir-los es decideixen en el curs de l'entrevista per tal de respectar al màxim les preferències d'ordre i d'expressió de l'entrevistat o l'entrevistada.

Es tracta, en definitiva, d'entrevistes dissenyades que permeten fer emergir els processos de construcció de significat en què les persones promotores i els adolescents i joves entrevistats es troben inserits per tal de donar sentit a les intervencions de reducció de riscos en l'àmbit de l'oci nocturn.

D'altra banda, pel que fa als adolescents i joves que conformen l'univers poblacional de l'estudi, hem utilitzat els grups focals com a eina per a l'obtenció d'informació. A grans trets, podem dir que comparteix moltes de les característiques que hem esmentat per

a l'entrevista semiestructurada. Com en aquesta, s'utilitza un guió temàtic que permeti que les persones s'expressin lliurement i a partir de les seves pròpies paraules i expressions. Com en l'entrevista, es tracta d'una eina que permet aprofundir en els significats de les persones, però amb la diferència que, en aquest cas, l'elaboració de significats és a partir de la discussió entre un grup reduït de persones (entre 6 i 10).

És precisament aquesta interacció entre els membres del grup allò que constitueix el fet distintiu del grup focal i que li proporciona el seu interès i potència. La discussió, efectivament, no té com a objectiu la cerca del consens entre els membres del grup; més aviat, allò que possibilita és recollir un ampli ventall d'opinions i punts de vista que poden ser tractats extensament. La situació de grupalitat produeix un desplaçament del control de la interacció que va de l'investigador cap als participants, la qual cosa afavoreix un major èmfasi en la producció de sentit pròpia de les persones entrevistades.

Procediment

D'acord amb els objectius de la investigació s'han realitzat:

- 4 entrevistes a tècnics de grups de reducció de riscos (Energy Control i SOM.NIT) coneixedores i coneixedors de les actuacions en àmbits d'oci nocturn.
- 9 entrevistes individuals a homes i dones promotores de locals d'oci nocturn a Catalunya.
- 8 grups focals, distribuïts de la següent manera:

- 3 grups d'homes i dones adolescents (entre 15 i 17 anys):
 - 1 grup de 'consumidors'.
 - 1 grup de 'no consumidors [cons. OH-C]'.
 - 1 grup mixt.
- 5 grups d'homes i dones joves (entre 18 i 24 anys)
 - 2 grups de 'consumidors'
 - 2 grups de 'no consumidors [cons. OH-C]'
 - 1 grup mixt

Les entrevistes individuals a tècnics actius de la reducció de riscos tenien com a objectiu aprofundir en les qüestions de pes que preocupen als professionals del sector. És a partir d'aquestes entrevistes que es comença a elaborar el guió de les entrevistes que es realitzaran a promotors, i el dels grups focals amb joves i adolescents.

Posteriorment, es realitzen 8 grups focals que tenen en compte diferents variables respecte als perfils de les persones que els integren:

- Edat: adolescents i joves per separat.
- Ubicació geogràfica: s'han fet grups en poblacions grans, mitjanes i petites de diferents contrades de Catalunya.
- Gènere: s'ha cercat paritat en tots els grups.

- Consum: S'han format grups de persones ubicades exclusivament dins la categoria 'consumidors', d'altres amb persones exclusivament 'no consumidores [cons. OH-C]' i, finalment, grups mixts amb ambdós perfils.
- Coneixement dels serveis de reducció de riscos: s'ha inclòs persones que no coneixien aquests serveis junt amb d'altres que els tenien presents o bé que hi havien entrat en contacte.

Paral·lelament, es van dur a terme nou entrevistes individuals a homes i dones que gestionen locals d'oci nocturn a Catalunya, així com a persones responsables d'associacions i gremis al voltant de les quals s'agrupen els diferents empresaris del sector. En aquest cas es van buscar persones responsables de locals ubicats dins d'àrees urbanes densament poblades així com d'altres ubicats en àrees perifèriques de difícil accés.

Per poder proporcionar una lectura sistematitzada de les imatges, significats i representacions d'aquesta població –i en relació a les polítiques i intervencions de reducció de riscos en l'àmbit de l'oci nocturn– hem optat per proporcionar allò que en la investigació de tipus etnogràfic s'anomena una **descripció densa**³¹.

La tasca de la descripció densa és extreure estructures de significació que sovint semblen irregulars, no explícites o

inconnexes i que l'investigador/a ha de poder connectar. En el nostre cas, es tracta de buscar estructures de significació recurrents en les formes concretes amb què joves, adolescents i promotors donen sentit a les diferents substàncies en estudi, als seus usos, a la gestió del coneixement i de la informació sobre aquesta substància i, principal i específicament, a les actuacions de reducció de riscos i al paper que es donen a si mateixos en les relacions d'apropiació que estableixen amb aquesta forma de donar informació.

Tot i buscar estructures de significació, el procediment és "microscòpic", en el sentit que es fa un recorregut minuciós pel context de les explicacions dels entrevistats, posant de manifest els petits relleus i detalls que sobresurten en parar atenció a la xarxa de relacions i significats que les entrevistes revelen si es dirigeix una mirada intensiva sobre elles.

La descripció densa ofereix una descripció tal que és en ella mateixa interpretació i explicació. Així, en aquest tipus de descripció, el relat que l'investigador construeix posseeix simultàniament un nivell descriptiu i un nivell argumental i explicatiu, en tant que la informació es converteix en significació, en sentit, en ser analitzada en base a una visió relacional de valors i significats socials que condensen.

D'aquesta manera el procediment emprat ens permet:

- Oferir la reconstrucció subjectiva que joves, adolescents i promotors fan de les campanyes preventives, amb especial atenció sobre la reducció de riscos.

31 Per a un aprofundiment en el concepte de descripció densa, veure Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. New York: Basic Books y Velasco, H. Díaz de Rada, A. (1997). La lógica de la investigación etnográfica. Madrid: Trotta.

- Descriure la interpretació que joves i adolescents fan de les campanyes preventives per mitjà de la contínua atribució de significats a les seves experiències amb el grup d'iguals i d'amics, amb les substàncies, amb la família, amb els agents educadors, amb els estudis, amb l'entorn...
- Atendre a l'establiment de relacions de causalitat entre els serveis de reducció de riscos i les atribucions dels joves, adolescents i/o promotors.

Cal assenyalar, però, que el procés de descripció densa no passa només per comprendre la varietat de percepcions i significats atribuïts a aquestes polítiques i intervencions per cadascuna de les persones entrevistades. A més, exigeix captar, amb el major detall possible, com aquests significats i aquestes vivències construeixen un espai públic, és a dir, compartit, de significats, valors i formes de donar sentit. De fet, reflectir aquest espai de significacions compartides és el principal objectiu de la descripció densa.

La descripció densa implica, per tant, la localització i la contextualització de la informació en les situacions relatades per les persones entrevistades. La descripció densa mostra la relació de les vivències amb les relacions i les situacions: no es tracta, per tant, de dir coses sobre les persones concretes, sinó de descriure les situacions, esdeveniments i factors que mediatitzen la forma en què la persona vivència les intervencions preventives.

És per això que quan s'analitzen i interpreten les dades, la descripció densa implica la **triangulació** de la informació

obtinguda en cada entrevista, contrastant-la i localitzant-la en les altres que s'han realitzat.

Aquesta triangulació respon, d'una banda, a un objectiu de validació, atès que confirma que determinades formes d'interpretar la realitat, de donar sentit a allò que envolta la persona són recurrents, compartides, formen pautes. En contrastar les diferents entrevistes es va veient que estem davant d'un significat compartit, d'un espai comú, i no d'un fet aïllat o d'una apreciació particular d'una situació.

D'altra banda, la triangulació permet accedir a aquest univers de significats compartits sense renunciar a la diversitat i les tensions presents en les diferents formes de donar sentit a la realitat. En definitiva, a partir de l'objectivació de les descripcions podem construir una lectura sistematitzada dels factors i els indicadors que expliquen les intervencions de reducció de riscos, essent fidels a les formes en què les persones implicades ho experimenten.

Finalment, l'anàlisi es realitza de manera cíclica i circular, reinterpretant temes ja tractats a mesura que s'analitzen de nous. Per tant, convé senyalar que l'exposició de resultats no es realitzarà en el mateix ordre seguit per l'obtenció i l'anàlisi de la informació recollida, sinó que es presentarà en funció de la seva coherència pel que fa els continguts i els objectius recerca.

Categories de la mostra

El total de la mostra ha estat de 68 joves i adolescents, 9 persones promotores de locals d'oci nocturn i 4 professionals de la reducció de riscos. Tots els participants dels grups focals i de les entrevistes tenen o han tingut garantida la seva condició d'anonimat durant tot el procés avaluatiu. Per aquest motiu, totes les cites referenciades apareixen entre parèntesi, on el primer número fa referència al document primari i el segon al paràgraf en què es troba la cita. En aquest sentit, cal dir que els noms de persones, locals o poblacions que apareixien explícitament en els fragments d'entrevistes seleccionats han estat canviats respecte als originals per tal d'assegurar aquest anonimat.

L'enfocament quantitatiu

Un cop presentat el procediment metodològic seguit per a la recollida de dades intensiva a partir de les tècniques pròpies de l'enfocament qualitatiu, veiem ara quin ha estat el procediment quantitatiu per aixecar les dades extensives.

Per acomplir amb els objectius plantejats, s'ha realitzat una recollida de dades mitjançant l'aplicació d'una enquesta individual a una mostra d'homes i dones de 15 a 24 anys d'edat que hagin residit a Catalunya en els últims 12 mesos³² i que freqüentment diversos àmbits d'oci nocturn –discoteques, festes majors, raves,

festivals o concerts, així com també aquells que han consumit begudes alcohòliques en el carrer ('botellón')-.

Mostreig

S'ha utilitzat un mostreig **no probabilístic polietàpic estratificat per quotes**³³. Es tracta d'un mostreig no probabilístic ja que, en l'última etapa de mostreig no s'han inclòs criteris de selecció aleatòria dels casos. Si bé aquest tipus de mostreig no permet calcular el marge d'error de les inferències que es realitzin, ens ha possibilitat l'accés a la població, així com consultar-la sobre aquesta temàtica sense els biaixos que hagués pogut generar la presència d'adults i tutors durant l'entrevista. En altres espais –com el domicili particular, les entrades d'instituts o d'universitats– les respostes haurien estat condicionades per la presència d'adults o per la sobrerrepresentació de joves vinculats al sistema formal d'ensenyament i deixarien al marge aquells que l'haguessin abandonat.

La mostra es compon de dos subgrups definits a partir de la variable '*Relació amb el consum de substàncies vinculades a l'oci nocturn –cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus*': aquells que han provat alguna d'aquestes substàncies en els últims 12 mesos –que anomenarem **consumidors**-; i els que

32 La setmana de referència és la que va del 4 al 10 de setembre de 2006.

33 Azorín, F. y J. L. Sánchez-Crespo. 1986.

no les han provades en el mateix període –**no consumidors [cons. OH-C]** [cons. OH-C]–.

Cadascuna de les submostres, al seu torn, està composta per dues etapes de mostreig. És per això que el mostreig es denomina **polietàpic**.

En la *primera etapa* de mostreig, s'ha realitzat una **estratificació** sobre la base de la divisió territorial de Catalunya, amb l'objectiu de captar l'heterogeneïtat present en la població. La definició dels estrats s'ha basat en dos criteris: en primer lloc, es diferencien dues regions: Barcelona ciutat i Regió Metropolitana de Barcelona, que conformen dues àrees amb característiques sociogeogràfiques pròpies; en segon lloc, per a la resta de Catalunya, es distingeixen els municipis segons la grandària de la seva població, dades obtingudes a partir del padró d'habitants del 2005 per a la població de Catalunya de 15 a 24 anys³⁴.

Queden així quatre regions geogràfiques definides:

Barcelona ciutat.

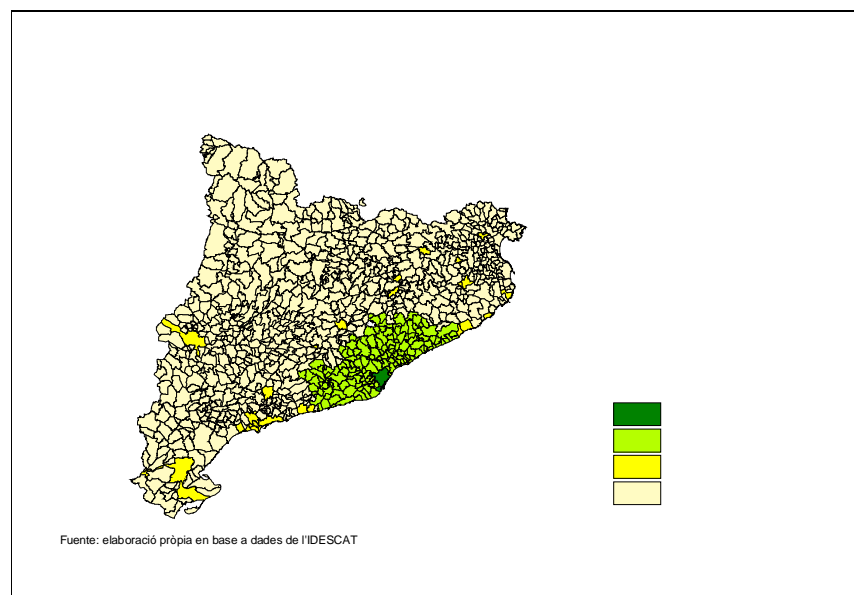
Regió Metropolitana de Barcelona (RMB): que inclou el Barcelonès (excepte Barcelona Ciutat), el Baix Llobregat, el Garraf, l'Alt Penedès, el Vallès Oriental, el Vallès Occidental i el Maresme.

³⁴ Veure a: <http://www.idescat.net>

Municipis Mitjans: aquells on la població va de 2.000 a 15.700 habitants (n'exclou els inclosos en a la RMB).

Municipis Petits: aquells on la població és menor a 2.000 habitants (excloent els inclosos en a la RMB).

Gràfic 1



De l'anàlisi de la distribució territorial de la població de Catalunya, es desprèn que bona part dels municipis petits posseeixen una proporció reduïda de població d'aquestes edats. Per tant, per a la regió composta per municipis petits s'han

seleccionat els de major concentració de persones de 15 a 24 anys³⁵.

En l'última etapa de mostreig, en cada ciutat triada es van establir punts de mostra³⁶. En aquests es va fer la selecció dels casos a incloure en la mostra buscant cobrir quotes de sexe i edat, proporcionals a les dades poblacionals, segons dades de l'IDESCAT de desembre de 2005. D'aquí n'hem obtingut les següents quotes:

Sexe:	Edat:
Dones: 49%	Adolescents de 15 a 19 anys: 42%
Homes: 51%	Joves de 20 a 24 anys: 58%

Grandària de la mostra

La grandària de la mostra és de 769 casos. S'ha calculat per a una confiança del 95% (2 sigmes), amb una precisió de $\pm 3,532\%$ i assumint la màxima variabilitat de les variables en estudi ($P=Q$).

35 El 60% dels municipis considerats com petits estan compostos per menys de 100 habitants d'entre 15 i 24 anys, percentatge que ascendeix a gairebé un 80% si hi inclouem els municipis de 200 habitants o menys.

36 S'assigna un segment determinat, dins del qual s'han realitzat una quantitat definida d'enquestes efectives respectant les quotes d'edat i sexe assignades a la regió.

Qüestionari

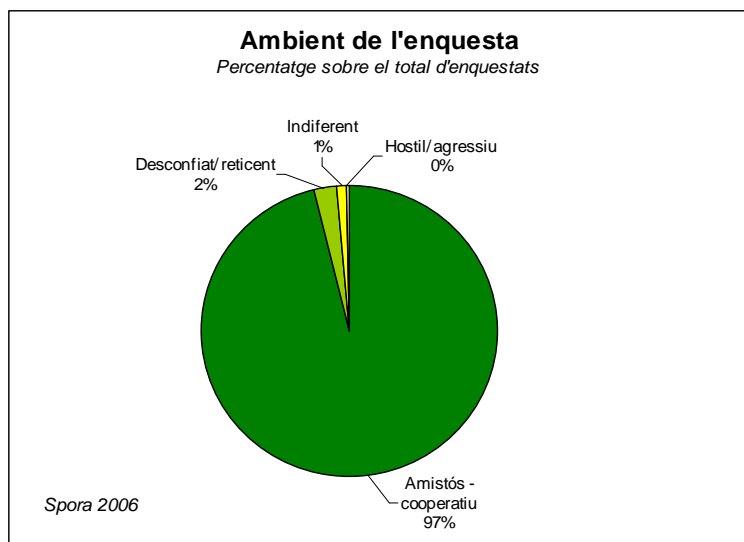
S'ha dissenyat un qüestionari individual estructurat, les preguntes del qual han estat elaborades sobre la base del material obtingut dels grups focals realitzats, així com també de materials elaborats a nivell català, espanyol i europeu, amb la finalitat de possibilitar comparances posteriors amb altres estudis sobre el tema.

S'han consultat fonts documentals sobre la temàtica a partir de l'IDESCAT, del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya, del Plan Nacional Sobre Drogas del Ministerio de Sanidad y Consumo de l'Estat espanyol, de l'European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction i de publicacions d'organitzacions que realitzen campanyes de reducció de riscos. Així mateix, s'ha consultat experts sobre la temàtica.

D'altra banda, s'ha realitzat una prova pilot que ens ha permès realitzar ajustaments discursius, analitzar la coherència de l'instrument i avaluar els temps. Les baixes taxes de rebuig demostren que s'ha assolit un instrument fluid, dinàmic i d'acord amb la població en estudi.³⁷

37 Per consultar la configuració final del qüestionari administrat adreceu-vos a l'Annex III del present informe.

Gràfic 2



Treball de Camp

La recollida de dades s'ha desenvolupat durant el mes de setembre de 2006, els dijous, divendres, dissabtes i les vigílies de festius entre les 18 i 24 h.

Va ser realitzada per un equip d'enquestadors amb nivell de formació universitària. Així mateix, es va realitzar una jornada de formació per garantir l'òptima aplicació de l'instrument.

Per a realitzar la recollida de dades es van seleccionar les següents ciutats:

Ciutat de Barcelona	
	Badalona
	L'Hospitalet de Llobregat
Regió Metropolitana de Barcelona (RMB)	Mataró
	Sabadell
	Sta. Coloma de Gramenet
	Terrassa
	Tarragona
Municipis Mitjans:	Girona
Municipis Petits:	Palamós
	Balaguer

Anàlisi

La informació ha estat processada pel programa SPSS. S'ha realitzat una anàlisi descriptiva univariant i bivariant de dades respecte a l'autopercepció sobre el grau d'informació amb la qual compten els joves, així com per a la identificació de necessitats d'informació i dels mitjans d'informació, o per a analitzar la valoració que realitzen de la metodologia d'intervenció utilitzada per les campanyes de reducció de riscos, així com de la informació transmesa per aquestes. Finalment, cal destacar que s'han utilitzat tècniques d'anàlisi multivariant de dades per a l'anàlisi d'aquestes variables segons les pautes de consum de substàncies d'interès per a aquest estudi.

3. LA VALORACIÓ DELS PROMOTORS PRIVATS DE L'OCI NOCTURN

En aquesta secció presentarem les principals valoracions i concepcions que les persones promotores de l'oci nocturn desenvolupen al voltant de diverses temàtiques tractades en les entrevistes.

Aquesta secció s'organitzarà en dos grans blocs. En el primer veurem quines són les valoracions que defineixen la situació de actual l'oci nocturn en termes genèrics, per tal d'analitzar el paper que hi tenen els locals que aquestes persones gestionen. Tractarem també les principals problemàtiques vinculades a l'oci nocturn i les actuacions tant preventives com pal·liatives desenvolupades per afrontar-les. Finalment, en aquest bloc coneixerem quines són les valoracions que es fan al voltant de les relacions entre els agents institucionals i el sector de l'oci, tot fent un repàs sobre les valoracions al voltant de les polítiques públiques.

En un segon bloc explorarem les valoracions específiques que es fan al voltant de les polítiques i actuacions de reducció de riscos en l'àmbit de l'oci nocturn. En aquest bloc s'abordaran les valoracions que es fan al voltant de la informació i el coneixement vinculats al consum de substàncies en el context de l'oci nocturn. Així mateix s'exploraran les valoracions que emergeixen al voltant de les actuacions de prevenció de riscos en el context de l'oci nocturn.

Valoració i diagnòstic del sector de l'oci nocturn

En aquest apartat desenvoluparem les concepcions que les persones vinculades a la promoció de l'oci nocturn ofereixen al voltant de diverses temàtiques que es connecten de forma general amb l'àmbit de l'oci nocturn.

Concepcions sobre els tòpics associats a l'oci nocturn: Diversió, Risc i Substàncies

En termes generals, l'oci nocturn està fortament vinculat a determinats tòpics, com ara la diversió, el risc o bé el consum de substàncies, entre d'altres. Centrem-nos en primer lloc en les concepcions que sorgeixen al voltant de la idea de **divertir-se**. Una manera de significar la **diversió** fa referència a una heterogeneïtat d'activitats que no tenen cap relació entre elles. Divertir-se seria fer tal cosa o tal altra amb la condició que la persona que la fa s'ho passi bé. L'aspecte que determina que l'activitat que es fa proporciona divertiment és extremadament **subjectiu**. Així, segons aquesta concepció divertir-se pot ser qualsevol cosa que provoqui divertiment en la persona, independentment de quina sigui aquesta activitat.

Una altra visió de què és el divertiment acota la visió subjectivista que acabem de veure reduint les activitats que poden entendre's com a divertiment a aquelles que impliquen algun tipus de **sociabilitat**. Divertir-se implica relació social, compartir amb els altres. Des d'aquesta concepció s'assumeix que les condicions de vida de les societats actuals tendeixen a aïllar-nos socialment. Vivim en un context que ens arrossega cap

a l'individualisme, fet que és llegit en termes negatius. En conseqüència divertir-se és socialitzar-se. Per tant, es fa referència a múltiples activitats com conèixer persones, lligar, trobar-se amb el grup d'amistats o fins i tot participar en iniciatives col·lectives.

“Hi ha un percentatge molt important, gran, de relacions, sobretot emocionals, no? Emocionals, socials i sexuals, no? La gent ve a trobar-se amb els seus amics, a conèixer gent, a intercanviar comunicacions, no? I hi ha una part sexual també important, sexual-emotiva.” (13:42)

Atès que les condicions quotidianes del dia a dia (associades per exemple, als horaris laborals o a les obligacions familiars i domèstiques) són les que impedeixen assolir aquesta sociabilitat desitjada, es constitueixen com a definitòries del revers de la diversió. El contrari de la diversió seria doncs la vida quotidiana. És per això que la diversió, entesa com a relació social, tendeix a quedar reclosa en un context molt particular: el cap de setmana, i concretament, la nit. Per tant, des d'aquesta concepció de la diversió en tant que sociabilitat es redueix sensiblement el ventall de possibilitats per divertir-se. Dins d'aquest camp de possibilitats reduït, les persones entrevistades esmenten els viatges, els esports d'aventura o les festes privades en espais domèstics. Tanmateix, en el conjunt dels relats, emergeix l'oci nocturn com l'espai privilegiat per assolir aquesta diversió-sociabilitat.

“Anar de festa és això, anar a divertir-se, això, que és anar a fer algo que et ve de gust fer, que ningú t'obliga a

fer i que comparteixes amb gent que li agrada a fer lo mateix que tu, no?”(8:23)

En resum, allò que explica la diversió és la sociabilitat, la celebració social, tant si és de tipus més íntim o privat com si és més multitudinària, amb o sense la presència de substàncies psicoactives.

Vegem ara, per un altre costat, quines concepcions que emergeixen quan ens referim al concepte de **risc**, i és que una de les formes en què se significa el risc és mitjançant la seva associació amb un grup social específic: els joves. S'estableix, per tant, el **binomi risc-joventut**. Així, trobem que el risc s'explica en termes d'una característica pròpia de la joventut, allò que és inherent a la joventut. La joventut suposa un estadi del cicle evolutiu que, entre altres factors, es caracteritza per la necessitat d'experimentar el risc, “és a dir, tothom fa molt el cabra quan és jove i hi ha els que tenen més sort i se'n surten, no?”³⁸ En aquest sentit, la categoria jove s'associa a diferents problemàtiques com els comportaments violents, les destrosses de mobiliari urbà, el consum de substàncies o d'altres. Segons aquesta concepció, el **risc** s'incrementarà o disminuirà en funció de les característiques pròpies del grup d'iguals al qual pertanyi cadascun dels joves. Així, el jove “va amb grups, i a partir d'aquí depèn de lo que tinguis, lo que t'arrossegui el grup, pots estar en una zona de perill, no?”³⁹ Així, des d'aquesta comprensió del **risc** com a

38 (13:43)

39 (8:43)

característica intrínseca de la joventut, el grup d'iguals opera com un modulador que pot agreujar-lo o atenuar-lo.

Una altra manera de comprendre el risc és a partir de la idea que hi ha determinat límit que en cas de ser travessat podria comportar l'assoliment de problemàtiques. Seria, per tant, el **risc com a llindar**. Hi ha una frontera més enllà de la qual es poden començar a patir determinats efectes no desitjables. Aquesta concepció del risc presenta dues variants. Segons la primera, traspasar el llindar pot implicar patir múltiples problemàtiques com "que te la jugues amb... pues amb la teva vida, amb la teva salut, amb... t'ho jugues a què t'enganxi la policia fent algo, t'ho jugues a que li passi algo a un amic teu o un company"⁴⁰. En canvi, des de la segona variant, s'entén que la conseqüència necessària de traspasar aquest límit serà l'addicció a les 'drogues'. Segons aquesta segona variant emprada per definir el risc, com veiem, aquest queda fortament lligat al parell drogues-addicció.

"Fer un excés, o sigui arribar a provar, no? un dia. Però un dia, després a l'endemà necessites una mica més, després una mica més, i aquí hi ha el risc."(8:47-51)"

Però abans d'entrar a veure aquesta relació, deturem-nos un moment per conèixer què és el que aquestes persones entenen per '**drogues**'. Aquest concepte ha estat significat, fonamentalment, a partir de dues comprensions ben diferenciades. La primera emfasitza la idea que les 'drogues' són aquelles substàncies que provoquen algun tipus **d'alteració** o

transformació, ja sigui de la consciència, de la percepció del propi cos o d'altres. Des d'aquesta concepció els motius per a consumir-la es connecten amb els efectes beneficiosos que pot comportar aquesta transformació, com poden ser la desinhibició social, l'adquisició de noves experiències o el plaer.

Allò problemàtic doncs que emergeix a partir d'aquestes substàncies és, com dèiem, la seva associació amb l'addicció. Així, les 'drogues' són definides en termes de "una substància que crea una addicció"⁴¹. Segons aquesta significació, els motius que poden afavorir-ne el consum són, igualment, ben diferents a aquells que apunten a aspectes voluntaris de percaça de plaer. En aquest cas, allò que explica el consum és la impossibilitat de no poder deixar de fer-ho un cop s'ha provat.

"Fins i tot gent que ha tingut experiències dolentes, una vegada comencen, tornen." (9:95)

Iniciar-se en el consum de la 'droga' opera, en aquest cas, com el llindar més enllà del qual es produirà, necessàriament, un consum reiterat on la possibilitat d'abstenir-se s'esvaeix.

Ara bé, davant la qüestió de pensar la relació que pot haver-hi entre dues de les temàtiques que hem abordat fins aquí: el risc i les 'drogues', emergeixen noves interpretacions al voltant d'aquests conceptes. Així, tot i que com hem vist, quan es parla de risc en termes generals o bé se'l vincula a determinades poblacions (els joves) o bé a una noció de llindar o frontera que

40 (18:30)

41 (13:139)

no s'hauria de traspasar; quan es pregunta a les persones entrevistades per la vinculació entre **risc i consum** de substàncies psicoactives sorgeixen noves explicacions.

En primer lloc, trobem relats que distingeixen entre un consum orientat a **evadir-se** de les condicions que ens imposa la vida quotidiana i un altre orientat a la **consecució de determinats plaers**. Així, mentre el primer tipus de consum s'explica en termes negatius, ja que l'objectiu que es persegueix és el de fugir de les condicions que imposa la vida, el segon és de caràcter afirmatiu ja que s'orienta a obtenir alguna cosa, alguna sensació que es desitja. Des d'aquesta visió de la relació entre risc i consum de substàncies, el consum propi "del que té una setmana molt xunga de treball per acabar explotant el cap de setmana (...) és perquè no està content amb el que està passant durant la setmana"⁴², és vist com un mal consum i s'associa a diversos problemes com l'addicció o bé d'altres perjudicis per a la pròpia salut. Mentre que aquest és considerat un consum de risc, aquell consum afirmatiu orientat a la consecució de determinats plaers (benestar, diversió, desinhibició social, etc.) no rep aquesta consideració d'arriscat.

En segon lloc, la relació entre risc i substàncies psicoactives –o 'drogues'– s'entén, novament, a partir de la idea de **l'addicció**. La triada que formen el risc, les drogues i l'addicció és argumentada de dues maneres ben diferenciades. Una forma de concebre aquesta relació és a partir de **factors interns** de la

persona, i més específicament, de la idea de predisposició psicològica o interna a l'addicció. Segons aquesta manera d'entendre la relació, el risc de consumir substàncies resideix en el fet que, a priori, la persona que consumeix no sap si és 'portadora' d'aquesta predisposició psicològica a convertir-se en addicte a la substància. En conseqüència, és un risc incontrolable, atzarós, impossible de predeterminar ni d'atenuar. A més, és independent del tipus de consum que es faci.

"Per la experiència, jo he vist gent pues que es van enganxar a l'heroïna, quan van deixar l'heroïna es van enganxar amb la cocaïna, quan van deixar la cocaïna es van enganxar a l'alcohol (...) També hi ha molta gent que juguen molt amb moltes drogues i... saps? mai l'hi he vist cap addicció, no?"(13:143)

Una altra forma d'entendre aquesta relació entre risc, 'drogues' i addicció apel·la, contràriament, a **factors externs** a la pròpia persona que consumeix la substància. En aquest sentit, per exemple, es considera que el grau d'**informació** i coneixement sobre la substància pot incidir en aquesta relació. Conseqüentment, es privilegia el fet de disposar o tenir accés a informació al voltant de les substàncies, com un aspecte que pot reduir el risc a l'addicció i/o altres efectes no desitjats del consum.

"El tema dels riscos... bueno, el riscos jo penso que sobretot és... és això, no prendre precaucions, no? I sobretot desinformació."(13:63)

"És perquè sovint les drogues no vénen amb un prospecte químic que et diu la composició que porten, i

42 (10:27)

per tant hi ha un component de risc important perquè realment no saps exactament què hi ha en allà, no?”(15:75)

En resum, les narracions al voltant de la relació entre risc i substàncies es despleguen dilemàticament. Mentre que en alguns relats el risc es vincula al propi fet de consumir la substància per l'amenaça incontrolable a què desemboqui en addicció, segons uns altres la relació risc/consum de substàncies es modula en funció de la informació i/o el coneixement disponible.

Com hem vist, les explicacions i argumentacions que emergeixen quan pensem en temàtiques socialment associades a l'oci nocturn com poden ser la diversió, el risc o les 'drogues' presenten una gran variabilitat. Tot i que en aquesta secció hem abordat aquests tòpics de forma sintètica, en la propera secció dedicada als joves i adolescents es reprendran aquestes temàtiques i s'aprofundirà en les múltiples visions que es tenen sobre elles.

Valoració de l'estat actual de l'oci nocturn

A l'hora de valorar l'estat general de l'oci nocturn actual emergeixen un conjunt de temàtiques diverses. Un dels relats que sorgeix amb més insistència és el que fa referència a la imatge social de l'oci nocturn. Segons aquest relat, l'oci nocturn està socialment i institucional **estigmatitzat**. Com veurem més endavant amb més detall en l'apartat dedicat a la valoració de la relació entre el sector de l'oci nocturn i l'administració, el cas del sector de l'oci nocturn presenta una doble estigmatització ja que

aquesta prové tant de la societat en general com de les institucions governamentals en particular. Centrem-nos, ara, en les argumentacions que s'esgrimeixen per sostenir l'afirmació que el sector de l'oci nocturn està socialment mal considerat.

Aquesta qüestió és il·lustrada, per exemple, mitjançant la comparació del sector de l'oci nocturn amb altres sectors o entorns que estan ben considerats socialment. Així, “*quan dius que tens una discoteca és com... no és lo mateix que si tens una farmàcia o si tens un bufet d'advocats*”⁴³. D'aquesta manera, s'expressa el rebuig i/o la desconfiança que genera aquest sector en la opinió pública.

Ara bé, per què està mal considerat? Quins elements estan incidint, segons aquests relats, en el manteniment d'una imatge social negativa del sector? En aquest sentit, s'enumeren diversos elements que han sostingut aquesta imatge social, entre elles, la vinculació entre oci nocturn i consum de substàncies (que desenvoluparem en el proper apartat), la relació entre oci nocturn i comportaments incívics o bé la pròpia visió que es té de la figura de l'empresari de l'oci nocturn en tant que implicat en activitats 'mafioses' o 'delictives'. Així, un dels elements que reforça aquesta visió negativa del sector és la imatge social i els tòpics socialment associats al propi col·lectiu empresarial i de treballadors i treballadores del sector de l'oci.

43 (8:321)

“Sí, lamentablemente es un tópico. Incluso el empresario de noche está mal miráo, a ver hay gente que dice “¡Ah! Éste trafica, éste es un mafioso” y cosas así, ¿no? Nada más lejos de la realidad.”(12:147)

En definitiva, es considera que hi ha una valoració social negativa que estigmatitza el sector de l’oci nocturn. La conseqüència pràctica que es desprèn d’aquesta visió és la **criminalització del sector**. A nivell tant social com institucional l’oci nocturn és entès com un problema social. Per això, segons aquesta valoració, el sector l’oci nocturn està patint una forta regulació i legislació que ha estat desenvolupada en fer-lo equivaldre, com dèiem, amb múltiples problemàtiques.

“Por lo tanto, ¿queman un coche?, es culpa del local, ¿está meado el portal? Si el local no hubiera tal, ¿destrozos en el mobiliario urbano?, es culpa del local, ¿destrozos en el mobiliario del ferrocarril?... Claro, todo este discurso para mi es una criminalización del ocio, se está criminalizando el ocio nocturno.” (12:307)

Més endavant reprendrem aquesta valoració que emfasitza en els processos d’estigmatització i criminalització del sector per conèixer, més àmpliament, com es considera que poden estar incidint aquests processos en la relació entre el sector de l’oci i les institucions. Per ara, tan sols anomenar que la legislació vigent relativa a temes com els horaris de tancament dels locals, l’enduriment de les condicions necessàries per obtenir una llicència, la llei antibac o les sancions econòmiques imposades als locals d’oci nocturn per consum de substàncies a l’interior, són enteses com elements que expressen aquest procés de criminalització del sector.

Una altra visió, que es contraposa a la que acabem d’explicar, parteix de l’assumpció que l’oci nocturn, pel fet de promoure congregacions multitudinàries de persones en una estat d’alteració col·lectiva requereix de l’increment de mesures de seguretat. En aquest sentit, la posició de les administracions davant d’aquesta situació no ajuda a millorar-ne el funcionament ja que “a la nit, als locals i als clubs hi ha molta gent, nosaltres moltes vegades hem discutit el tema de seguretat, no? que hi ha espais d’oci que estan cobrint xifres de camps de futbol, no? i l’administració a un camp de futbol fica tres-cents policies per a controlar un estadi de 10.000 persones, igual a un espai d’oci no n’hi ha ni deu. Hi és igual el perill.”⁴⁴

Finalment, un altre discurs que emergeix a l’hora de valorar l’estat actual de l’oci nocturn analitza i relaciona la transformació que ha patit la societat en els darrers anys amb la manera en què ha incidit sobre l’àmbit de l’oci nocturn. Com hem vist en l’apartat anterior, una de les formes de comprendre la idea de diversió considerava que divertir-se implica sociabilitat. Tanmateix, les condicions de vida actuals tendeixen a circumscriure la possibilitat de trobar-se amb altres persones al context del cap de setmana. Doncs bé, a l’hora de valorar l’estat de l’oci nocturn es recupera aquesta explicació de les condicions actuals de vida i es parla de l’**americanització** de l’oci nocturn⁴⁵. La concentració de l’oci nocturn a la franja dels caps de setmana

44 (13:91)

45 A aquesta conclusió també arriben Uiterman i Cohen quan analitzen l’estat actual de les polítiques de Reducció de Danys a Holanda. Veure al Marc Teòric “Advocant per la reducció de riscos” .

és considerada com una amenaça per al sector per diversos motius. Per un costat, perquè incrementa el risc econòmic, ja que l'activitat es desenvolupa en només dos dies, disminuint els beneficis totals. Per un altre costat, perquè en cas de no obtenir els beneficis necessaris durant un cap de setmana no es disposa, com sí passava en dècades anteriors, dels dies laborables per revertir aquesta situació. I finalment, perquè el fet de no disposar d'aquest marge d'actuació redueix la capacitat del sector d'assumir riscos a l'hora de programar la seva oferta, amb la qual cosa es tendeix a la seva homogeneïtzació: es programa allò que assegura benefici econòmic mentre que les propostes més 'arriscades' són cada cop més difícils d'assumir.

En aquesta primera presa de contacte amb les valoracions generals sobre l'oci nocturn han sobresortit ja alguns elements que anirem reprenent amb major detall. A continuació ens centrarem en les valoracions que es fan al voltant d'una de les temàtiques que ja han anat apareixent en les diverses explicacions: el consum de substàncies.

Valoració sobre el consum de substàncies en el context de l'oci nocturn

Respecte a la relació que es desplega entre oci nocturn i consum de substàncies, les persones promotores del sector expressen una valoració enormement recurrent al voltant d'aquesta relació emfasitza en l'**increment i generalització** del consum de substàncies. Segons aquest discurs, en els darrers anys hi ha hagut un augment exponencial de les persones que consumeixen

substàncies, convertint-lo en un aspecte que, inextricablement, forma part de l'oci nocturn. Igualment, es considera que s'ha incrementat el consum per persona.

"E: Penses que hi ha cap relació entre consum de drogues i oci nocturn?

P: Sí.

E: Quin tipus de relació?

P: [Sospir] Bueno, doncs, eh... quin tipus de relació? Pues el mateix que podria dir-te entre el cafè i el cigarro."(8:193-203)

En aquest sentit, es considera que el consum de substàncies és enormement contextual. El seu consum depèn de l'entorn en el qual ens situem i, en aquest sentit, l'oci nocturn ha emergit com a l'entorn propici per a fer-ho, a diferència d'altres contextos d'oci on aquesta relació està menys consolidada. Aquesta forma d'entendre la relació oci-substàncies fa èmfasi, per tant, en la dimensió contextual del consum, ja que "si te'n vas a la muntanya a fer una excursió no et ve tant de gust prendre't un porro o una ratlla"⁴⁶. Per tant, es considera que el consum de substàncies no depèn tant de la persona, atès que està cada cop més generalitzat, sinó de la **localització o contextualització** social d'aquesta persona. Seguint aquest mateix argument, dins del propi context de l'oci nocturn també es diversifica el tipus de consum. Així, es considera que determinats ambients o estils musicals estan més

46 (8:203)

fortament vinculats a una o altra substància. També s'anomena l'existència de diferents patrons de consum en funció de l'edat o dels grups socials.

Ara bé, per què aquesta vinculació tan forta entre oci i substàncies? Per a explicar els motius d'aquesta relació, en els relats sorgeix, novament, la temàtica de la sociabilitat lligada a l'oci nocturn. Així, es considera que les substàncies associades a l'oci nocturn, tant les legals com les il·legals, tenen en comú que afavoreixen la sociabilitat degut als seus efectes desinhibidors.

No obstant, l'aspecte clau d'aquesta relació i que provoca més preocupació entre el sector resideix en quins són els efectes i conseqüències que pot suposar per al sector de l'oci nocturn, ja que "jo crec que la droga està estesa en totes les capes de la societat i llavors en qualsevol tipus de local en pots trobar"⁴⁷. Si el consum de substàncies ha deixat de ser una qüestió marginal, s'ha estès i generalitzat i està fortament associat al context de la nit i la festa, llavors, aquest és un aspecte que afecta, en termes generals, al sector de l'oci nocturn. Com afrontar doncs la relació entre oci nocturn i consum de substàncies? Quines problemàtiques (sanitàries, legals) sorgeixen com a conseqüència del binomi oci-substàncies en els locals d'oci nocturn? Quin paper haurien d'assumir al respecte les persones promotores de l'oci nocturn? Quina relació hi ha entre les administracions i el sector de l'oci nocturn?

47 (14:207)

En els propers apartats anirem desgranant cadascuna d'aquestes qüestions. Per ara, i amb l'objectiu de presentar i contextualitzar sintèticament aquest dilema –que com veurem, està farcit de matisos– endinsem-nos en alguns dels punts principals del que ja podem anomenar **el dilema substàncies-oci nocturn**. Atès que, com hem dit, es considera que el consum de substàncies s'ha generalitzat i està a diferents grups socials, aquesta temàtica afecta a bona part del sector de l'oci nocturn, a les administracions i al conjunt de la societat. Tanmateix, a l'hora de valorar, per part de les persones entrevistades, com opera la relació entre els diferents agents socials implicats en aquesta temàtica sorgeix un altre element: el de l'**atribució de la responsabilitat** (social, jurídica, sanitària). És a dir, qui és el responsable d'aquesta situació? O en tot cas, qui se n'ha de fer càrrec? I més concretament, qui ha de respondre per les problemàtiques que es puguin despendre del consum de substàncies en els espais d'oci nocturn?

En aquest sentit, una de les formes en què s'ha relatat aquesta relació és a partir de la metàfora de la 'patata calenta', que es pot resumir en la idea que "si venim aquí i ho solucionem i apretem, això és com un globus, et sortirà per allà el bony [riu] llavors el problema es trasllada, no? Existeix, i és un problema que es va traslladant"⁴⁸. La manera d'afrontar aquesta situació, segons es relata a partir d'aquesta metàfora, es desplega a partir de la tensió entre espai públic i espai privat. Així, l'enduriment de les

48 (14:331)

lleis obliga els responsables de l'oci nocturn a extremar les mesures de vigilància i control per tal d'evitar el consum a l'interior dels seus locals, desplaçant-lo cap a l'exterior, cap a l'espai públic on s'efectua la compra-venda de substàncies i el consum de les mateixes per després tornar als locals d'oci nocturn. Així s'aconsegueix, alhora, traslladar la responsabilitat a les administracions públiques. La conseqüència pràctica d'aquesta fórmula és que no es resol i/o afronta aquest tema sinó que es traspasa l'atribució de la responsabilitat.

Com hem dit, aquest dilema, que acabem d'enunciar de forma sintètica i general, adopta una estructura calidoscòpica i reapareix quan s'aborden temes com, per exemple, la relació entre les institucions i el sector de l'oci nocturn o la valoració que fan les persones entrevistades respecte a l'estat de l'oci nocturn en els seus respectius entorns propers. Per tant, s'anirà reprenent en els apartats successius. Vegem, a continuació, les valoracions que sorgeixen quan ens referim als entorns propers o locals.

Valoració del consum de substàncies específica o local de l'oci nocturn

Ens centrarem, ara, en conèixer quina és la visió de les persones entrevistades al voltant del consum de substàncies en l'oci nocturn dels seus entorns més propers o locals. Veurem, per tant, què expliquen a partir dels coneixements i experiències adquirides en la gestió dels locals que estan al seu càrrec. En aquest sentit, explorarem com es relacionen i particularitzen les

valoracions realitzades respecte a l'estat general de l'oci nocturn en els seus propis espais d'oci.

Un dels relats que emergeix al voltant d'aquesta temàtica fa èmfasi en les diverses especificitats que es desenvolupen en els seus respectius locals per tal d'aconseguir **evitar el consum de substàncies a dins** dels mateixos. Les explicacions que es fan servir per argumentar-ho són múltiples.

Així, en alguns casos es fa referència al **tipus de públic** que freqüenta el seu local que, en alguns casos, i a diferència del que assisteix a altres locals d'oci nocturn, no acostuma a consumir substàncies. Així, per exemple, elements com el perfil propi dels clients –per exemple, el fet que el perfil de les persones que acostumen a anar-hi respongui a una franja d'edat situada entre els vint-i-cinc i els trenta-cinc anys– o bé el tipus de música ambiental, són alguns dels elements que promouen, segons aquests relats, que el tipus de públic que hi assisteix sigui majoritàriament no consumidor.

En altres casos s'apel·la a les mesures que es prenen des del propi local per evitar-ne el consum a l'interior. Més endavant aprofundirem en quines són aquestes mesures. Per ara, remarcar que segons aquesta explicació sí que hi ha consum de substàncies, tot i que aquest es dona fora dels seus locals d'oci nocturn. La cita que reproduïm a continuació il·lustra aquesta idea i desenvolupa la tensió espai públic/espai privat que hem presentat en l'apartat anterior:

"P: Se'n van al cotxe se'n van on vulguin i tornen. I a més ho veus perquè... és que els hi veus els ulls i ja veus que ja van contents, no?

E: I, en aquestes situacions, passar res?

P: No, no, no.

E: Vale, no és problemàtic tampoc.

P: No, home van més acceleradets, van més... però no, normalment no és un local conflictiu, aquest. En aquest sentit ho tenim bastant bé."(8:75)

Com veiem, allò que es considera problemàtic no és el consum en si mateix sinó el fet que aquest es pugui produir a l'interior del local. Recordem que segons la metàfora de **la patata calenta** aquesta lògica desplaça el tema del consum de substàncies d'un espai a un altre sense afrontar-lo de forma efectiva. Fins i tot, segons alguns relats es considera que el consum de substàncies generadores d'estats d'eufòria col·lectiva, ja siguin il·legals o bé legals –com l'alcohol–, afavoreixen la creació d'un ambient festiu apropiat.

"P: Fa una setmana o així va ser final de mes i... hòstia! es notava que a les barres es treballava molt poc, la gent bevia molt poc. Collons! Allò semblava un enterro, no? [riu] m'entens? Faltava la...

E: Faltava la salsa.

P: Faltava la xispa, clar! [riu] És que si no hi ha xispa, és lo que et dic jo, no? Fes, tu fes una gran cena fin de año, pels teus pares, pels meus i no sé què, i dius «bueno,

pero no beber alcohol ¿eh? Y después, eso sí, un gran baile ¿eh?»"(16:264-268)

Com veiem, algunes visions de la relació oci/consum no s'ajusten a la idea que el consum de substàncies és un problema en si mateix i que la solució ha de ser, necessàriament, eradicar-lo, sinó que a mesura que anem coneixent les valoracions realitzades al voltant d'aquesta temàtica es van afegint nous aspectes que matisen aquesta idea, la complexifiquen o la discuteixen.

Vegem, per tant, quines són les valoracions sobre les problemàtiques en els locals d'oci nocturn vinculades al consum de substàncies, tant pel que fa al fet que s'hagin consumit a l'interior del local, com pel fet que les persones assistents n'estiguin sota els seus efectes.

Problemàtiques vinculades a l'oci nocturn

En plantejar a les persones entrevistades el tema de quines són les problemàtiques vinculades a la relació oci nocturn / consum de substàncies, emergeixen una gran variabilitat de comprensions referides a aspectes tant diversos com els socio-sanitaris, els de seguretat o els legals.

Un conjunt de problemàtiques expressades són doncs les referides als efectes **sanitaris** que es poden desprendre del consum de substàncies. Dins d'aquest àmbit s'anomenen els efectes sobre la salut a llarg termini com poden ser l'addicció o altres efectes sobre l'organisme. També es parla de la relació sexe i 'drogues', en tant que aquestes poden funcionar com a

desinhibidores sexuals, induint a les persones a mantenir relacions sexuals sense protecció. I per últim, es menciona el problema dels accidents de trànsit vinculats al consum de substàncies.

Malgrat tot, els problemes socio-sanitaris que generen més preocupació són aquells que poden sorgir **de manera immediata i a dins del local**. En aquest sentit, es considera que "la por més gran és que a algú li passi algo a la sala, això és el pitjor que et pot passar, no?"⁴⁹ Alguns dels exemples que es donen: "Doncs poden ser des d'un coma etílic, pots tenir un coma d'aquests de l'èxtasi líquid"⁵⁰, o bé "una noia que li havien donat algo, una noia que no havia pres mai res i li havien posat amb la beguda. Estava com amb ansietat, espantada...la noia estava conscient i tot, només estava espantada i se la van endur"⁵¹, o bé les lipotímies o pèrdues de coneixement. Ja veurem més endavant quines són les actuacions tant de tipus reactiu com de tipus preventiu que es duen a terme per fer front aquestes problemàtiques derivades del consum.

Un segon conjunt de problemàtiques són les relacionades amb la **seguretat** a l'interior del local. En aquest cas s'expressa la preocupació per la relació entre consum de substàncies tant legals com il·legals i les conductes violentes o agressives.

"P: Cuanto más pasada va la gente, más problemas tenemos en nuestro funcionamiento.

49 (10:159)
50 (18:59)
51 (18:75)

E: ¿Por qué?

P: Orden público. Hay gente que tomar drogas les ocasiona violencia, les da agresividad.

E: Ajá, ¿Eso lo notan los...?

P: Sí.

E: ¿Y el alcohol...?

P: ... el alcohol igual, el alcohol igual, también igual, son dos factores que los usos irresponsables pues llevan a esto."(12: 127-139)

Un altre aspecte que es recalca, en referència a les problemàtiques que sorgeixen dins l'àmbit de la seguretat incideix en els conflictes que ocasionen determinades **conjuntures legals**. Tornarem a desenvolupar aquest tema en els apartats dedicats a les relacions del sector de l'oci amb les institucions i a les valoracions de les polítiques públiques. Per ara, únicament, enunciaré algunes de les problemàtiques relacionades en les entrevistes.

Dins d'aquest conjunt, emergeixen les problemàtiques **vinculades a llei antitabac**. La prohibició de fumar en els locals d'oci genera l'efecte contraproductiu d'acumular moltes persones, que surten a fumar, en les portes dels locals. Aquesta situació és vista com un problema ja que, per un costat, incrementa els moviments d'entrada i sortida dels locals, alentint la funció de filtre que té l'entrada.

Per un altre banda, aquesta acumulació de persones a l'exterior pot provocar problemes amb els veïns per les molèsties que els

pot ocasionar que es faci més soroll. Així, es considera que si bé la nova legislació persegueix millorar la qualitat de vida de les persones i el civisme, en termes pràctics pot estar afavorint, paradoxalment, conductes incíviques.

Finalment aquesta llei obliga a extreure la vigilància dins dels locals per evitar que les persones fumin, fet que provoca situacions d'enfrontament amb aquelles i aquells clients que es neguen a assumir-la i el personal de seguretat.

De manera similar, emergeixen les problemàtiques vinculades a la **lleï d'horaris** de tancament dels locals d'oci nocturn.

“Si tanques a les cinc està clar que tanques amb la discoteca plena i que tens un piló de gent al carrer, per tant aquesta gent estan al carrer i ells no s'aniran a dormir, saps? a les cinc.” (15:554)

Segons veiem en els relats, igual que en el cas anterior, aquesta normativa, en provocar una sortida massiva, agreujada pel fet que es dona en un estat d'eufòria col·lectiva, genera l'efecte contraproductiu d'incrementar les molèsties al veïnat així com els aldarulls a la via pública, mentre que la flexibilització dels horaris de tancament podria afavorir una sortida més esglaonada i per tant menys problemàtica.

El tercer grup de problemàtiques expressades per les persones entrevistades el conformen aquelles que es refereixen estrictament a la **legalitat vigent**. En efecte, alguns relats sobre les problemàtiques vinculades a l'oci nocturn destaquen, per sobre d'altres, el de la legislació vigent aplicada al sector.

“E:Quin és el risc que tenen a dins respecte del consum?”

P: Home el que tenen a dins és que un dia els hi facin un escorcoll i els hi tanquin el local. O una sanció important, això és evident.” (14:139-141)

Segons aquests relats, la problemàtica més destacable de la relació entre oci nocturn i consum de substàncies és l'**enduriment de la legislació**. Com hem anat veient, aquest tema ja ha aparegut en apartats anteriors en els que hem explicat que una manera de valorar l'estat actual de l'oci nocturn era en termes d'estigmatització i criminalització del sector.

De manera similar, es considera que tenint en compte la legislació vigent, la possibilitat que davant d'un escorcoll policial es rebi una sanció econòmica o fins i tot el tancament cautelar del local és molt alta. Els arguments que s'esgrimeixen són, per una banda, la reglamentació i normativització vigent. Mantenir un local que les acompleixi 'fil per randa' resulta tant costós que és altament probable que un escorcoll policial es resolgui fàcilment amb algun tipus de sanció.

Per una altra banda, i recuperant la idea que el consum de substàncies està cada cop més estès i generalitzat, es considera que per molts esforços que es facin és materialment impossible assegurar que ni una sola persona de les que hi ha al local està consumint o duu substàncies a sobre. Recordem que la legislació vigent permet sancionar un local per tinença de substàncies il·legals d'alguna persona que sigui a dins.

Com veurem en el proper apartat, aquesta problemàtica de tipus legal genera molta preocupació dins del sector i adquireix una enorme rellevància, motiu pel qual orienta bona part de les

actuacions empreses pels locals d'oci nocturn en relació amb el consum de substàncies. A més, com veurem més endavant, el fet que aquest tema passi a un primer pla en l'agenda del sector podria estar relegant a un segon terme la preocupació per les problemàtiques d'ordre sanitari.

Actuacions preventives de control i vigilància

Atès que, com hem vist, una de les problemàtiques que genera més preocupacions i que adquireix més rellevància en el sector de l'oci nocturn són les conseqüències legals (sancions o tancaments cautelars) del consum de substàncies a dins dels locals, a continuació revisarem quines són les actuacions empreses des dels locals encaminades a evitar-hi la presència de substàncies.

En les diferents explicacions al voltant de quines estratègies es duen a terme per evitar possibles sancions amb motiu del consum de substàncies a l'interior dels locals, emergeix de manera recurrent la idea de la **porta d'entrada com a filtre**. D'aquesta manera l'entrada al local és considerada un dels punts 'calents' del mateix, ja que és llegida com la primera frontera per evitar l'accés de substàncies al local.

Així, ens expliquen que l'origen de la figura del porter de discoteca es generalitza en el nostre context a mitjans dels anys vuitanta amb l'objectiu de controlar i evitar l'entrada dels petits venedors de substàncies habituals dins del local. Amb el temps, aquesta figura es va transformant fins que actualment assoleix la funció de filtrar quines persones entraran al local segons els

'perfils' de client que es vol que hi accedeixin o els 'perfils' que es pretenen evitar.

“És el punt de conflicte, és la porta, aquí és un local molt obert, aquí hi entra tothom, i les úniques persones que no entren són les que transmeten que psicològicament són perilloses... és bastant complicat això, però...”
(13:103)

Com veiem la funció d'aquest filtre és el **control**. La decisió sobre quins són els perfils acceptats o no pel local depèn dels responsables dels locals i és variable. En alguns casos es parla de persones perilloses o conflictives i que són conegudes pels porters del local. En altres es decideix que el perfil que es busca és el de persones majors de vint-i-cinc anys i per tant es nega l'entrada a aquelles persones que són massa joves i que, com hem vist, algunes comprensions associen de forma directa a la noció de risc. En d'altres casos el criteri emprat és el de negar l'entrada a aquelles persones que mostren signes d'haver consumit substàncies.

Una altra estratègia emprada és la **vigilància** a l'interior del local. Aquesta estratègia es complementa amb l'anterior i també és assumida pels porters. Es tracta, fonamentalment, de vigilar l'accés als lavabos per impedir que hi entri més d'una persona. Igualment es vigila la resta del local amb l'objectiu de detectar persones que estiguin venent substàncies i es vigila aquelles persones que poden estar entrant i sortint del local amb molta freqüència, pràctica habitual dels 'camells', que guarden les substàncies a l'exterior.

En definitiva, "l'empresari què fa? És habilitar treballadors que ell ja té donats d'alta, especialitzar-los a la porta i convertir-los en porters i controladors d'accés [...] són treballadors propis i fan diferents funcions. Poden estar a la barra, poden estar a dintre, poden estar a la porta..."⁵²

Quan es detecta alguna persona que està consumint o venent substàncies al local se l'expulsa. En altres casos però, es prefereix advertir a la persona que no pot fer-ho a dins i se li demana que se'n vagi a fora a consumir. Es tracta, en poques paraules, "que [la gent] no consumeixi a dins, no que no consumeixi, que no consumeixi a dins. I per això posem unes certes facilitats d'entrada i sortida àgil."⁵³

En resum, les estratègies relacionades consisteixen en **control, vigilància i expulsió** del local de les persones que consumeixen substàncies. Novament, sorgeix la idea que el tema del consum de substàncies es resol a partir de l'expulsió d'aquest problema legal fora dels espais d'oci, desplaçant-lo a l'espai públic.

Actuacions pal·liatives: emergències i primers auxilis

Tot i la preponderància que adquireix la política d'exclusió del consum de substàncies dels locals, també es relaten altres actuacions encaminades a pal·liar els efectes sanitaris que pot tenir el consum de substàncies tant legals com il·legals en persones que siguin dins del local.

52 (14:125)

53 (15:169)

De fet, segons algunes explicacions, evitar que entrin substàncies no impedeix que els efectes del seu consum apareguin a dins dels locals, donat que el consum ja s'ha fet a l'exterior. És per aquest motiu que un altre grup d'actuacions relacionades fa referència a totes aquelles que es duen a terme amb l'objectiu de fer front a aquestes contingències. Dins d'aquest grup d'actuacions s'anomenen la formació del personal dels locals d'oci en primers auxilis i urgències sanitàries.

"Nosaltres tenim una persona de seguretat que és infermer, dues que tenen cursos de primers auxilis, llavors sempre els atenen aquests, però immediatament es truca també a l'ambulància [...] el retirem en un espai que no és la discoteca, és un espai allà i, en allà la sala tècnica, hi ha un botiquí i hi ha fins i tot una història d'aquestes de reanimació." (15:309)

En relació a la formació del personal es fa referència a la normativa vigent que ha incorporat, a la formació obligatòria necessària per obtenir el permís de controlador d'accés, nocions de primers auxilis.

Aquesta formació obligatòria és valorada positivament ja que "aprens coses que després són molt pràctiques, no? Ara tots els de seguretat porten uns guants de plàstic i jo què sé, una sèrie de mesures que abans no feies i després són bastant... són molt pràctiques"⁵⁴. Es considera que l'adquisició d'aquests coneixements, habilitats i competències permet desenvolupar més funcions als porters del

54 (13:304)

local, incorporant a les necessitats de control i vigilància tradicionals aspectes relacionats amb l'àmbit sanitari que fins llavors no estaven coberts. Es valora positivament que puguin rebre formació en primers auxilis en general i, més enllà, al voltant dels efectes concrets de les substàncies sobre l'organisme. En aquest sentit, es valoraria positivament rebre formació per saber identificar determinats símptomes vinculats al consum de noves i velles substàncies puguin estar arribant als seus contextos.

Es relaten, també, altres iniciatives encaminades a formar el personal de l'oci nocturn (cambrers, controladors d'accessos) assumides des del propi sector i de manera voluntària, com cursos de consum responsable d'alcohol centrats en la prevenció de comes etílics i en el tracte amb els clients que mostren evidències d'haver consumit en excés.

Les actuacions de primers auxilis que duu a terme el personal dels locals es concentra, per tant, en donar resposta immediata davant d'una situació d'urgència sanitària. Tanmateix, quan hi "ha hagut gent que no tornava en si, es trucava a l'ambulància i se'ls emportaven"⁵⁵. Així, sembla que allò preferible és recorre als serveis d'urgència (ambulància i/o mossos d'esquadra) només quan totes les mesures pal·liatives i preventives no aconseguen resoldre les problemàtiques.

55 (10:159)

Relacions entre el sector de l'oci nocturn i els agents institucionals

Com hem anat veient, en la valoració de l'estat de l'oci nocturn actual hi conflueixen una heterogeneïtat d'agents, no tots humans, que dibuixen un calidoscopi conformat per usuaris i usuàries de l'oci, controladors d'accessos, les nocions sobre diversió o les substàncies, entre d'altres. Vegem ara quines són les valoracions al voltant d'un dels agents implicats en aquest entramat: els agents institucionals i les polítiques públiques.

Per entendre algunes de les concepcions que sorgeixen al voltant de la relació entre el sector de l'oci i les administracions val la pena recordar la percepció de les persones promotores entrevistades que, com hem vist, consideren que el sector està estigmatitzat i criminalitzat.

En aquest sentit, una de les valoracions que apareixen quan es parla de les relacions amb les administracions afirma que són pràcticament **inexistents**. Segons aquesta valoració tan sols hi ha contacte amb els agents institucionals quan s'efectua una inspecció o escorcoll policial al local, o bé quan se'ls ha aplicat alguna sanció administrativa.

També es parla en altres relats de contactes esporàdics amb les administracions locals per resoldre determinades contingències en què les forces de l'ordre sol·liciten la col·laboració dels responsables dels locals. Tanmateix, aquests contactes es valoren com a insuficients, tant perquè s'han donat per temes molt concrets i puntuals, com pel fet que l'interlocutor ha estat l'administració local i no pas l'autonòmica.

“Què vol dir col·laborar amb tu? Doncs que em facis de xivato. Que em diguis quins són els camells, si els coneixes. Si coneixes els que entren en el teu local. Es redueix bàsicament a això la relació entre empresari i policia.” (14:264)

Aquesta primera valoració es connecta amb una de les problemàtiques vistes anteriorment i que generen major preocupació entre el sector: l'enduriment de la legislació sobre el sector sumada a la constatació que el consum de substàncies s'ha estès i generalitzat. La cita que reproduïm a continuació il·lustra aquesta idea.

“Si tu fas una redada en qualsevol tipus de local, i la fas exactament amb la mateixa metodologia, un cop la gent hagi desallotjat al local, a terra hi trobaràs més o menys droga. Més d'una, menys de l'altre. Una certa proporció, però n'hi trobaràs. Llavors, qualsevol quantitat de droga, qualsevol quantitat de droga serveix a l'autoritat competent per tancar cautelarment aquell local [...] si es decideix fer una redada a tots els locals de la nostra ciutat, jo crec que el dilluns els haurien de tancar tots, perquè en trobaran a tot arreu!” (14:207)

L'impacte econòmic d'un tancament cautelar superior a dos mesos pot suposar, segons aquest relat, la mort comercial del local. Per tant, segons aquesta valoració, la relació amb les administracions és gairebé **nul·la i per tant insuficient**. Aquesta situació s'explica pel fet que l'oci nocturn ha patit un procés de **criminalització** que s'expressa en una **normativa molt estricta**.

Una de les explicacions que sorgeix a l'hora de justificar aquesta situació remet als efectes pràctics que han suposat algunes de les lleis recentment aprovades. Especialment, com hem vist, la referent al consum i/o tinença de substàncies il·legals dins dels locals. En aquest sentit, es comenta que la conseqüència que les institucions 'deleguin' en els promotors la responsabilitat per controlar el consum de substàncies il·legals en el seu local –tot i que legalment no es contempli que aquesta hagi de ser la seva funció– fa que amb l'aparició de substàncies com les pastilles, de fàcil administració a diferència d'altres que requereixen d'una 'preparació' prèvia, aquesta tasca de control sigui encara més difícil.

“Però és que la llei és tan, és tan... vas a mirar i si hi ha una persona, una persona del teu local que té droga o consumeix droga i vénen a fer una inspecció i l'enganxen, a tu et cau el pèl també, eh? I tu dius: «bueno, escolti'm, jo tinc que anar revisant a tothom que entri aquí com si fos una policia?»” (8:373)

De manera anàloga, es considera, com hem vist en l'apartat de problemàtiques, que la llei antitabac o la limitació horària generen efectes contraproductius. Recordem que es parlava dels problemes que ocasionen aquestes normatives en termes de seguretat (veure problemàtiques). En resum, des d'aquest relat es considera que les recents normatives aplicades al sector de l'oci han provocat un procés de **policialització del sector**.

Segons aquesta visió, la tendència administrativa a considerar l'oci nocturn com un 'problema' i a responsabilitzar i sancionar cada cop més el sector de l'oci ha obligat a incrementar els

dispositius de control i vigilància dins dels locals. És a dir, ha traslladat a un primer pla en l'agenda del sector la preocupació per incrementar els sistemes de seguretat. De tal manera que les relacions amb les institucions es redueixen a aspectes relatius a les normatives i sancions associades a l'incompliment de les mateixes.

"P1: Fa menys d'un any vam tenir una situació on sovint passaven coses per aquí fora, vam demanar a la policia que actués i la policia ens va dir que com el problema venia de dins lo que anaven a fer és actuar a tot arreu.

E: A tot arreu què volia dir?

P1: Volia dir que entrarien al nostre local." (15:205-209)

Per part dels responsables del sector de l'oci nocturn, aquesta situació és llegida en termes referents a què l'administració prefereix perseguir el consumidor i criminalitzar el sector, més que no pas actuar directament contra els traficants. S'entén que hi ha una doble moral derivada de les limitacions amb què es troben les forces del ordre per actuar contra les xarxes de distribució il·legal, enfront les actuacions contra els consumidors i els locals, més senzilles d'executar i efectives de cara a l'opinió pública.

Un altre efecte negatiu que s'anomena respecte al procés de policialització del sector remet al fet que, mentre l'oci nocturn ha estat tradicionalment considerat com un espai en què s'erosionen les normes socials que ens regulen, l'increment del control social d'aquest sector provoca que perdi la seva funció social de ser el principal context de desinhibició i desregulació social.

"La pressió que hi ha entre setmanes s'està traslladant, entre cometes, al cap de setmana, «vaig a aquell local i no puc fumar, no puc beure» [...] cada vegada hi ha una mica més de pressió en aquest sentit." (11:23)

Una altra forma de valorar la relació amb les administracions i que suposa una matisació respecte l'anterior afirma que són **ambivalents**. Aquesta comprensió de les relacions amb les institucions considera que les administracions juguen un doble paper.

Mentre es valora positivament les ocasions en què s'estableixen iniciatives de col·laboració o vies de comunicació amb les administracions per avaluar i resoldre conjuntament diverses temàtiques vinculades a l'oci, es valora negativament, com en la comprensió anterior, l'enduriment de la legislació i l'increment exponencial dels controls i sancions.

Des d'aquesta visió, l'administració adquireix un doble vessant contradictori segons el qual, mentre és considerada com un ens amb qui potencialment seria desitjable col·laborar, simultàniament, és vista com a potencialment sancionadora i, per tant, com una amenaça. La conseqüència d'aquesta dualitat s'explica en la cita que reproduïm a continuació, en què la persona entrevistada parla del consum de substàncies il·legals:

"Per a mi... reunions igual estaria be, però sempre l'administració dóna por perquè d'alguna manera no saps que passarà [...] Bueno, d'alguna manera, dir-li a l'administració que aquestes coses estan passant a la teva sala és com... Bueno, no m'ho crec que no hi hagi cap sala que no li ocorregui això..." (10:131)

Finalment, una tercera concepció de la relació amb l'administració considera que aquesta és **correcta**. Segons aquest relat, es col·labora amb l'administració, sobretot amb el departament de salut i les campanyes que ha anat engegant periòdicament. En aquests casos, no es dóna rellevància a l'emergència de conflictes de tipus legal i s'aprecia una bona entesa que permet dur a terme actuacions específiques per a l'aplicació de polítiques i intervencions preventives en l'àmbit de salut.

Cal dir que aquests relats apareixen vinculats concretament a la relació que alguns promotors estableixen directament amb l'administració local del seu municipi, i que en deixa al marge altres institucions administratives d'ordres territorials majors.

Valoració de les polítiques públiques

Acabem de conèixer quines són les visions i els relats al voltant de les relacions del sector de l'oci amb les institucions. En estreta relació amb aquesta qüestió, vegem ara quines valoracions emergeixen quan ens referim a les polítiques públiques. En els apartats precedents ja hem anat veient de manera tangencial les valoracions que es fan al voltant d'algunes de les polítiques públiques orientades a l'oci nocturn.

Recordem, sintèticament, que alguns relats consideren que les lleis que regulen l'oci nocturn són exageradament **coercitives**, fet que provoca efectes contraproductius i paradoxals, com ja hem vist en el cas de la llei antitabac, la d'horaris de tancament o les referents al consum de substàncies il·legals en els locals

d'oci nocturn. Un altre exemple similar remet a la llei de discoteques que permet l'entrada de persones de setze anys, fet que provoca la paradoxa d'aglutinar en un mateix espai persones que no poden beure ni fumar, amb persones majors d'edat que sí poden fer-ho.

Ara bé, com es valora la planificació de polítiques públiques del sector? En la seva valoració, en primer lloc, es comparen les lleis que regulen les activitats del sector en el context de Catalunya, amb les d'altres autonomies de la resta de l'estat, com la comunitat valenciana o la de Madrid o bé amb les d'altres estats europeus com França o Alemanya.

Es considera que el fet que les lleis vigents en el nostre context siguin més estrictes respon a planificacions de polítiques públiques rígides i sense capacitat per adaptar-se a les contingències del context en què s'apliquen. Els arguments que s'esgrimeixen remetent, novament, a la idea que, especialment en el context de Catalunya, l'oci està institucionalment criminalitzat, és vist com un problema i per tant es busca reprimir-lo.

“És el primer cop després de 20 anys i 25 anys que es comença a tocar aquest tema, fins ara ningú no s'ha preocupat perquè hi havia altres necessitats que s'entenen com a prioritàries, i bueno, hi han altres llocs on sí que hi han polítiques d'oci, no?” (15:404)

En aquest sentit, es considera que el fet que el sector de l'oci en el context de Catalunya depengui administrativament del Departament d'Interior⁵⁶ indica una tendència criminalitzadora que s'expressa tant en les actuacions com en les polítiques públiques al voltant del sector de l'oci.

“És així, eh? llei de policia i espectacles, i a França per exemple, la llicència te la tramita el departament de cultura, saps? parlo d'aquesta disparitat de criteris. Això és una qüestió de voluntat política, de voluntat política.”
(13:384)

La conclusió a la que s'arriba, un cop analitzada la conjuntura política en la que es troba immers el sector de l'oci és que ens trobem davant una **absència de polítiques de planificació d'oci**.

“No hi ha polítiques d'oci, no hi ha el departament d'oci enlloc, saps?” (15:387)

Així, es considera que s'estan desplegant dispositius per controlar i sancionar les activitats d'oci nocturn, és a dir d'iniciatives de penalització d'algunes activitats vinculades a l'oci. Podríem dir que la lògica que s'imposa és reactiva. S'abandona l'oci a la iniciativa privada per després regular la gestió que se'n fa des

⁵⁶ A dia d'avui, la gestió de l'oci és dirigida, a Catalunya, des de la Direcció General del Joc i d'Espectacles, òrgan ubicat al Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació de la Generalitat de Catalunya. Les seves funcions vénen definides públicament de la següent manera: “La Direcció General del Joc i Espectacles concedeix o denega les autoritzacions necessàries per a la gestió i explotació dels jocs, les apostes, la realització d'espectacles i activitats recreatives; i en tramita els expedients sancionadors i els recursos corresponents.”
Veure a: <http://www.gencat.net/interior/organismes/dgje/index.htm>

d'aquí, i no abordar així la qüestió amb una planificació global i més àmplia. Tanmateix, en cap cas es duen a terme estratègies actives de promoció i/o planificació de l'oci.

Si pensem, per exemple, en el teatre, el qual està administrativament considerat com una activitat cultural, ens adonem que en termes estrictament comercials és deficitari però rep subvencions en funció de determinats criteris de qualitat que en garanteixen la seva continuïtat.

Així mateix, les activitats esportives reben un tractament similar i es fomenta la seva pràctica tot dotant d'infraestructures a la ciutadania perquè pugui desenvolupar-la. En canvi, l'oci nocturn, independentment de la qualitat del producte que ofereix, es relega a la iniciativa privada i a les lleis del mercat i es considerat un problema de seguretat que es reglamenta com a tal.

Segons alguns relats és important iniciar una tasca de '**conscienciació**' de les administracions amb l'objectiu que l'oci nocturn pugui ser considerat també com a cultura seguint determinats criteris de qualitat (musical, del tipus d'oferta que es promou, etc.)

Es considera que, a l'hora de dissenyar polítiques públiques, no es tracen canals de comunicació per tal d'**incorporar la veu** i l'opinió dels agents propers al fenomen (promotors, treballadors i treballadores i usuaris i usuàries de l'oci nocturn). En aquest sentit, s'apunta la idea que hi ha una manca de coneixement, per part de l'administració, sobre quines són les problemàtiques, dilemes i/o propostes formulades pels agents implicats en l'oci nocturn.

“Jo crec que lo que s’hauria de fer és escoltar a la gent que està a la nit, m’entens?” (16:106)

“totes aquestes polítiques, totes aquestes decisions es prenen totalment d’esquenes al sector.” (15:558)

Escoltem, per tant, quines són les demandes i reivindicacions que s’efectuen des del sector. En primer lloc, s’expressa genèricament la necessitat que cal implementar **polítiques de planificació de l’oci** coneixedores de les problemàtiques reals que afronten quotidianament els diferents actrius i actors que es troben propers al fenomen.

“Genera facilitats, implica que la gent es nulli, si jo ara tinc que invertir no sé quants milions en un local, no sé quants milions en seguretat, no tinc més diners per a fer res més tio. Si a més estic acollonit, no faig res més perquè tinc una visió de futur mínima, no? Perquè potser demà véns i em tanques perquè et surt dels collons, no? Si em dónes facilitat i em dónes tranquil·litat, la gent o l’empresa ja donarà dos passos endavant, o cinc, ja generarien coses, i a més, molt més receptiu. Això genera diners, o sigui estàs a dins del mercat.” (13:376)

Els promotors entrevistats expliquen que, en primer lloc, **la normativa vigent no s’ha actualitzat** i que està força desfasada respecte a les necessitats del context sociohistòric en què es troba el sector i ajustar la reglamentació en funció de les recents transformacions socials que han incidit de forma decisiva en la forma de concebre socialment l’oci i el temps de lleure.

“P: Saps que no hi ha una llicència per un lloc on puguis fer concerts i sigui discoteca?”

E: No?

P1: No. Hi ha llicència per fer concerts, hi ha llicència «discoteques», hi ha llicència «sala d’espectacles», però unes incompatibilitzen les altres.

E: Per què?

P1: Si ets de fer concert no pots fer discoteca, si ets sala d’espectacles no pots ficar música enllaunada, si... saps? El concepte d’espai cultural o no sé què, on puguis fer concerts, discoteca, no sé què, no existeix.” (15:522-534).

En segon lloc, es parla de la necessitat que aquest reajustament requereix d’una planificació de l’oci que integri les competències dels departaments governamentals involucrats de maneres diverses amb el sector de l’oci: Interior, però també Salut, a més de Joventut, Educació i Cultura.

Es considera que el sector està desproveït d’una necessària planificació integral que es desenvolupi a partir d’una **coordinació interdepartamental**. En aquest sentit, es comenta que la planificació de l’oci podria orientar-se cap a aspectes com el desenvolupament comunitari i l’enfortiment de les xarxes socials.

“L’administració armada, que és la policia, que depèn de l’administració pública [...] tot lo que siguin aspectes socials, o aspectes de prevenció, en certa manera considero que els hi rellisca una mica, no?” (14:264)

“L’oci estava en l’apartat de seguretat, no es parlava ni de joventut, ni d’educació, ni de cultura que és on ha d’estar l’oci, joventut, educació i cultura. Aquí no hi havia

res que posés oci, no hi havia cap política, cap pla, cap acció, absolutament res, no?" (15:411)

Finalment, es denuncia la **manca de sistemes formals d'interlocució** entre les administracions i el sector de l'oci. La cita que reproduïm fa referència a la relació i col·laboracions que hi ha hagut amb el Departament de Salut.

"Éste es el camino, estamos andando muy bien, todos los técnicos y toda esta historia. Y lo único pues... pues que hay que trabajar de la mano." (12:361)

Com veiem, hi ha unanimitat en considerar que és necessari **establir canals d'interlocució** entre el sector i les administracions. Amb aquest objectiu com a rerafons, en els darrers anys han sorgit en el sector de l'oci diverses iniciatives col·lectives que han agrupat diferents locals d'oci nocturn al voltant d'associacions, gremis, etc. A continuació repassarem algunes d'aquestes iniciatives, quins són els seus objectius i quines consideracions ètiques comporten.

Iniciatives col·lectives del sector de l'oci nocturn

Com hem vist, hi ha un ampli consens dins del sector al voltant del fet que cal establir vies d'interlocució amb l'administració. Aquesta situació ha provocat l'emergència d'iniciatives que aglutinen diversos locals que treballen conjuntament per a defensar els seus interessos. Segons alguns relats, el fet que els locals d'oci s'estiguin unint per a defensar interessos comuns del sector és una novetat atès que, tradicionalment, cadascú s'ha preocupat per si mateix sense fixar-se gaire en el seu voltant.

Tanmateix, existeixen força diferències entre cadascuna d'elles. La primera diferència té a veure amb l'abast de les iniciatives.

En primer lloc, trobem un conjunt d'**iniciatives d'abast local** que tenen en comú el fet que reuneixen grups reduïts de locals d'oci d'una mateixa àrea geogràfica i que busquen erigir-se en interlocutors col·lectius del gremi davant les administracions locals com poden ser els seus respectius ajuntaments. Aquestes iniciatives, segons expliquen, pretenen donar resposta a les contingències específiques dels seus entorns propers i acostumen a incorporar negocis vinculats a diferents àmbits de l'oci, i no tan sols l'oci nocturn.

Per una altra banda, els relats remetent a altres **iniciatives d'abast autonòmic**, que busquen incorporar locals d'oci nocturn de tot el territori català. L'objectiu és constituir-se com a interlocutors específics del sector de l'oci nocturn a nivell autonòmic. Es diferencien de les iniciatives de caràcter local no únicament pel seu abast territorial, sinó també perquè s'especialitzen en el sector de l'oci nocturn, que té necessitats específiques que no comparteix amb la resta de locals d'oci com els bars i restaurants.

Dins d'aquest segon grup, alguns relats aposten per la creació d'una **federació** que uneixi tots els locals del territori català incloent-hi, per tant, les diferents associacions d'abast local que acabem de comentar. L'objectiu és preservar els interessos empresarials del sector, aportar assessorament legal a les persones promotores d'oci, informar de les darreres normatives que afecten al sector, estar en contacte directe amb la Direcció

General dels Jocs i d'Espectacles i representar el sector amb força negociadora davant l'administració.

“Básicamente lo que hace es representar el sector institucionalmente y corporativamente, ¿no?”(12:39)

Des d'altres relats es considera que el principi fonamental que ha de guiar la creació d'iniciatives col·lectives de locals d'oci nocturn d'abast autonòmic és el fet de compartir entre les persones promotores d'oci determinada **ètica o forma d'entendre l'oci nocturn**.

Així, mentre “en general interessa més el negoci que l'oci”⁵⁷, per a algunes persones promotores de l'oci nocturn hi ha altres aspectes que també cal contemplar a l'hora de portar el negoci, com poden ser els criteris de qualitat del servei que s'ofereix, el tracte amb els clients –comunicatiu i proper– o la preocupació per la salut pública, entre d'altres. Per tant, es considera important de cara a iniciar contactes amb l'administració, que hi hagi determinats criteris ètics o formes d'entendre l'oci nocturn compartits per les persones promotores d'oci que es volen unir.

Els motius que s'esgrimeixen per prendre aquestes consideracions ètiques com a principi a partir del qual organitzar-se remetent al fet que els interessos i preocupacions dins del sector són molt diversos i que, per tant, cal ‘diferenciar-se’ d'altres models de gestió de la promoció de l'oci nocturn que només es preocuparien pel benefici econòmic. Des d'aquesta

57 (8:329)

concepció de l'oci s'aposta per treballar a favor de la consideració de l'oci com a cultura i es busca oferir programacions de qualitat. De la mateixa manera, aquests relats fan èmfasi en qüestions d'ordre sanitari lligades a l'oci nocturn com afavorir la mobilitat nocturna o la reducció de riscos associats al consum de substàncies.

Així mateix, aquesta ètica es trasllada a la pròpia forma com es vol organitzar la iniciativa col·lectiva que opera de forma assembleària, amb càrrecs rotatoris i eleccions per escollir la presidència. Des d'aquestes iniciatives es qüestionen altres propostes existents dins del sector que mantenen una estructura organitzativa piramidal i preocupada únicament per la defensa dels interessos econòmics del sector.

Es considera, precisament, que el fet que dins del sector de l'oci hagi preponderat una cultura i “unes formes de fer encara una mica mafioses, xabacanes”⁵⁸, ha provocat que des de l'administració se'ls hagi menystingut en la seva totalitat, motiu pel qual consideren necessari escindir-se i diferenciar-se d'aquest model de gestió de l'oci nocturn. Aquestes iniciatives tracten d'erigir-se en interlocutores davant l'administració i el seu objectiu es resumeix en:

“Les sales de més de mil cinc-centes persones d'aforament, l'estat francès les subvenciona perquè entén que és un espai de recreació, no? És que hi ha unes diferències bastant brutals, una mica la lluita va per

58 (15:526)

aquí, no? Una mica que ens respectin com a espai cultural, no?" (13:483)

Per tant, es considera que no n'hi ha prou amb formar part del sector, sinó que cal preocupar-se per diferents aspectes ètics lligats a l'oci (vincular l'oci a l'esfera cultural apostant per una oferta de qualitat, preocupació per aspectes socio-sanitaris associats a l'oci nocturn, etc.) per poder erigir-se en un interlocutor vàlid amb capacitat per exercir pressió i tenir capacitat negociadora davant les administracions.

En resum, emergeixen dues grans concepcions ètiques i/o cultures sobre l'oci. En relació a temes com el tipus d'oci, vinculant-lo necessàriament a la cultura o no i respecte a la pròpia manera d'associar-se, de forma assemblaria o amb una estructura interna més jeràrquica i piramidal.

Tanmateix el conjunt de promotors d'oci nocturn comparteixen preocupacions com la necessitat d'agrupar-se per assolir potència de negociació davant l'administració a l'hora de fer front a l'escenari que s'està configurant al voltant de les recents normatives que regulen i preocupen al conjunt del sector, i que ja hem anat comentant (lleï antitabac, carnet per punts, prohibició de consumir alcohol al carrer, increment de les sancions pel consum o tinença de substàncies il·legals dins dels locals, etc.).

Valoració de les polítiques de reducció de riscos

Fins aquí, com hem vist, s'ha anat dibuixant un escenari del sector de l'oci nocturn farcit d'un assemblatge d'elements

heterogenis que configuren les relacions, tensions, dilemes i aliances que emergeixen en aquest escenari. Ara bé, hi ha hagut una temàtica que hem anat posposant per tractar-la de manera específica i poder-la situar dins del marc ampli definit prèviament:

Quines valoracions sorgeixen al voltant de la informació i el coneixement sobre les substàncies? Quines valoracions emergeixen al voltant de les polítiques preventives de reducció de riscos en el context del sector de l'oci nocturn? Com es considera que es podrien aplicar aquestes polítiques en els locals d'oci nocturn?

En efecte, com hem vist, aquesta temàtica ha aparegut tangencialment en les comprensions que han sorgit al voltant d'alguns aspectes de l'oci nocturn. Ara, un cop ens hem fet una idea de quines són les visions que es tenen al voltant de l'estat actual de l'oci nocturn, ens centrarem en conèixer, específicament, les valoracions al voltant de les polítiques i actuacions de reducció de riscos, tenint en compte l'escenari dibuixat del sector de l'oci nocturn.

Repassem, en primer lloc, quines valoracions de caràcter general sorgeixen quan es planteja la temàtica de la informació i el coneixement sobre les substàncies.

Valoració atribuïda a la informació i el coneixement

Quan es planteja, en termes generals, la temàtica de la informació i el coneixement al voltant de les substàncies, les

persones entrevistades valoren **positivament** la difusió d'informació. Consideren que és bo proporcionar tanta informació com sigui possible i afirmen que cal treballar a favor de la seva difusió. Aquesta difusió no es refereix únicament al consum de substàncies sinó que també s'anomenen altres temes sobre els que consideren que és important informar, com ara la promoció de la salut en el l'àmbit de la salut sexual o bé la relació entre alcohol o d'altres substàncies i la conducció.

Igualment, sorgeix la idea que el nivell d'informació i el grau de coneixement al voltant de les substàncies entre la població general s'ha incrementat sensiblement en els darrers anys, encara que segueix sent insuficient i cal seguir informant. Ara bé, a què es refereixen quan parlen d'informació al voltant de les substàncies? Quin tipus d'informació es considera que estaria bé difondre? De quina manera?

Si introduïm aquestes qüestions per tal de matisar la citada unanimitat a l'hora de valorar la informació emergeix una major variabilitat discursiva. Mentre la informació que cal transmetre, segons algunes explicacions, fa referència als efectes que pot comportar el seu consum a llarg termini i es considera que cal informar sobre el fet "que et fa malbé la vida. Que et fa malbé la vida que, que a la llarga ho pagues (...) si has abusat ho pagues"⁵⁹. Altres apel·len a les pautes de consum i consideren que "el adolescente tiene que saber bien los peligros que denotan los consumos irresponsables tanto de alcohol como de drogas, y yo creo que tenemos

que apostar pues en esa etapa de formación"⁶⁰. O fins i tot, en referència al llenguatge i estil comunicatiu adequat per a difondre la informació, s'afirma que "l'argument aquest de «no facis això perquè jo sé que és dolent», aquest per a la gent jove no li serveix"⁶¹.

En resum, tot i que en termes generals es valora positivament la difusió d'informació al voltant de les substàncies, els aspectes que s'emfasitzen són enormement dispars i apel·len al tipus d'informació que cal donar (respecte als efectes a llarg termini, a la composició de les substàncies i el seu grau d'adulteració o bé al consum responsable) al llenguatge i estil comunicatiu que cal emprar o a la decisió de la població que hauria de ser la destinatària de la informació.

Per tant, en els relats hi ha una forta disparitat al voltant de què s'ha de dir i què no s'ha de dir, a qui s'ha de dirigir aquesta informació o bé quan i com cal donar-la. Ara bé, les diverses explicacions coincideixen en afirmar que, atès que el consum està cada cop més estès i generalitzat, és necessari abandonar el discurs **abstencionista** emprat en les campanyes públiques que afirma que el consum de 'drogues' és sempre nociu i que per tant cal evitar-lo.

"Generar una bona informació per a la gent... tu no pots fer desaparèixer algo que existeix, i això existeix, no?"
(13:331)

59 (8:167)

60 (12:152)

61 (13:75)

Per contra, els relats que emergeixen al voltant de les valoracions sobre la informació, assumeixen que en tant que el consum de substàncies està socialment present, és necessari allunyar-se dels discursos 'paternalistes' i/o assistencialistes.

“...s’ha de dir que la utilització quantitativa de droga és perillosa, s’ha de dir que les drogues creen efectes diferents segons les persones i que si t’has de drogar està bé anar-ho fent poc a poc i que segurament si ho has de fer està bé que tinguis gent propera que es pugui fer càrrec de tu per si de cas.” (15:151)

En definitiva, es valora positivament adoptar un discurs de **reducció de riscos** orientat a promoure un consum responsable i coneixedor de les possibles conseqüències derivades del seu consum. I és que “drogar-te és una responsabilitat de la qual n’has de ser conseqüent, saps?”⁶²

Ara bé, des d’on s’hauria de difondre aquesta informació? Quins són els canals i les fonts des de les quals obtenen aquestes informacions les persones?

Obtenció de la informació

Hem vist que els relats que sorgeixen al voltant de la informació i el coneixement són enormement variables. Tanmateix coincideixen, en primer lloc, en atribuir-li molta importància a la difusió d’informació al voltant de les substàncies. Així mateix, es

62 (15:161)

qüestiona el discurs abstencionista en considerar-lo de baixa efectivitat en un context social caracteritzat per l’increment i generalització del consum de substàncies. El potencial efecte preventiu del discurs abstencionista queda, per tant, desactivat. Vegem, però, quines són les formes en què es considera que s’obté aquesta informació i quines es considera que haurien de ser-ho.

Pel que fa a les explicacions que emergeixen respecte a quines són les formes d’obtenir informació de què disposen les persones es considera que el **grup d’iguals i el boca-orella** constitueixen les principals fonts d’obtenció d’informació. Tanmateix, es considera que aquesta forma d’accedir a la informació juntament amb la que pugui proporcionar la pròpia experiència de consum no són gaire fiables. Així, mentre la informació que proporciona l’experiència assolida pel consum es considera que pot ser útil en termes individuals, la generalització d’aquesta informació per a la totalitat de les persones és considerada potencialment perillosa atès que hi ha diferències individuals.

Així mateix, també s’anomenen altres possibles formes d’obtenció de la informació de menys pes com la premsa, televisió i articles especialitzats. En aquest sentit, es considera que aquestes formes d’obtenir informació tenen menys pes, bé perquè no són tan valorades per les persones, bé perquè no ofereixen tanta informació ni tan detallada com sí passa entre el grup d’iguals.

A l’hora de valorar quines serien les formes d’obtenció d’informació més desitjables, un primer grup d’explicacions fan referència al **mitjà** en què s’hauria d’emprar per a difondre-la.

Segons alguns d'aquests relats, l'espai privilegiat per a difondre la informació mitjançant xerrades i campanyes informatives sobre les substàncies són les **escoles**. Segons aquests, cal difondre informació entre el col·lectiu d'adolescents i preadolescents, atès que pel fet de trobar-se en una etapa formativa crucial i que en la majoria dels casos encara no s'han iniciat en el consum aquesta informació pot ser enormement rellevant. Es considera que aquestes campanyes informatives en les escoles haurien de formar part del currículum formatiu obligatori.

Per a altres, el mitjà privilegiat hauria de ser precisament els mitjans de comunicació, amb **campanyes televisives** massives en horaris de màxima audiència i debats exhaustius sobre la temàtica. També s'anomenen les **campanyes informatives** desenvolupades en els espais d'oci nocturn, tot i que no s'especifica com haurien de ser aquestes campanyes ni en què haurien de consistir.

Un segon grup d'explicacions, en canvi, més que parlar del medi pel que seria preferible difondre informació, es refereixen a la **font** des de la qual es produeix aquesta informació i al **tipus d'informació** que proporciona. Així, es considera que la informació que prové de l'administració no té gaire credibilitat ja que gaudeix d'una mala imatge social que l'associa a les accions repressives i de criminalització al voltant del consum de substàncies, proporciona un discurs estrictament abstencionista que busca afectar al receptor amb missatges impactants visualment o emocionalment.

En canvi, es valora positivament que d'altres entitats i agents del tercer sector, com els treballadors i/o activistes socials, puguin dur a terme aquesta tasca. En aquest sentit s'advoca per l'ús d'un llenguatge proper al col·lectiu de joves, la difusió d'informacions que respectin i s'adrecin a les persones que consumeixen substàncies i els proporcionin informacions adequades a la seva experiència en tant que consumidores.

Segons aquesta visió, per tant, no és tan rellevant el mitjà a través del qual es difon aquesta informació (escoles, locals d'oci o televisió, per exemple) sinó l'enfocament que es dona (no moralista ni criminalitzador) i la font de la qual prové (no institucional).

Un cop conegudes les valoracions generals al voltant de la informació i el coneixement, a continuació ens centrarem en conèixer les valoracions que sorgeixen en referència a les actuacions preventives de reducció de riscos realitzades en els locals d'oci nocturn.

Valoracions de les actuacions preventives de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn

Per tal de facilitar la lectura d'aquest apartat hem decidit dividir-lo en dos apartats. En el primer ens centrarem en aquelles actuacions preventives centrades en la informació i la reducció de riscos al voltant del consum de substàncies empreses des dels propis locals d'oci nocturn. Com veurem, algunes es duen a terme per iniciativa pròpia i d'altres vénen determinades per condicionants externs.

En el segon ens centrarem en aquelles actuacions preventives realitzades en els locals d'oci nocturn centrades en la informació i la reducció de riscos al voltant del consum de substàncies dutes a terme per agents externs al propi local. Com veurem, dins d'aquesta categoria inclourem les valoracions que es fan al voltant d'iniciatives com Nit Segura així com de la tasca realitzada per col·lectius com Energy Control, SOM.NIT, o d'altres similars desenvolupats des d'alguns ajuntaments.

Actuacions preventives de reducció de riscos realitzades per part dels locals d'oci nocturn

En les explicacions que es donen al voltant de les actuacions preventives de reducció de riscos que s'han dut a terme des dels propis locals d'oci apareix, en primer lloc, la formació en primers auxilis i consum de substàncies que reben els controladors d'accessos en els cursos obligatoris per obtenir la llicència necessària per exercir. En alguns casos, expliquen que fins i tot la resta del personal contractat com els cambrers i les cambreres també reben aquesta formació.

“Cada cert temps hem fet això sobre accidents laborals, sobre com fer servir un extintor, si algo passa, primers auxilis, doncs nosaltres vam fer un curs més bé extens i després també els cambrers.” (18:195)

Des d'algunes de les associacions o iniciatives col·lectives de locals d'oci nocturn, s'han engegat, per iniciativa pròpia i al marge de les administracions, campanyes de reducció de riscos que busquen ser imaginatives, divertides i aconseguir la

implicació i la participació dels joves, com per exemple, les vinculades al consum d'alcohol en què s'ha utilitzat l'alcoholímetre per organitzar jocs en els locals.

En aquest sentit, també es comenta l'aposta per establir una relació propera i comunicativa amb el client, més que no pas de control i vigilància. Així, es considera que es pot informar als clients sobre determinats aspectes i es busca 'educar-los' per tal que siguin respectuosos amb les normatives del local.

Finalment, alguns locals han iniciat campanyes de prevenció de la salut auditiva distribuint taps entre els seu personal i també entre els clients, que tot i que permeten seguir escoltant la música i les veus, redueixen l'impacte auditiu que pot tenir l'exposició continuada a nivells alts de decibels. La idea, segons expliquen, s'ha importat d'alguns locals d'oci de Paris en els que l'ús de taps és molt més habitual.

Actuacions preventives de reducció de riscos realitzades per agents externs als locals d'oci

Passem, per tant, a conèixer quines **valoracions generals** es fan de les actuacions de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn realitzades per agents externs als locals. Més endavant revisarem detalladament cadascuna de les diverses actuacions per separat (*flyers* i anàlisis de substàncies). Abans de començar, val la pena comentar que en alguns pocs casos s'afirma desconèixer completament aquestes iniciatives i actuacions i per tant no les han valorades.

Amb l'objectiu de clarificar la lectura de les valoracions generals que es fan al voltant de les actuacions de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn presentarem primer aquelles que les valoren **negativament**.

Dins d'aquest conjunt de valoracions, en primer lloc, trobem aquelles que argumenten que les actuacions de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn tenen un **impacte baix** i que no assolixen l'objectiu preventiu que persegueixen. Alguns dels arguments que s'esgrimeixen per sostenir aquesta afirmació són que les persones usuàries de l'oci nocturn poden veure amb recel aquest tipus d'iniciatives, ja que poden ser llegides en termes paternalistes o de voler controlar les formes de divertir-se, sobretot entre la població jove.

S'afegeix, en aquest sentit, que per aconseguir els objectius que es persegueixen caldria ser molt curós en la forma de presentar el projecte, en l'estil comunicatiu o en el tipus d'informació que es difon. D'entrada es considera que el més probable és que la gent, que assisteix al locals per divertir-se i desconnectar, no faci cas de les informacions que se'ls pugui intentar difondre en aquests contextos.

"Segurament pot impactar algo, però segurament menys del que la gent suposa. Jo sóc partidari de fer una acció massiva, continuada. És a dir, jo tot lo que siguin campanyes puntuals, ara no sé què, pim, ara aquí, ara allà, està molt bé, és molt maco, però jo crec que no, que això és poca potència de foc, saps què vull dir?" (14:163)

"Perquè no tinc... no tinc ni la més mínima idea de com s'ho poden agafar. Si s'ho agafen de caxondeo, si s'ho agafen en serio." (16:67)

Aquest argument es desplega per comparació i s'afirma que el treball en les escoles amb adolescents i preadolescents pot tenir un major potencial d'impacte, tant pel context en què es realitza com pel fet que es dirigeix a una franja d'edat prèvia al primer consum.

En segon lloc, les altres valoracions negatives que es fan de la presència d'estands informatius en els locals, apel·len, fent referència a aspectes que hem vist anteriorment, a la legislació vigent i l'increment de sancions i controls que està patint el sector de l'oci. La cita que reproduïm a continuació il·lustra clarament el **dilema** que sorgeix al respecte.

"Escolta'm, no tinc cap inconvenient en que et fotis davant de la meva porta, però a tres metres o a cinc o sis, o al costat, on vulguis, però al carrer! Saps què vull dir? A fora! Llavors et facilitaré el que vulguis, els hi donaré cocacoles als tios que estiguin en allà o un bocata, si cal. Però si els poso en el meu hall estic donant a entendre, eh! Que en aquí s'estan consumint drogues, i val, i com que hi ha tanta pressió, especialment des de l'any 2003 que van arribar els mossos aquí..." (14:195)

Val la pena reproduir íntegrament aquesta cita perquè aconseguix recollir el **dilema** inherent a la relació oci / substàncies / reducció de riscos en què es troba immers el sector de l'oci:

“És que jo estic aquí lluitant com un gilipolles perquè la gent no em vagi als lavabos, perquè foto a un o dos tios perquè la gent no es vagi ratllant al lavabo o poso en els accessos a les discoteques, en els accessos entre sales, que a vegades tenen una sala a dalt, una sala a baix, o tenen un privé o no sé què, o tenen una terrassa. Estic intentant controlar això, i si a dintre poso això, estic donant a entendre a qualsevol que vingui, a qualsevol autoritat, que en el meu local estan consumint drogues, quan jo estic esforçant-me per a què no sigui així. Entens? I llavors és com una mena de contradicció!”
(14:195)

Com dèiem, hem considerat adient reproduir íntegrament aquestes dues cites atès que il·lustren la tensió i el dilema que sorgeix entre dues de les actuacions principals que com hem vist, es duen a terme en el context de l'oci nocturn.

Per un costat, totes aquelles actuacions de control i vigilància empreses pel sector de l'oci en resposta a l'enduriment de la normativa vigent i encaminades a reduir al màxim les probabilitats que entrin substàncies il·legals dins els locals.

Per un altre, aquelles actuacions de prevenció centrades en la informació i la reducció de riscos. Mentre la primera actuació s'orienta a evitar les conseqüències legals i econòmiques que podria suposar un escorcoll a l'interior del local, la segona intervé sobre aspectes d'ordre socio sanitari. Com hem vist, la conseqüència immediata de l'enduriment de les normatives vigents que regulen l'oci nocturn ha estat l'increment de les actuacions d'externatització de les substàncies, relegant a un segon terme aquelles de tipus socio sanitari.

És prioritari expulsar les substàncies dels locals, fer-les fora, externalitzar-les. La resta d'actuacions són subsidiàries d'aquesta i no són prioritàries. Més endavant revisarem com es materialitza aquesta qüestió en actuacions més específiques com els *flyers* o bé l'anàlisi de substàncies.

En aquest sentit, i matisant el relat anterior que valora negativament la totalitat de les polítiques de reducció de riscos, segons algunes valoracions les actuacions de reducció de riscos 'estàtiques' són acceptades i es valoren positivament. Es refereix així als *flyers*, cartells i altres formes de difusió de la informació. En canvi, aquelles que anomenen 'actives', amb presència d'estands informatius amb personal i l'anàlisi de substàncies i que poden suposar una amenaça en termes d'implicar l'acceptació que es consumeix dins el local, no són ben vistes.

Aquest relat planteja una nova contradicció, ja que tot i haver-hi un interès i preocupació per qüestions d'ordre socio sanitari aquesta no pot traduir-se en actuacions concretes, més enllà d'aquelles 'estàtiques'. Preservar la *salut del negoci* de l'amenaça de la sanció torna a ser prioritari respecte a preservar la *salut dels clients*.

Un darrer argument lligat al dilema que hem plantejat invita a reflexionar-hi des de la ironia. Així, s'assegura que les actuacions de reducció de riscos en el context d'oci nocturn han de limitar-se als festivals, atès que, en celebrar-se a l'aire lliure en espais públics, el dilema plantejat anteriorment es dilueix. L'espai públic no corre el risc de rebre sancions, ni tancaments cautelars. S'afegeix que no es coneix cap cas en què un controlador

d'accessos fes fora alguna persona de cap festival per estar consumint, ni que es persegueixi per part de les forces de l'ordre.

Per aquests motius, recuperant l'argument que havíem vist a l'inici, segons aquests relats és preferible que les actuacions de reducció de riscos es realitzin en l'espai públic, fora dels locals.

Vegem, a continuació, els arguments que s'esgrimeixen per valorar **positivament** les actuacions generals de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn.

En primer lloc, es valora positivament, com ja hem comentat anteriorment, l'ús d'un estil comunicatiu i un llenguatge proper a les persones usuàries de l'oci nocturn, l'absència de judicis morals respecte al consum, el tipus d'informació que es difon, el fet de parlar dels efectes específics de cadascuna de les substàncies o de les possibles interaccions entre elles i el fet de difondre recomanacions de consum responsable.

"Igual s'ho guarda i hi haurà alguna cosa que no la sabia, «esto no lo combines con esto, esto si lo combinas con esto pasa esto», aquestes informacions crec que són molt bones i alguns folletos d'aquests ho porten."
(10:91)

Des d'aquesta concepció positiva de les actuacions el dilema descrit anteriorment s'esvaeix i la presència d'actuacions de reducció de riscos en els locals no és vista com una amenaça.

Dins d'aquest grup, tanmateix, sorgeixen algunes propostes dirigides a optimitzar aquestes actuacions. En aquest sentit alguns relats parlen i es lamenten de la manca de continuïtat d'aquestes i consideren que caldria una actuació temporalment

sostinguda. Els clients que assisteixen als locals no són els mateixos cada dia, motiu pel qual es desitjable que aquestes actuacions es facin cada cap de setmana i no tan sols de tant en tant. S'aposta per actuacions de caràcter global, més àmplies i més ambicioses del que estan sent fins ara.

En la mateixa línia, altres relats proposen instal·lar mòduls permanents de reducció de riscos en les zones d'oci. Aquests mòduls permanents podrien instal·lar-se en carpes situades en els espais intermedis entre els diferents locals d'oci nocturn.

Altres recomanacions s'encaminen cap a l'expansió de les temàtiques que cal treballar des de les actuacions de reducció de riscos, en el sentit de no reduir-les al consum de substàncies. Es parla així del binomi drogues i sexe, nit i sexualitat (abordant temes com la prevenció de conductes sexuals de risc i distribució gratuïta de preservatius). És en tots aquests sentits que es dona un suport explícit a la tasca desenvolupada per part dels grups i col·lectius de reducció de riscos.

"M'agradaria que s'apugés molt a gent com Energy Control i associacions com aquesta que m'han dit que hi ha varies. Passa que no són tant conegudes, que se'ls apugés molt i que se'ls ajudi, que s'informés a la gent del que estan fent, del rol que juguen [...] o sigui que pot sortir de festa sense passar-se, que l'informació no sigui tant prohibitiva i això."(18:73)

Valoració de les actuacions específiques de reducció de riscos

Vegem ara com es valoren cadascuna de les actuacions de reducció de riscos en els locals d'oci nocturn. I és que a l'hora de valorar les actuacions d'**anàlisi de substàncies** en els locals d'oci nocturn, emergeixen principalment dues valoracions oposades entre si.

Per un costat, es valora **positivament** que s'analitzin les substàncies en els contextos d'oci nocturn. Es considera que aquesta informació té molt bona acollida entre les persones usuàries de l'oci nocturn. En primer lloc, perquè el sol fet d'estar duent a terme aquesta actuació en els locals d'oci fa que les persones que s'hi apropen facin una bona valoració dels col·lectius que realitzen aquestes tasques, les quals s'allunyen de les pràctiques repressives i socialment hegemòniques al voltant del consum de substàncies com poden ser les de les forces de l'ordre i les de les administracions.

Es considera que aquestes actuacions poden contribuir a generar una bona imatge del projecte en general i que, d'aquesta manera, es tinguin amb major consideració les altres informacions que es puguin rebre des d'aquest projecte. I en segon, perquè el coneixement dels percentatges, pursa i/o qualitat de les substàncies adquirides pot incidir a l'hora de decidir què consumir i què no.

Des d'aquesta comprensió, a més, es valora positivament que aquesta actuació es dugui a terme en contextos d'oci nocturn, ja que són els espais privilegiats de consum. Segons altres

valoracions, en canvi, tot i que es considera que l'anàlisi de substàncies pot ser una bona actuació de reducció de riscos en els contextos d'oci, no està ben vist que es realitzi a dins dels locals. El motiu és senzill.

"P1: No poden venir a analitzar una substància que està prohibida perquè clar, no poden.

E: No poden?

P1: Bueno aquí no volem, clar, ho poden fer, però tu imagina't que aquí hi ha uns policies de paisà, perquè n'hi ha, i tu analitzant cinquanta pastilles i clar... algo passa, no? I llavors no ho vols... no ho pots fer.

E: És a dir, no ho pots fer, m'estàs dient perquè clar...

P1: Per les conseqüències pel que vol que li analitzin les pastilles per a mirar si estan bones o dolentes.. i per les conseqüències per a la sala també." (18:169-177)

El fet que les polítiques coercitives, de sanció i penalització, hagin provocat una creixent preocupació entre el sector de l'oci per evitar, a tota costa, l'entrada de substàncies en els locals topa frontalment amb l'actuació d'anàlisi de substàncies, ja que implica assumir tàcitament que aquestes han entrat al local. El consum de substàncies es faria doncs visible i això és un gran problema.

Quant a les valoracions que es fan al voltant dels **flyers** informatius que es distribueixen en els locals d'oci nocturn, alguns relats els atribueixen una eficàcia limitada. Alguns dels arguments que s'esgrimeixen per a explicar els motius que fan que sigui una estratègia poc eficaç a l'hora de difondre

informació són que en el context de l'oci nocturn en què la gent surt a divertir-se és poc probable que algú s'aturi a agafar un *flyer* o a llegir-lo. En aquest sentit s'argumenta que calen estratègies més imaginatives, més creatives i més divertides i que requereixin de la implicació i participació activa de les persones.

“Tienes que venderle un poco a la gente de la noche, ¿no? Dejar una publicidad ahí no la van a coger. O sea, la van a ver, pero no la van a coger.” (12:254)

Altres valoracions, en canvi, consideren que els *flyers* són una estratègia de difusió de la informació que és preferible a les campanyes més actives com poden ser persones informant i analitzant substàncies de forma presencial. Els motius d'aquesta predilecció són que, mentre les campanyes 'actives' d'informació al voltant del consum de substàncies assumeixen implícitament o explícitament la tinença i/o consum de les mateixes a dins dels locals, els *flyers* no produeixen aquest efecte.

Finalment, una darrera valoració dels *flyers* considera que, atès que el format de les vinyetes resulta atractiu, incita a fullejar-lo i gairebé a llegir-lo sense voler. També s'argumenta que, tot i que en el context de festa i diversió pugui no ser l'ídoni o el més apropiat per a llegir-lo, és probable que s'ho acabin mirant l'endemà a casa.

“Hi ha molta gent que va ho agafa, s'ho guarda a la butxaca i després s'ho acaba mirant. No sé, jo sempre... pues al final ho acabes llegint, les vinyetes aquestes, i bueno, amb les gràcies tu acabes sabent les conseqüències aquestes.” (18:120)

Ara bé, segons els relats que valoren positivament l'estratègia i el format dels *flyers* que es distribueixen entre els locals d'oci, es valora negativament la manca de continuïtat d'aquestes actuacions.

“Home, a veure, jo crec que la continuïtat també és bona, si m'enviaven uns fulletos que no parin ara, la gent va canviant i el públic ve cada setmana. Abans Energy Control aquí venia una vegada al mes o cada dos mesos i posaven un *stand*, ara fa anys que no ve ningú.” (10:119)

Una de les iniciatives promogudes des de l'administració en el camp de la reducció de riscos en l'oci nocturn és el de **Nit Segura**⁶³. En termes generals, aquesta iniciativa ha tingut un impacte baix i no s'ha difós adequadament.

Tot i que alguns relats afirmen haver sentit anomenar aquesta iniciativa, les valoracions que sorgeixen al voltant d'aquesta iniciativa són gairebé inexistents ja que bona part afirma no conèixer quines són les actuacions que ha engegat ni les informacions que ha difós.

“N'he vist algo, però exactament de què es tracta no... no sé.”(11:167)

Ara bé, quan es pregunta a les persones entrevistades quines informacions els agradaria rebre o bé tenir disponibles en una

63 Veure a: <http://www.nitsegura.info>

pàgina web específica pel sector de l'oci nocturn sorgeixen diverses demandes.

En aquest sentit, es comenta l'interès per rebre informació **legal**, al voltant de les normatives de seguretat que afecten els locals d'oci o les noves lleis que es vagin aprovant que afectin el sector.

També se sol·licita informació al voltant de les darreres tendències en oferta d'oci nocturn que estiguin sorgint en altres contextos i que puguin aportar un 'valor afegit' al fet de sortir de nit. Igualment, es valora positivament el fet de rebre informació general al voltant del tema de les substàncies, quines experiències de reducció de riscos s'estan duent a terme en altres contextos i, més concretament, sobre les substàncies que puguin estar arribant al nostre context, per conèixer quins efectes poden tenir.

Finalment, s'anomena que més que no pas rebre informació el que es desitja és establir vies de col·laboració i canals de comunicació per mantenir contactes amb les administracions i poder iniciar actuacions conjuntes en què es tinguin en compte les opinions i preocupacions del sector.

4. LA VALORACIÓ DELS ADOLESCENTS I JOVES

Un cop analitzada la visió i les valoracions dels professionals del sector privat de l'oci nocturn iniciem la segona part d'aquest informe qualitatiu amb la percepció, opinió i valoracions dels adolescents i joves sobre l'oci nocturn, el consum de substàncies i les polítiques i intervencions de reducció de riscos.

L'oci i la diversió

En aquest capítol farem una exploració sobre el sentit i el significat que s'atribueix a la diversió per part dels joves i adolescents entrevistats.

Un cop exposades les diferents explicacions al voltant de la diversió explicarem els principals moments en els quals s'ubica la diversió i l'oci. I finalment, ens centrarem en el vincle que s'estableix entre la diversió i el consum de substàncies.

La diversió

La definició més comunament acceptada de diversió dona per suposada la univocitat d'alguns conceptes o idees implícites. Així, per exemple, es pensa que l'element lúdic o de diversió no necessita definició perquè és una idea tan familiar que tothom l'entén. Tanmateix, amb l'objectiu de conèixer quines són les explicacions que sorgeixen al voltant d'aquest concepte optarem per no assumir aquesta postura. Per contra, hem considerat necessari començar per a qüestionar-nos el significat que les

persones adolescents i joves atorguen a les nocions de diversió i oci. Fent èmfasi, així mateix, en com vinculen aquests conceptes amb el consum.

Al respecte, quan aquest col·lectiu pensa el significat que té la diversió, fa referència a la **polisèmia** del concepte. És a dir, els adolescents i el joves assenyalen que es pot entendre aquesta paraula de formes molt diverses. Fan referència a això quan diuen que "hi ha moltes maneres de divertir-te"⁶⁴. Així, quan volen exemplificar el concepte, es refereixen a una gran quantitat d'activitats que consideren divertides.

Es pot tractar de coses tan diverses com passejar, llegir, fer esports, xerrar, fer el bretolades, menjar, anar de festa, mirar la televisió, o qualsevol altra activitat amb la qual "trobar l'emoció amb el que fas"⁶⁵. És a dir, d'acord amb la definició del concepte que ens donen els adolescents i joves, la diversió no depèn de temps o espais determinats, ni d'activitats concretes i tampoc del fet d'estar sol o acompanyat.

En aquest sentit, es defineix la diversió, bàsicament, per les sensacions que desperta. Es tractaria de l'efecte o el producte d'una activitat capaç de moure **emocions agradables**. Per això, es relaciona la diversió amb "l'alegria"⁶⁶, la "satisfacció"⁶⁷, el

64 (1:68)
65 (4:59)
66 (3:132)
67 (1:15)

"passar-s'ho bé"⁶⁸, l'"emocionar-se"⁶⁹, el fer "bombar el corazón"⁷⁰ i "l'estar bé amb tothom"⁷¹. En resum:

"Es podria entendre de moltíssimes maneres però, és el sentiment que tens tu de d'estar bé amb tothom, de pau a dins i de tranquil·litat, i alhora de riure i de passar-ho bé i de com explotar, entre cometes." (1:19)

Així, totes les versions utilitzades per a definir la idea són coincidents en quant al seu vincle amb un estat d'ànim o una emoció positiva. Igualment, sembla que existeix un altre element que definiria allò que entén aquest col·lectiu per diversió. Es tractaria del que podríem descriure com **lliure albir**. Així, d'acord amb les seves paraules, divertir-te suposa "fer el que et vingui de gust."⁷²

Al respecte, es poden trobar moltes metàfores que ressalten que la diversió és contrària a la constricció. Per exemple, es parla de "deixar-te portar"⁷³, "estar fent el que vols fer"⁷⁴ o "hacer lo que te pase por la cabeza"⁷⁵. És a dir, es fa referència a que la diversió no podria existir, o bé que desapareixeria si hi intervé un element de prohibició o restricció a l'activitat que s'està fent. En definitiva, es pot entendre com a divertit tot procés o

68 (7:112)
69 (6:150)
70 (6:144)
71 (1:19)
72 (4:37)
73 (1:13)
74 (1:86)
75 (7:70)

esdeveniment que presenta la doble característica d'estar vinculat al plaer i a la voluntat. Aquesta idea s'explica de la següent manera:

"Jo crec que és fer qualsevol activitat que a tu t'agradi, i ho facis per què vols." (4:39)

Precisament per aquesta consideració, existeix tot un debat respecte a la participació de la consciència o de la reflexió en l'àmbit de la diversió. Debat que es podria resumir dient que, pels adolescents i els joves, reflexionar sobre el que s'està fent és una constricció interior que entorpeix i impedeix divertir-se. És la idea segons la qual, si t'ho estàs passant bé i et poses a pensar respecte al que estàs fent (si està bé fer-ho, les seves conseqüències, etc.), aleshores "et ralles"⁷⁶ i ja no et diverteixes.

Clar que aquesta idea, presentada fins ara en el sentit afirmatiu, té un revers negatiu. Així, si divertir-se significa fer quelcom que és vol fer, també suposa evitar tot allò desagradable. És a dir, per a divertir-se cal "abstenerse de todo lo que no te gusta"⁷⁷. Des d'aquesta manera de definir el concepte es veu com a una condició de la diversió evitar les activitats o les situacions de caràcter obligatori.

Una vegada introduïda aquesta idea, s'entén que el divertir-se està definit com: "romper la rutina"⁷⁸, "desconnectar"⁷⁹,

76 (1:42)
77 (2:45)
78 (2:35)
79 (6:156)

"despreocupar-te de tot"⁸⁰; "sortir d'on estàs ficat sempre"⁸¹, "no tenir res marcat per a fer"⁸², "la no previsió"⁸³, etc. És a dir, es fa referència a que sempre que la activitat implica alguna constricció, ja sigui per obligació o bé per rutina, no genera diversió. Plantejada així la qüestió, es podria pensar que existeixen activitats que, per definició, queden excloses de la categoria 'divertides'. Així, per exemple, la feina o les activitats quotidianes són enteses com no divertides, per principi.

Contràriament, com assenyalen des d'altres comprensions, hom es pot divertir, en canvi, fent les coses més simples i usuals imaginables com caminar, menjar o xerrar. Igualment, la feina, els estudis o les activitats de característiques semblants poden veure's com divertides. D'acord a les seves pròpies paraules:

"Però a vegades també te pots divertir-te fent feina. Jo perquè m'agrada i em diverteixo un munt fent-la."
(5:60)

En el mateix sentit, determinades activitats o contexts que usualment es vinculen amb la diversió poden no produir aquesta vivència. Així, per exemple, es fa referència a que si sempre "et quedes amb els mateixos amics, vas als mateixos llocs i fas ho mateix"⁸⁴ no et diverteixes. Tot el que es torna **rutinari** i que es fa per imposició social pot acabar per generar avorriment. Amb

80 (8:58)
81 (3:228)
82 (2:69)
83 (6:122)
84 (8:186)

independència del sentit original que hagi tingut una pràctica, la seva repetició o continuïtat pot desembocar en el desinterès.

És a dir, des d'aquesta comprensió, la qüestió no es dirimeix en termes d'un dilema que oposa el quotidià al inusual. Per contra, es tracta d'un contrast entre allò que genera plaer i es fa perquè es vol fer i les situacions o esdeveniments desagradables que es fan perquè cal fer-los.

Aquest contrast, explica la usual (però no necessària) separació dels espais i moments de diversió respecte dels que pertanyen al àmbit de les responsabilitats socials:

"Es que vivimos en una sociedad de mogollón de estrés que lo que hacemos, yo al menos, no es divertirme. Trabajo, pero no me divierto trabajando, me encuentro de todo... Entonces, el momento de diversión es para mi desahogarme y disfrutar haciendo lo que hago." (2:57)

D'altra banda, malgrat que es reconeix que hom es pot divertir i passar-ho be sol, la diversió té un sentit fortament vinculat a la **companyia**. Així, quan es parla de com es diverteixen els adolescents i els joves es fa referència a activitats compartides o contextos col·lectius.

En aquest sentit, es remarca aquest component de relació social implicat en el significat atribuït a la diversió. D'aquesta manera, assenyalen que divertir-se vol dir "sortir amb altra gent"⁸⁵, "estar

85 (3:232)

amb els amics⁸⁶, "estar amb bona companyia"⁸⁷, "compartir"⁸⁸, o moltes altres descripcions que fan referència a la dimensió social del concepte.

En resum, quan es pensa el concepte de diversió, es comença per considerar la seva **polisèmia**, però s'assenyalen algunes característiques distintives de tot el que es divertit. Així, sempre es tractaria d'activitats o esdeveniments amb el poder de moure sensacions i **emocions agradables**. Es relacionaria amb el **lliure albir**, ja que suposa a la vegada, poder fer el que es vol i no tenir que fer el que no es vol. Seria des d'aquesta concepció, que s'entén la diversió com a **contrària a rutina** i l'avorriment. I finalment, té un sentit fortament lligat a la **companyia** i les activitats socials.

Moments de diversió

En aquest apartat passarem a explicar alguns dels principals moments en què la diversió s'ubica en la quotidianitat dels joves i adolescents entrevistats. Com veurem, aquests moments estan molt marcats per l'organització social del treball i les dinàmiques que es despleguen al seu voltant, així com per la temporalització que adquireix el món laboral durant la setmana.

86 (4:49)
87 (5:40)
88 (6:83)

El cap de setmana

Així, la primera gran distinció que es relata és la diferència entre el cap de setmana i la resta de dies de la setmana. El cap de setmana apareix com un moment en què es poden trencar les dinàmiques que conformen la resta de la setmana. Bàsicament es parla del treball o dels estudis, en tant que obligacions que principalment es desenvolupen entre setmana. Així, també es parla del sentit de responsabilitat associat a la realització d'aquestes obligacions que s'han d'acomplir. "la faena te menja tot el dia"⁸⁹.

La quotidianitat laboral comporta un horari assignat i unes tasques a desenvolupar dintre d'aquest, per tant, implica una dedicació rutinària per part de la persona.

"Lo mismo que decía antes, ¿no? El hacer de lunes a viernes una cosa y el fin de semana poder dejar todo eso y bueno, divertirme de otra manera, ¿sabes?" (2:118)

Majoritàriament, es defineix el cap de setmana per **oposició a la rutina** que delimita l'activitat entre setmana. El cap de setmana suposa l'alternativa a poder realitzar activitats que escapin de la rutina que subjecta a la persona fer-ne unes de determinades. El cap de setmana es diferencia de la vida quotidiana pel grau d'assumpció de responsabilitat que requereix. Mentre la vida quotidiana és aquell moment de la setmana en què no té lloc la

89 (5: 58)

diversió el cap de setmana és el seu revers i es regeix pel lliure albir i no per la responsabilitat.

“Jo estudio, però a part d’estudiar també treballo, el temps te menja molt més. No tens vida social, entre setmana i fi de setmana per les tardes i diumenges. Entre setmana queda ple totalment.” (5:94)

Com en el cas del treball, l’oci i la diversió també aglutinen un seguit d’**inèrcies socials**. És a dir, és el moment “para lligar”⁹⁰ i “para conocer gente”⁹¹, o per fer moltes altres coses, “però el fi de setmana surts”⁹². Es tractaria de compartir amb d’altres un conjunt de dinàmiques diferents.

El cap de setmana apareix com un **moment de socialització** en l’oci i la diversió. És un moment en què la socialització s’actualitza, et relaciones amb qui ja coneixes, i al mateix moment també ofereix un potencial de socialització, de poder establir nous vincles amb persones desconegudes.

No obstant, també s’esmenten elements vinculats a les responsabilitats socials associades a l’oci de cap de setmana que poden assolir l’estatus de norma social.

“Y la diversión pues sería eso, llega el sábado por la noche y tu estás cansadísima y te apetece quedarte en casa en el sofá pero es que, uy que mal un sábado en el sofá ¿no? te va decir todo el mundo.” (6: 862)

90 (2: 130)
91 (2: 128)
92 (5: 52)

Un altre aspecte del cap de setmana com a espai privilegiat per la diversió és que es disposa de dos dies complerts. Aquest fet proporciona l’opció de realitzar activitats que repercuteixen en l’estat de la persona fins **l’endemà**. Allò que entre setmana no es pot fer perquè l’endemà es treballa, no és un inconvenient.

“Si te tienes que levantar a las 8 o a la hora que sea no puedes coger y quedarte hasta las 6 ahí, bueno lo puedes hacer un día si, pero es que al día siguiente estás ya.” (6:882)

En definitiva, el cap de setmana esdevé un moment privilegiat per fer aquelles activitats d’oci i diversió que la resta de la setmana poden comportar conseqüències no desitjades.

La nit

Igual que el cap de setmana, també trobem un altre moment privilegiat en què es desplega l’oci i la diversió. La nit es defineix per oposició al dia com un moment dominat per la foscor. Durant la nit, es difumina la visibilitat de les pròpies accions. Així, trobem relats que defineixen la nit com a un moment de vulnerabilitat. Simultàniament, també es relata que aquesta foscor proporciona privacitat i ocultament de les mirades externes.

“La nit, la nit és com que no et veu tant la gent, no sé, és com et sens més protegit, jo em sento més protegida, anant pel carrer de nit, no hi ha ningú tots els carrers buits que (no com 13:12) hi ha tanta gent, i tot agobio, i calor.” (1: 186)

Així, pels mateixos motius que s'explica la nit com un **espai de risc** també es llegida com un **espai de protecció**, en tant que els esdeveniments són menys visibles. Aquesta visibilitat difosa que proporciona la nit no només té a veure amb la foscor natural, sinó que també té un component social. Es relata que la gent que es mou de nit és diferent de la que hi ha de dia. Aquesta diferència s'explica com una oportunitat per fer coses que de dia podrien ser problematitzades per altres persones.

"Fer una mica el que et doni la gana però sense que... la gent normal et vegi. Bueno, quan dic gent normal és les iaies, i les mames i, sobretot quan és de dia." (4: 196)

En aquest sentit, la nit també s'explica com un moment on la gent canvia. La diferència que s'estableix amb l'activitat diürna permet que les persones manifestin **una altra expressió de sí** mateixes. "Por que la gente se transforma por la noche, le gira"⁹³. A la nit hi coincideixen tant les dinàmiques orientades a la diversió i l'oci com l'absència de les constriccions de la quotidianitat.

Llavors, no és d'estranyar que trobem relats que ens parlen de la nit com un moment per compartir amb la gent, ja siguin espais, música o afinitats de tot tipus. Tan és així, que fins i tot es ressalta un major grau de llibertat que en altres contextos a l'hora d'escollir amb qui vols anar. La gent que t'has de trobar o el nucli més proper no et ve imposat com podria ser el context laboral o familiar.

93 (8:331)

"Bueno porque te viene, el contexto te viene más impuesto, vas al trabajo y tu no eliges con quien trabajas te los han impuesto allí. En cambio por la noche quedas con gente que a ti te apetece estar ¿no? Con ellos tú vibras de otra manera." (6:248)

La combinació de la nit i el cap de setmana s'erigeix, per tant, en el moment de diversió i d'oci per excel·lència. Una diversió que s'expressa en un context de foscor en tant que el que succeeix no és tan visible i en un context a on les responsabilitats laborals estan congelades fins l'inici d'una nova setmana.

La festa

Per finalitzar aquest apartat farem un breu comentari sobre els relats que ens parlen de la festa. En principi, la festa també estaria constituïda per les mateixes característiques que conformen tant al cap de setmana com a la nit. Es tracta d'un context de diversió que acostuma a ubicar-se en aquests moments. És un espai de diversió i sociabilitat, un lloc de trobada i de comunió amb els altres.

Ara bé, la festa és quelcom més concret, no és tracta de qualsevol forma de diversió. Tot i que d'altres contextos de diversió també impliquen consum, aquest espai de diversió es caracteritza per l'emergència d'un nou element: el **consum de substàncies** alteradores de l'estat d'ànim: "no em digui que en

una nit de festa no sortiràs i no et prendràs res. És lo típic, saps?”⁹⁴ En aquest cas el consum esdevé una via de desconnexió, una forma d’estranyar el món⁹⁵. Com relaten els entrevistats i entrevistades, el consum de substàncies ajuda a accelerar aquest desig de descongestionar la responsabilitat o les obligacions diàries.

“Joder, claro! Claro yo creo que hay mucha gente que piensa así. Salir de fiesta es para, pues para anularse un poquito para esa distracción para olvidarte de todo y no pensar en nada y las drogas es ya, o sea lo que más te facilita eso, en ese contexto. Así ¿sabes? Y lo que más te lo facilita, también.” (8: 551)

Llavors, podem dir que de la barreja entre dos desigs com el de descongestionar la vida quotidiana i el de socialitzar com a forma de diversió, emanen pràctiques socials que són específiques del context de festa.

Tanmateix, en relació amb aquests elements constituents de la festa també emergeix una valoració sobre quins són els moments adequats i quina és la freqüència recomanable de la festa. De tal manera que es regularia el què i el com s’han de fer les coses.

“O sigui que està com ben vist sortir de festa esporàdicament, però al dia a dia... no és que estigui penalitzat, però és una mirada ja...” (1:96)

94 (4: 96)

95 L’expressió “estranyar el món” fa referència al desig de poder prendre distància de la realitat que s’està vivint. En aquest cas, fer del món quelcom estrany a través del consum d’una substància psicoactiva.

Un altre dels trets característics de la festa és **la música**. Aquesta esdevé un element vinculador o generador de comunió entre les diferents persones que comparteixen un mateix espai. La música també esdevé com allò que dilueix les veus de la quotidianitat, tot donant força a les vibracions que tenen lloc aquí i ara: el moment de diversió.

“Hay formas distintas, no, también? De relacionarse también cuando estás de fiesta digamos, que durante el tiempo normal no las disfrutamos, no las aprovechamos y que en cambio parece que están como permitidas. No sé, aprovechas para hacer lo que normalmente durante la semana no tienes tiempo.” (2:149)

Ara bé, tot i que la festa implica un context de comunió en què la diversió és l’eix vertebrador depèn del lloc on s’ubica. És a dir, tot i parlar de festa no es tracta del mateix si estem en la plaça d’una ciutat que si estem en un bar. Així, els relats estableixen una diferenciació entre **llocs**.

Per una banda, els llocs concrets que a priori ja estan definits com espais de festa, és a dir, bars, discoteques, festivals, concerts o festes majors. Parlem de llocs en què les condicions de possibilitat de la festa es troben prèviament gestionades i, per tant, hi ha un ordre i un control sobre com ha de ser l’expressió de la diversió.

Aquest ordre i control és el que permet que aquests llocs es mantinguin en el temps com ofertes estables de diversió. Per altra banda, els llocs que la gent s’apropia com a espais de festa, com per exemple, una casa, una platja o una parcel·la de bosc.

“Sí però (13:12) un dia i pots estar tota la puta nit allí a la platja de botellón i eh! sales com un animal. Te fots pringat, a l'aigua i venga! Te toca sortir i assecar-te i tota la nit així. Però clar, però després em no sé, tirem tots com a burros, anem tots com a burros. On anem? És que ja tens discoteca. O sigui no, no intentes buscar altres opcions” (8:218)

Parlem de llocs que no estan prèviament definits, sinó que esdevenen un espai de festa per les pràctiques que la gent hi desenvolupa. Aquest llocs tenen la característica que l'expressió de la diversió es trobarà estretament vinculada a l'apropiació que es fa del lloc.

En resum, els moments de diversió normalment es situen en els caps de setmana i/o a les nits. Aquests moments comparteixen molts dels aspectes que defineixen a la diversió coma tal, és a dir, són aquells moments on s'expressa socialment allò que hem definit en l'apartat anterior com a diversió. Així mateix, alguns relats incorporen el consum de substàncies com elements clau en els espais i moments de diversió. Vegem, en aquest sentit, quina és la relació que s'estableix entre diversió i consum de substàncies.

La diversió i el consum de substàncies

Fins aquí hem considerat el significat que la població estudiada li atorga a la noció de diversió. Però, atenent als objectius d'aquesta recerca, ens queda per analitzar com vinculen (si és que ho fan) aquest concepte amb el consum de substàncies.

Així, en primer lloc, hem trobat una versió que assenyala que la diversió és **independent** del consum. És la idea que es defensa amb l'argument de “yo no necesito drogas para divertirme”⁹⁶. És a dir, existeix una concepció que considera que la diversió i el consum de substàncies són dues coses independents. S'afirma no cal usar aquest tipus de substàncies per a passar-s'ho bé, àdhuc en un context de festa.

A més, aquesta forma d'entendre el vincle entre consum i diversió considera que el consum “no siempre implica la diversión”⁹⁷. Ara bé, dóna per suposat que ambdós termes sí poden estar relacionats. És a dir, s'afirma que tenen una relació no necessària. Així, el fet de prendre aquestes substàncies es considerada com a una alternativa entre altres possibles per divertir-se. Es pot assolir la diversió sense la seva presència. Per això es parla del consum com “un modelo distinto de divertirse.”⁹⁸

En aquest sentit s'apel·la al fet que l'ús d'aquestes substàncies no és un fi lúdic en si mateix, sinó només un medi. Així, hom es podria divertir de moltes maneres sense consum. D'acord a les seves paraules:

“Home sí, generalment sí que és això però que no sempre... Jo no crec que sigui l'objectiu final anar a prendre'n. Jo no ho veig així, el meu objectiu final de sortir no és aquest. És passar-m'ho bé.” (4:116)

96 (6:535)
97 (6:543)
98 (2:588)

D'altra banda, ens hem trobat també amb una altra forma d'entendre aquest vincle. En aquest cas, es tractaria més aviat d'una relació **d'oposició** o de contradicció. La diversió ja no seria només independent del consum, sinó que fins i tot aquest es contraposaria a la possibilitat de divertir-se. Així, que la diversió vagi separada del consum no és una opció sinó una necessitat.

Per tant, qui pren aquestes substàncies espatlla la possibilitat de passar-s'ho bé tant per a sí mateix com pel seu entorn:

"Yo tengo amigos que se han tomado una pastilla y han acabado echando la bilis. Entonces yo dudo que esa noche haya sido la mejor de su vida. Y amargaron la suya y también la de todos." (6:547)

I finalment, ens trobem amb una última manera de plantejar la situació. Sota la idea de "yo me drogo para divertirme"⁹⁹, es pot pensar també el consum com una **condició** de la diversió. És a dir, també existeix una versió que afirma que sense prendre substàncies psicoactives no et pots divertir.

A més, aquest discurs circula per igual tant si es parla en tercera persona per a referir-se a com ho fan els altres, com si es fa en primera persona, referit a com ho fa un mateix. Així, se sosté aquesta idea dient que "hi ha gent que només se sap divertir menjant-se pastilles i coses d'aquestes"¹⁰⁰. Però també afirmant que sense prendre "no se sortir"¹⁰¹. Aquesta vivència està molt ben

99 (2:560)
100 (3:156)
101 (8:111)

explicada en la següent cita, exposada per una persona que pot parlar des de diverses posicions:

"Ahora llevo 3 meses embarazada sin tomar nada y me he dado cuenta de que, realmente, salgo ahora y no me divierto igual, sabes? O sea, es súper diferente, es como que a veces no tengo ganas de salir. Y en parte me da un poco de rabia." (2:430)

Així, des de qualsevol posició que s'adopti respecte del consum de substàncies, es reconeix que hi ha un discurs des del que es considera necessari el fet de prendre aquestes substàncies per a passar-s'ho bé. Ja sigui com a possibilitat o com a necessitat, el consum forma part consubstancial de l'univers de la diversió jove i adolescent.

A més, algunes persones entrevistades expressen que la importància del consum en el moment de la diversió va més enllà del seu caràcter de condició necessària. Així, per exemple, existeix l'afirmació que "la droga marca el ritmo de la noche"¹⁰², fent referència a que totes les activitats lúdiques d'aquest àmbit **depenen** del consum. És a dir, per part d'aquest col·lectiu, la diversió està subordinada al tipus de substàncies preses i a les pautes de consum. La següent cita explica aquesta relació de subordinació de la diversió i les activitats d'oci:

"Cuando salíamos con 16-17, salir era ir a un bar, entrar al lavabo, hacerse una ralla, tomar una cerveza, salir, ir a otro bar, hacerse una ralla, ir al coche, hacer una ralla,

102 (2:773)

no? Y al final decías, hostia ¿quizás podemos hacer algo entre tanto, no?” (2:763)

Finalment, quan es raona respecte a aquest vincle, sorgeix una explicació de la relació i els seus motius. Així, en aquest punt hem de recordar que la diversió té un sentit que es lliga amb el compartir. Existeix un component social i relacional molt fort que defineix l'ús del concepte. Igualment, hem vist que per una part d'aquest col·lectiu el consum ajuda o fa falta per divertir-se.

I una vegada plantejats aquests dos factors es remarca que ambdós es desenvolupen de manera conjunta i solidària. És la idea segons la qual “se comparten las aficiones y los productos que se consumen, igual que por el día te irás hechando cafés”¹⁰³. És a dir, dins d'aquest context es defineix i s'entén l'ús de substàncies com a una forma d'afinitat i de **comunió**.

En resum, quan s'atén a la descripció que fan les i els adolescents i joves del possible vincle entre el consum i la diversió, ens trobem diferents versions. Així, es pot afirmar que ambdós termes són contraris, el consum es veu com a oposat a la diversió. També, es poden veure com a independents, es pot vincular el consum a la diversió, però la seva relació no es necessària. Igualment, poden afirmar que es tracta d'una condició, sense consum no hi ha diversió. I fins i tot, es pot sostenir que existeix una relació de dependència, on totes les activitats de festa es subordinen al consum. Finalment, s'ofereix

una explicació del vincle, considerant ambdós termes com a factors d'ordre relacional. És a dir, el moment i les activitats de la diversió comparteixen amb la pràctica del consum el fet de facilitar la comunió.

103 (1:200)

Drogues i consum

En aquest capítol analitzarem, en primer lloc, de quina manera defineixen les persones entrevistades els conceptes de "consum" i de "droga". Això ens permetrà, a continuació, analitzar quines són les percepcions i valoracions que manegen en relació al consum de drogues en general, respecte a les diferències de gènere en relació amb el consum vinculat i en relació al debat sobre la legalització o no de determinades substàncies.

El consum

En tot debat o recerca sobre drogues, el consum de substàncies és un dels temes que centren bona part de l'anàlisi. Molt sovint però, el mateix concepte de "consum" es dona per suposat. Abans d'analitzar el consum de drogues en concret ens interessa iniciar aquest capítol amb una reflexió sobre el mateix concepte de "consum". Per tant, abans d'endinsar-nos en les valoracions al voltant del consum de substàncies, vegem com es comprèn la noció de "consum".

"Pero a ver, ¿tu consumes? Depende, a ver, ¿consumo el qué? Depende a lo que te refieras." (6:688)

Com veiem en aquesta primera cita, per a parlar de consum cal conèixer primer a què ens estem referint quan en parlem. Com veurem les definicions de consum poden ser molt variades. Pràcticament totes les definicions però, s'inicien amb una idea general i força compartida: consumir és **obtenir alguna cosa i**

fer-ne un ús. Així, una primera definició de consum ens du a afirmar que tots en som, de consumidors. Com llegim en aquest relat, el consum és quelcom habitual, i té a veure amb tot allò que adquirim per a fer-ne algun ús.

"Perquè consumir, consumim cada dia, també. Consumim productes, consumim qualsevol cosa, som consumidors." (4:529)

Així mateix, la noció de **despesa** està molt relacionada amb la de consum. Comprar, ingerir o fer servir alguna cosa forma part inherent de la nostra forma de vida. Entès en termes generals, doncs, consumir és "la base de l'economia actual"¹⁰⁴ i és una acció que comprèn tota mena de productes, ja siguin aquells considerats de necessitat bàsica com els de caràcter més lúdic.

"Consumir és tenir una cosa i que desaparegui, havent-ho utilitzat tu. O sigui: tu consumeixes diners, els gastes comprant algo; tu consumeixes aigua, te l'has begut; consumeixes cocaïna, te l'has planxat". (4:549)

No cal dir que aquesta és una definició general, de la que se'n deriven diferents matisos molt interessants. Si bé consumir refereix inicialment a una necessitat d'ingesta i a un acte de necessitat bàsica, "Hay consumo vital ¿no? de comida, vivienda, yo qué sé"¹⁰⁵, la noció de consum evoca també la idea d'assolir i acomplir un **desig**. Com veiem en el següent fragment

104 (6:651)

105 (6:738)

d'entrevista, el consum implica molt sovint l'obtenció de gaudi i de recompensa.

"Tienes que gozar del dinero que has ganado también a base de un esfuerzo, y creo que hay que saber disfrutar de ese consumo también, que no sea un consumo digamos por inercia, sino que seas consciente que te lo has ganado y te lo mereces." (6:736)

Consumir és obtenir allò desitjat, més enllà de les necessitats bàsiques. Sovint, aquest consum és entès en relació a **necessitats identitàries**. Com podem llegir en el fragment d'entrevista següent, cada tipus de consum es correspon, en termes pràctics, a una manera de veure el món i de situar-se en relació amb l'entorn i amb un mateix. Si bé tots hem de consumir per a viure, el consum que fem més enllà de les necessitats bàsiques es correspon a la manera com volem definir-nos, al perfil que volem esbossar en la nostra vida quotidiana. El consum s'associa, segons aquesta visió, amb una acció encaminada a produir una imatge personal que s'adequa a determinades característiques simbòliques que volem expressar socialment. La següent conversa defineix molt bé aquest component identitàri del consum:

"P7: La gente, cuando consume quiere consumir, quiere comprar cierta ropa de cierto tipo para parecerse a un cierto grupo de gente, quiere comprar diferente... un coche para estar en un cierto estatus, comprar diferentes cosas para..."

P2: Por el tipo, un perfil." (6:812-816)

En aquest sentit, el consum es relaciona amb la producció d'una identitat i amb la definició de la pròpia personalitat.

"P8: Si, es como que [el consumo] define bastante las personalidades ¿no?"

P2: Dime qué consumes y te diré cómo eres ¿no?" (6:825-828)

Com hem vist el consum és definit seguint diversos criteris. Així, pot ser necessari, identitàri o capriciós. Ara bé, en tots els casos esmentats el consum pot ser definit seguint altres criteris relatius al seu grau d'intensitat. Així, el consum pot ser definit com a moderat o abús, compulsiu o fins i tot addictiu. Si bé tots som consumidors, trobem que és molt habitual definir el consumidor tant en funció del tipus de consum com en funció de la intensitat del seu consum.

"Hay grandes consumidoras compulsivos no, no se (...) por ejemplo, mi tía y mi prima (...) son consumidoras compulsivas de ropa, de ropa, ¿sabes?" (6:778)

És interessant observar que en moltes de les entrevistes se situa en un nivell similar, en termes conceptuals, el fet de consumir diners, aigua o alguna substància com ara la cocaïna. Així, la diferència entre el consum de roba o d'alcohol i el de substàncies psicoactives rau només en una diferència en termes de legalitat. En canvi, totes les possibilitats comparteixen el fet que el consum és entès com una forma de vida.

Com és de suposar però, el consum de substàncies és molt present en els relats de les persones entrevistades, i és un dels

temes que apareix recurrentment quan es fa referència al fet de consumir quelcom.

"E: ¿Veis alguna relación entre el consumo en genérico y el consumo de drogas?

Tots: Sí, sí.

P2: Sí, sí, claro." (6:806)

Quan parlem de consum, un dels temes que apareix és el del consum de substàncies psicoactives, addictives, etc. De substàncies que en el marc de les entrevistes hem definit com a "drogues", tot assumint, com hem vist en el marc teòric, la complexitat inherent a aquest concepte.

Abans d'exposar quines han estat les percepcions i valoracions sobre el consum de 'drogues', ens interessa analitzar a continuació de quina manera ha estat definit el mateix concepte de "droga" per part de les persones entrevistades.

Les 'drogues'

Com en el cas del consum, la definició de "droga" genera moltes i diverses accepcions i matisos. Com a definició general, podríem afirmar que una droga és tota aquella substància que **produeix efectes diversos** sobre les persones. Com comenta una de les persones entrevistades:

"És una substància, no? Substàncies que entren al teu cos amb fins molt diversos." (7:418)

Un matís, però, que estableix un criteri definitori i diferencia les drogues respecte d'altres substàncies és el que fa referència a

l'alteració del que és considerat l'estat normal de l'organisme. És a dir, la droga és aquella substància que provoca un estat que se surt del que és considerat un comportament *normal*.

"Una substància que canvia el teu estat anímic, les teves reaccions físiques. No crec que sigui res més. (...) et canvia, doncs, els teus comportaments, les teves percepcions de l'exterior, que et provoca efectes." (4:503)

La idea que la droga és allò que altera l'estat normal de les coses és reiterativa, i s'explica fent referència a diferents tipus d'alteració del cos i de la conducta. Per a algunes persones, una droga és tota aquella substància que provoca concretament una alteració de l'organisme i del comportament.

"Bueno, es una sustancia que cuando la consumes pues altera el estado de tu cuerpo, el sistema nervioso." (8:390)

Entès d'aquesta manera el concepte de droga, moltes són les substàncies que poden alterar l'organisme, l'ànim i la conducta. Així, per exemple, els medicaments, el cafè, l'alcohol o la cocaïna, comporten alteracions de l'organisme i la conducta i, en aquest sentit, poden ser totes elles considerades com a "drogues", independentment de la seva legalitat o de les seves pautes de consum.

Si bé aquest criteri apareix repetidament, existeix un matís molt important també a l'hora de definir la droga. En moltes ocasions aquesta bé definida de manera més concreta, no només com la substància que provoca una alteració de l'organisme, sinó com

aquella substància que provoca necessàriament una alteració vinculada amb **la percepció i la consciència**.

Si bé moltes substàncies alteren l'organisme d'alguna manera, només algunes provoquen un estat alterat de la consciència, i és precisament això el que les diferencia de les demés substàncies i fa que es defineixin com a "drogues". Un relat planteja aquest matís de manera molt clara:

"Yo creo que [la droga] altera, o sea, te pone en un estado de conciencia, de conciencia alterada, ¿no? Físicamente, pues también ¿no? pero lo más importante yo creo que es la conciencia, ¿sabes? Porque físicamente pues... un gelocatil, el pan... (...). Pero es la conciencia, tío, es la parte psicológica, yo creo que lo que distingue más la droga de... de yo qué sé, del medicamento o lo que sea." (8:394)

Una altra classificació dins la definició de droga com a substància que altera l'organisme la trobem en relació a **la intensitat dels seus efectes**. És a dir, més enllà de si la substància genera alteracions del comportament, del sistema nerviós o de la consciència, el criteri que permet definir una substància com a droga és la intensitat dels efectes derivats del seu consum. Així, el tabac, el cafè, o d'altres substàncies, tot i que alteren l'organisme, no ho fan de manera immediata i intensa, i per això no té gaire sentit considerar-les com a "droga".

"Substàncies químiques que alteren el cos. Que alteren la teva percepció de les coses, però d'una manera anormal. El tabaco també podríem considerar-lo com a

droga, l'alcohol, però no et... surts dels teus cabals." (5:519)

Troblem, doncs, que a l'hora de definir què són les drogues, les persones entrevistades les diferencien d'acord a la potència dels seus efectes. La clàssica diferència entre drogues *toves* i drogues *dures* es fa palesa al llarg de les entrevistes. Així, el tabac, per exemple, tot i que és considerat com una droga, no es podria comparar amb els efectes que poden provocar sobre l'organisme substàncies com la cocaïna, l'èxtasi o l'LSD.

"El LSD és una cosa que no sé, és bastant forta i comparat amb el tabaco, no sé si el tabaco pot considerar-se droga al costat d'això." (5:558)

Però el criteri basat en la alteració immediata de l'organisme o la consciència no és l'únic que apareix. Una altra manera de definir quelcom com a droga és a partir de la **dependència** que pot generar. Així, droga seria tota aquella substància o tota aquella acció capaç de generar addicció o dependència sobre la persona a causa dels seus efectes atractius.

"[Una droga és] un vici, una cosa que t'atrau, que no pots parar-ho de fer, ho necessites per trobar aquell estat d'ànim, aquell estat d'emoció que vols." (4:348)

L'hàbit i la dependència són elements clarament definitoris d'allò que hem de considerar una droga, per a les persones entrevistades. "Una cosa que enganxa, que te crea un hàbit"¹⁰⁶, és

106 (6:842)

una de les definicions més esteses al voltant de la droga i del seu consum. Aquesta és una definició que inclou, per defecte, moltes substàncies. Dins d'aquest grup podríem incloure substàncies legals, com ara el cafè, l'alcohol o el tabac, i substàncies il·legals, com ara la cocaïna, l'heroïna o el cànnabis. Com veiem en el següent relat, la cervesa, per exemple, pot ser considerada com una droga en el cas que es consumeixi de manera addictiva:

"Depende de la droga, porque yo me he dado cuenta de que la cerveza para mí era una droga, sabes? Porque yo ahora salir y no tomarme 5 o 6 cervezas, y las hecho de menos. O sea depende de la droga. Hay drogas que sí, que tienes esas sensaciones. Pero yo me he dado cuenta que para mí la cerveza era una droga porque dependía, es algo de lo que dependes." (2:452)

I és en aquest sentit, el de necessitat, que es defineix la droga com un "vici", i com quelcom que genera **addicció**. En aquest punt, al llarg de les entrevistes trobem que es fa una diferència valorativa entre "vicis bons" i "vicis dolents". Aquesta diferència bé clarament marcada pels efectes que la substància pugui tenir en la persona. Alguns hàbits, per molt addictius que siguin, no comporten un perjudici, i són vicis bons. D'altres, en canvi, poden resultar molt nocius i són vicis dolents; en paraules d'una de les persones entrevistades, són aquells que "et perjudiquen a tu mateix."¹⁰⁷

107 (4:374)

En aquest sentit, trobem que es diferencia entre aquelles drogues que es poden considerar un *divertimento*, quelcom poc nociu, i d'altres que, pels seus efectes addictius, generen forts estats de dependència i passen aleshores a ser perilloses.

"También hay varios tipos de drogas, unas que digamos, no se, gente que toma o de vez en cuando se fuma un porro, pues es muy diferente de gente que, por ejemplo, se mete heroína o algo así. Eso ya no es consumo en plan divertimento, ya es en plan que lo necesita." (6:840)

Substàncies que són d'allò més comuns, legals i molt esteses, com ara l'alcohol o el tabac, són considerades "drogues dures" precisament pel seu potencial addictiu. El que comença com un consum moderat pot esdevenir una addicció molt difícil de superar.

"Et canvia tenir una addicció. Al principi quan comences a fumar tabac pues et mareja, vale, això ja és un efecte que et crea, que després ja t'acostumes i no t'ho fa. Però el necessites." (4:525)

Com comenta una de les persones entrevistades, hi ha substàncies que són "muy golosas"¹⁰⁸, el consum de les quals passa a formar part dels hàbits de la vida quotidiana i a esdevenir necessàries per a poder fer determinades coses. Trobem que, en molt casos, el consum de determinades drogues

108 (2:789)

esdevé fonamental per a realitzar accions com ara estudiar, relaxar-se o dormir.

"Necesito fumarme un porro, sabes? Si no, no estudio."
(1:614)

"Però també aquesta addicció és fa en moments... quan no tens... posant-te molt nerviosa... ansietat..." (1:620)

Així, el consum de determinada droga es converteix, en ocasions, en funcional per a aconseguir determinat benestar, o per a poder realitzar determinades accions. Per a molta gent, el consum està fortament associat a determinats moments i contextos en els que esdevé fonamental. Un dels àmbits en els que emergeix aquesta associació entre context i consum és el de la festa. Passar-s'ho bé, desconnectar i desinhibir-se són els motius més esmentats per a argumentar la necessitat de prendre alguna substància en espais d'oci nocturn. Com comenta una de les persones entrevistades, "hi ha molta gent que estan acostumats a fotre-se'n i... si no se'n foten, no saben sortir."¹⁰⁹

És un dels motius més esmentats, el de passar-s'ho bé. La festa està molt associada al consum de substàncies i en molts casos aquest consum esdevé imprescindible per a sortir de festa.

Com hem vist, les definicions que es fan del concepte de droga són d'allò més variades. Ens sembla molt interessant observar com, a l'hora de parlar sobre el que és una droga o el no ho és, l'argument de la legalitat (si es tracta d'una substància legal o

109 (3:569)

no) no apareix com a criteri de definició. El fet que moltes substàncies legals, com ara el cafè, el tabac o l'alcohol, siguin considerades per les persones entrevistades també com a drogues invalida des del principi el criteri de la legalitat. Aleshores, les drogues es defineixen més enllà d'una definició en termes legals o centrada exclusivament en els seus efectes immediats o a llarg termini. Ara bé, aquestes definicions no estan exemptes de valoracions. Trobem diferents maneres de valorar les drogues en general, que sovint es contraposen, es complementen o bé es diferencien entre sí. Un diàleg extret d'una de les entrevistes ens introdueix el següent apartat:

"E: ¿Qué es la droga?

P1: Algo que mata, no?

P3: Depende. Hay gente que también le hace feliz tomar drogas." (7:375-379)

Atractius del consum de determinades substàncies

En moltes ocasions, i valorant el consum de drogues de manera general, el consum de determinades substàncies es percep com una manera de gaudir i de viure experiències plaents. "...ets com un nen, disfrutant"¹¹⁰, resumeix una de les persones entrevistades. El consum de substàncies aporta sensacions comparables a

110 (1:875)

d'altres experiències de plaer, com ara escoltar música, i s'entén molt sovint com una activitat més per a passar-s'ho bé.

“Son como pilas de sensación, te aflucian las sensaciones. Igual que tú escuchas una canción que te gusta mucho y te pone la piel de punta, pues la droga igual.” (2:450)

Un dels relats més estesos en relació a les motivacions per a consumir-ne remet al fet de passar-s'ho bé, de divertir-se i de gaudir de sensacions. **Gaudir de la vida**, viure el present de manera intensa i plena, són arguments que es plantegen per explicar la motivació per al consum de substàncies.

“T'ho prens i al cap d'un moment te trobes millor de com estaves abans. Tot es... tot es millor, no sé. I tens la sensació d'estar a gust amb tothom, fins i tot amb la gent que diries... i en aquells moments és el teu millor amic.” (5:932)

Amb l'argument que la vida és curta i que la mort ens toca a tots, una de les maneres de defensar el consum de determinades substàncies és valorant la seva capacitat d'aportar sensacions intenses que permetin gaudir del present. El consum és d'aquesta manera concebut com una possibilitat de viure experiències de plaer immediat. Com comenta una de les persones entrevistades: “algun dia te vas a morir y que más da, disfruta la vida y después, para la tumba.”¹¹¹ El consum és entès,

111 (7:1106)

doncs, des d'un punt de vista hedonista i existencial, com a forma de vida, tot assumint la seguretat de la mort.

Part d'aquesta diversió prové precisament del fet que el consum de determinades substàncies comporta la possibilitat de **viure experiències noves** i d'experimentar sensacions desconegudes i molt intenses, impossibles d'obtenir d'una altra manera. Aquest conjunt de sensacions desconegudes es perceben també com la possibilitat d'accedir a un món desconegut, atractiu, precisament, per esdevenir un espai de sorpresa enmig de les rutines del dia a dia.

“Clar és que a part, l'home de sempre tendeix a, anar cap a lo desconegut, averiguar, i vol saber sempre molt. I per això jo crec que també que ens fem sempre... en el merder.” (2:319)

Molt atractiu, també, resulta el fet d'**experimentar amb substàncies prohibides**. Allò prohibit esdevé objecte de desig pel fet mateix d'estar prohibit. La percepció de transgressió i del risc associat a allò prohibit és molt present en els relats analitzats. Al fet que moltes drogues siguin il·legals, i per tant prohibides, s'afegeix la curiositat per conèixer allò que tothom considera ocult i diferent.

“Suposo que per què la gent som així, i volem provar tot lo que està prohibit i tenim ganes d'experimentar coses noves i diferents, i no es pot evitar. Per això es va canviant de droga cada vegada.” (5:1214)

D'altra banda, per a algunes de les persones entrevistades, l'experiència del consum proveeix, fins i tot, la possibilitat de **ser un mateix**. Resulta molt atractiu el consum de substàncies que

permeten, no únicament gaudir d'experiències noves, desinhibir-se, experimentar noves sensacions, sinó que permeten fer emergir una manera de ser i comportar-se completament diferent. La personalitat entra en joc en el consum de determinades substàncies, i es considera que hom pot esdevenir una persona diferent, durant una estona, i fins i tot conèixer-se millor a un mateix.

"Jo ho veig més com... és com la clau de pas per fer realment el que, el que vols fer i per ser una miqueta més tu, diguéssim." (1:867)

En aquesta línia s'afirma que determinades substàncies provoquen una mena de projecció interior, un canvi en la manera de percebre la realitat, de concebre l'entorn i a un mateix. En aquest sentit, es valora la utilitat d'algunes substàncies per a possibilitar percepcions noves i punts de vista desconeguts sobre la realitat. El relat següent planteja de manera clara aquest efecte perceptiu:

"Es una manera de entrar para dentro y de verte a ti mismo desde otro lado. (...) La única manera de verme de otra forma completamente distinta es así ¿sabes? De manera que creo que son muy útiles, por eso por que me cambian la percepción. Es otro punto de vista, ¿sabes? Si eso lo usas para aprender en ese momento, pues es un uso también que te cagas de interesante ¿sabes?" (8:584)

En moltes ocasions, s'esmenta que els efectes del consum funcionen com a mitjà per a superar un estat d'ànim, per a **desconnectar** d'una situació desagradable o per evadir-se de

situacions indesitjables. La desconexió és un element molt vinculat a aquest component plaent del consum. El consum de determinades drogues és considerat com una manera de deixar de pensar en les coses desagradables de la vida quotidiana, una manera d'experimentar una sortida de la realitat i sentir-se alliberat, momentàniament, de les rutines.

"La gent necessita aquestes substàncies per relaxar-se, desinhibir-se, passar de tot un moment, deixar-ho tot (...) perquè no poden seguir com estan vivint en aquells moments." (4:232)

La idea que el consum pot esdevenir una forma d'**evasió** de la realitat, de fugida de tot allò desagradable, és molt present en els relats de les persones entrevistades. S'atribueix al consum i als seus efectes la capacitat d'allunyar la persona de situacions personals i emocionals angoixants o estressants. En aquest cas, el consum esdevé un mitjà, una eina per sortir-se'n durant una estona i fugir momentàniament d'allò no desitjat.

"Bueno, es que iría ligado también con la necesidad de huir. Puede ser que tomes droga (...) porque huyes de una situación que te tiene machacado y la usas por ahí." (6:862)

El consum també és un mitjà per a la tranquil·litat. En opinió de les persones entrevistades, el consum de determinades substàncies permet aconseguir un estat de tranquil·litat i pau molt necessari per a deixar de pensar en temes desagradables. No veure, no sentir... perdre de vista durant una estona la percepció de la realitat és un efecte valorat com a fort atractiu a l'hora de consumir.

“És què m’ha anat bé. M’ha ajudat ha prendre moments de tranquil·litat, moments en què no penses, és quan vas borratxo fins al punt que no hi veus, que no sents, que no ... jo al menys és el que busco, busco aquests moments de pau.” (7:545)

D’altra banda, en els mateixos contextos de festa, el consum de determinades substàncies permet la persona **desinhibir-se**, i poder relacionar-se millor amb les demés persones. Els efectes desinhibidors del consum resulten molt mencionats i molts valorats com un dels elements més atractius.

“Si yo también me lo paso muy bien con una Coca-Cola, pero [con determinada droga] sí que te desinhibes más, o te ayuda, sí.” (6:537)

Els efectes del consum poden funcionar com a facilitadors de les relacions socials, provocant una desinhibició que no s’aconsegueix d’altra manera, i fomentant formes de relació més obertes i menys pautades.

Una altra concepció afirma que determinades substàncies permeten **mantenir el ritme** de la festa, aportant una sensació d’energia i de capacitat per a resistir tota la nit ballant, gaudint i bevent. Com comenta una de les persones entrevistades, “te fots quatre ratlles i eres el puto rei, saps? I aguantas!”¹¹²

Però no només en un entorn d’oci es valora la possibilitat d’aguantar, de mantenir el ritme. Determinades substàncies es

poden fer servir per a mantenir el ritme de treball, per exemple, o el ritme d’estudi. En el següent relat veiem com una de les persones entrevistades vincula el consum de determinades substàncies amb la necessitat d’acomplir amb una jornada laboral, més que amb la intenció de divertir-se.

“Trabajé con gente también de la hostelería que tomaba cosas como cocaína y así para poder currar, para poder currar 14 horas al día luego salir, otro día, levantarse a las no se, a las 7 de la mañana y currar. Y mi experiencia es también... es que he tomado drogas, ¿no? dos veces speed, también para poder currar, para poder terminar mis trabajos y irme. No fue para divertirme.” (6:1023)

Les persones consumeixen, com hem vist fins aquí, amb diferents intencions, motivacions o desigs, però molt sovint s’explica l’origen d’aquestes motivacions en tant que facilitades pel grup d’iguals i el context social. Veurem a continuació que, a l’hora d’explicar els motius per al consum, les persones entrevistades el relacionen tant amb les característiques individuals de la persona com amb les característiques del seu l’entorn. En paraules textuais: “Y también depende del ambiente, depende de ti, pero del ambiente también.”¹¹³

112 (8:470)

113 (6:443)

El paper del 'grup d'iguals' en el consum

En moltes ocasions s'atribueix el consum de determinades substàncies a la **voluntat individual**, a una manera personal de divertir-se, de viure experiències noves o d'afrontar la vida quotidiana. Trobem relats que fins i tot conceben el consum de determinades drogues entès com una activitat més de la seva vida quotidiana.

"Es como tu manera de, levantarte, lavarte los dientes, no se qué... vestirse. (...) yo soy como soy por lo que he vivido y por lo que vivo cada día y cada fin de semana y cada... es tu manera de ser." (2:424)

En aquest sentit, el consum de determinades substàncies es percep com una manera de configurar la pròpia personalitat. Ja hem vist al capítol dedicat al concepte de "consum" com aquest es pot entendre com una manera de definir la pròpia personalitat, i el cas del consum de drogues no és diferent. En l'anterior relat veiem com aquest consum també es relaciona amb una voluntat de definir una manera de ser al món.

Aquesta manera de ser al món no es defineix només, però, de manera individual, sinó també de manera col·lectiva. El consum de substàncies està molt relacionat amb l'estatus social, amb els ambients de festa i amb el grup d'amistats amb qui es comparteix l'oci. En aquest sentit, la voluntat de pertànyer a un determinat **ambient** i a participar de les mateixes pràctiques del **grup d'iguals** esdevé un motiu molt rellevant per a consumir determinades substàncies. Com podem apreciar en el següent relat, en un ambient en el que es consumeix, el mateix fet de

consumir pot convertir-se en una manera de participar dels ritus grupals. És una manera de compartir les experiències que formen part del grup.

"Yo estaba en un piso de estudiantes en el que corría mucho la droga de diseño y yo no consumí nunca pero a mí alrededor era: tú estabas desayunando magdalenas y al lado se estaban metiendo una ralla de coca (...) llegaba un momento en que, o te añadías al grupo, o es que te sentías un extraterrestre en medio de un grupo que no reaccionaba a la música o a los estímulos externos como tú." (6:953)

En moltes ocasions, es valora el fet de respondre a aquesta influència amb una manca de **personalitat**, o amb una personalitat "dèbil", incapaç de resistir la pressió del grup a l'hora de consumir. Així, el consum s'entendria com una mena de cessió de la voluntat per a integrar-se, i a l'hora com una mostra de debilitat, d'incapacitat per resistir la influència de l'entorn.

"Claro, pero también habrá quien tirará hacia ellos para sentirse integrado.

P1: Sí, es que los hay también.

P3: Bueno, depende de la personalidad de cada uno.

P6: Depende de lo fuerte que seas tu." (6:463-469)

La necessitat de ser acceptat en l'interior d'un grup pot ser molt important i el consum pot jugar un paper d'**integració grupal**, d'acceptació en les dinàmiques d'un grup social desitjat. És molt interessant observar com, en aquests relats, el consum es relaciona amb una personalitat que "cedeix" a la influència del

grup d'iguals i, d'aquesta manera, apareix com un acte no desitjat en principi però que s'assumeix per a poder formar part d'un entorn determinat.

"També (...) ens hem deixat portar pels amics. A veure, no hem tingut la suficient personalitat per dir: no, no, jo d'això passo. (...) vam tenir un cercle d'amics que ho fèiem i anàvem tots junts." (5:805)

Així, en moltes ocasions s'entén que una persona "amb personalitat" és capaç de rebutjar el consum, però una persona "sense prou personalitat" acabarà assumint les pautes de consum del grup. Aquesta manca de personalitat es relaciona al llarg dels relats amb d'altres mancances, com ara la manca d'autoestima o la incapacitat per decidir per un mateix.

"Bueno y va ligado con el autoestima también ¿no? Yo quiero que me acepten porque yo soy así, o porque quieren que sea así." (6:975)

El grup d'iguals exerceix una **pressió** que es defineix com informal, en forma de comentaris, gestos, aprovacions o desaprovacions, i que funciona com a encoratjadora del consum. Aquesta pressió existeix en aquells grups en els quals el consum de determinades substàncies ha esdevingut un element definitori del grup, una condició necessària per a la pròpia pertinença. És per això que el fet de consumir determinades drogues pot permetre accedir a un cert ambient i formar part d'un cert perfil social.

Si bé la influència grupal de la què parlem provoca que moltes persones decideixin iniciar un determinat consum, també trobem

una postura clara respecte la necessitat de mantenir certs límits en relació a les pràctiques del grup d'iguals.

"Si que te influye, evidentemente, te influye y seguro, sino no tienes nada que compartir con ellos tampoco eres son tus amigos, algo en común tienes que tener pero no todos los actos." (6:473)

Així, al llarg de les entrevistes trobem com el consum se significa, sovint, com un problema precisament per la pressió que pot imposar el grup. Com a conseqüència d'aquesta pressió, algunes persones manifesten que el fet de no consumir en un entorn en el que la majoria de persones ho fa, els suposa sentir-se rebutjats, estranys, poc integrats. El diàleg següent, extret d'una de les entrevistes, reflecteix molt bé aquest sentiment de rebuig percebut:

"P1: Puedo salir un día pero bueno, me siento como una oveja negra allí a un lado.

P4: ¿No te sientes cómodo dentro del grupo?

P1: No, no (...)

P3: Entonces te tienes que buscar otro entorno porque no te gusta este.

P1: A veces sales porque dices: bueno no conozco, no soy de aquí, no conozco a gente. Pues te amoldas a esta gente, aguantas, aguantas, aguantas... pero llega un momento que dices: pues bueno, me quedo en mi casa viendo la tele o en el ordenador sentado chateando. Mejor." (6:451-461)

Com hem llegit, en ocasions, la diferència percebuda amb motiu del consum pot arribar a provocar la necessitat de deixar el mateix grups d'amistats i de cercar noves maneres de gestionar els propis espais d'oci.

Cal esmentar, tanmateix, que aquesta mena de pressió no es manifesta ni molt menys en tots es grups on es consumeix alguna substància. El **respecte** a la decisió de consumir o no consumir també és un tema molt recurrent i molt significatiu en aquells grups en els que es consumeix. El consum de determinades substàncies pot jugar, com hem vist, un paper identitari en el sí d'un grup, i esdevenir norma implícita de les seves pràctiques, però aquest fet no és generalitzat. Les persones entrevistades manifesten també que cada grup gestiona "a la seva manera" el consum, i que en moltes ocasions, el fet que un membre consumeixi o deixi de consumir no modifica gens les dinàmiques grupals.

La gestió del consum: entre el control i l'abús

Com comenta una de les persones entrevistades, la droga "acaba haciéndote daño."¹¹⁴ Per a moltes de les persones entrevistades, el consum de determinades substàncies "és un engany!"¹¹⁵, una mena de trampa que perjudica l'organisme i comporta més greuges que beneficis. Una de les afirmacions que apareix de

114 (7:398)

115 (1:871)

manera més reiterativa és la que fa referència a que la droga és "una substància que et fa mal"¹¹⁶ i que, en molts casos, canvia la persona i l'afecta de tal manera que la transforma negativament.

És a causa d'aquests efectes negatius del consum que al llarg de les entrevistes es planteja el **control del consum** com una mesura molt necessària. Siguin quins siguin els motius per a consumir, en la majoria dels casos trobem que s'entén el consum com una acció sobre la que cal establir uns certs límits, una mena de gestió que redueixi els efectes negatius que pugui tenir sobre la persona.

"El dicho ese que dice que la potencia sin control no sirve de nada. Sino controlas lo que estás tomando o qué estás haciendo o lo que estás consumiendo, te puede."
(2:504)

El tema sobre el que se sol posar èmfasi respecte el control del consum està relacionat amb l'abús a l'hora de consumir. **L'abús**, el consum excessiu, es percep com un problema, com un perill molt important a l'hora de parlar del consum de determinades substàncies.

"Yo pienso que el problema es cuando abusas, ahí es cuando empieza el problema, el peligro, ¿no? (...) Cuando se convierte en una costumbre de siempre."
(2:478)

116 (7:460)

Com a conseqüència de l'abús i de la manca de control sobre el consum, els riscos de la dependència del consum també apareixen en les principals valoracions de la droga. Tota substància addictiva, afirmen diferents relats, es pot convertir en part de la vida quotidiana i esdevenir en un problema de dependència molt difícil de superar.

El tema de la **dependència** és un dels més reiterats. Quan el consum es converteix en un hàbit és quan comença a convertir-se en un problema. "Enganjar-se" a una substància, esdevenir dependent del consum d'alguna cosa, pot arribar a provocar que el mateix consum es torni en el centre d'atenció de la persona. És en aquests casos que les persones entrevistades consideren que hom pot perdre fins i tot la mateixa noció de realitat.

"(...) quan estàs enganxat a alguna cosa pues, veritablement, no veus res més que allò i, vull dir, no ets conscient del que fas, vull dir, estàs... incoherent total i vius en un altre món." (5:699-714)

En aquestes circumstàncies, el control esdevé necessari, i gestionar de manera eficient el consum de substàncies es torna difícil, sinó impossible. Pel que fa al consum de substàncies com ara la cocaïna, les pastilles o l'speed, a les entrevistes es manifesta clarament que controlar el seu consum, mantenir-lo en uns nivells moderats, resulta molt complicat.

"Pero control, yo creo que es algo que todos creemos que tenemos. Porque yo tengo amigos que se les ha ido la castaña con 18 años de meterse speed, y claro ellos controlaban. Tu les podías decir que se estaban pasando pero ellos creían que controlaban." (2:673)

Molt sovint, comenten les persones entrevistades, un mateix té el convenciment que controla els seus hàbits de consum, que compta amb el poder de decisió sobre les seves pautes de consum. Aquesta percepció, ens comenten, és molt sovint errònia, o ingènua. A curt termini es pot tenir una percepció de control immediat del consum, però a llarg termini, aquest control desapareix.

"Pero realmente controlar el efecto que hace a corto plazo, sí, pero a largo plazo no creo que, al menos yo personalmente no veo que lo controle." (2:703)

Val a dir que aquesta no és una percepció única. Per a moltes de les persones entrevistades, el consum és quelcom que es pot gestionar amb normalitat. No tot consum de substàncies 'potencialment perjudicials' és problemàtic. Trobem en molts relats un seguit d'arguments que defensen que, de la mateixa manera que hom gestiona de manera responsable diferents consums en la seva quotidiana, el consum de drogues també és susceptible de ser gestionat amb mesura i en relació a les circumstàncies, els contextos i la pròpia capacitat de consum.

Drogues i gènere

Un dels temes que formà part de les entrevistes fou el referit a les possibles particularitats del consum en funció del gènere. En altres paraules: consumeixen igual els nois i les noies? Es perceben diferències, per part de les persones entrevistades, entre la relació que puguin establir amb les drogues les dones i els homes?

A l'hora de plantejar aquesta mena de preguntes, trobem dues postures variades. Un dels arguments més repetit és el que defensa que, en aquests temes, no hi ha cap mena de diferència, i qualsevol diferència atribuïble al gènere no és més que una manera de reproduir un discurs diferenciador de gènere que no té base real. També trobem, però, diferents plantejaments que argumenten que sí que n'hi ha, de diferències entre els nois i les noies a l'hora de consumir. Aquestes són variades, i se centren, com veurem, en l'accessibilitat a les substàncies, en les pautes de consum i en els efectes sobre l'organisme i sobre el comportament.

"No crec que depengui del sexe, depèn de la persona"¹¹⁷; aquesta és una de les idees més reiterades al llarg de la recerca. En primer lloc, en relació a les pautes de consum, les persones entrevistades consideren que cada persona consumeix tant com vol o pot consumir i que aquesta decisió no té cap relació amb el gènere. Davant el tòpic que els nois consumeixen més drogues que les noies, les persones que defensen que no hi ha cap mena de diferència, afirmen que "no té res a veure, una dona pot consumir tant o més que un home."¹¹⁸

I a cada persona li afecten diferentment les substàncies que decideix prendre i això tampoc depèn del gènere. Els efectes del consum són molt variats i cada persona, en funció de diferents elements i circumstàncies, reaccionarà d'una o altra manera. Les

117 (4:1405)

118 (4:1409)

característiques de cada organisme, independentment del gènere, seran molt rellevants en relació als efectes de la substància sobre la persona.

"Depèn de cadascú, de cada organisme, però no de sexe, no pots escollir, no podem escollir els efectes." (7:1455)

En el mateix sentit, la personalitat, el caràcter de la persona que consumeix tindran més a veure amb el comportament derivat dels efectes de la substància que el mateix gènere.

"Eso depende de la persona, si está loco porque sí, pues, sea chico o chica, después da igual, estamos hechos de lo mismo." (7:1487)

Tanmateix, el gènere presenta **diferències** pel que fa al consum, en opinió de diferents persones entrevistades. Així, un dels arguments més habituals és el que defensa que hi ha més nois consumidors que no pas noies.

"Yo tengo muchos más amigos, estadísticamente hablando que amigas consumidoras, tengo amigas también, pero me vienen a la cabeza más hombres." (6:1491)

A més, entre les persones que consumeixen, els nois tendeixen a consumir, en general, més quantitat de substàncies. Una persona afirma en relació a aquesta diferència: "Jo crec que els nens tenen més tendència a desfesar-se més"¹¹⁹. I és una opinió força compartida entre joves i adolescents.

119 (1:1146)

Un dels motius que s'esmenten per comprendre aquestes diferències és el que defensa que les noies són més receloses envers el consum de determinades substàncies; en altres paraules, "[les noies] es tallen més davant de les drogues"¹²⁰. Un altre argument el podem trobar en la opinió que a les noies els afecta més negativament el consum, per diversos motius. Un d'ells és una diferència en termes de constitució corporal. S'entén que les dones compten amb una constitució més feble, o menys resistent pel que fa als efectes de les drogues. Aquesta diferència, de totes maneres, es manifesta sobretot pel que fa a l'alcohol, donat que es percep que els nois poden tenir més resistència. En quant a d'altres substàncies, les opinions són diverses.

"A lo mejor, si te refieres a alcohol quizás hay más hombres en tu entorno ¿no? que consumen pero a lo mejor con otras drogas es diferente ¿no?" (6:1509)

Pel que fa al consum en general, existeix la percepció que el nombre de noies que consumeix alguna mena de droga va en augment. "Cada cop hi ha més noies que consumeixen"¹²¹, s'afirma en més d'una ocasió i això fa que esdevingui molt visible, per contrast amb generacions anteriors de dones que no solien consumir cap mena de substància considerada com a droga.

"P7: Antes las mujeres no bebían.

P2: Antes las mujeres no tomaban drogas." (6:1453)

D'altra banda, trobem que algunes de les persones entrevistades afirma que hi ha diferències de gènere en relació a la possibilitat d'accedir a determinades substàncies. Així, les noies tindrien més fàcil l'accés a la droga, pel fet que en els espais de festa són convidades habitualment a consumir per part de nois.

"También es muchísimo más fácil (...) que te inviten desde a una cerveza a lo que tú quieras." (2:1125)

A més, una altra diferència que es percep és la que fa referència a la intensitat del consum. Així, trobem que en ocasions s'afirma que si bé les noies consumeixen menys, quan consumeixen, consumeixen molta més quantitat. En altres paraules, un dels relats comenta que les noies que consumeixen ho fan menys, en general, que els nois, però que "a la que se meten, se meten. ¡Vamos si se meten!"¹²²

Una altra idea, molt rellevant per a comprendre la relació percebuda entre el consum i el gènere és la que fa referència a una diferència de comportament com a causa dels efectes del consum. Algunes persones afirmen que, de fet, tant noies com nois consumeixen d'igual manera, però que per aquests últims els efectes són sovint més aparents, més cridaners.

"A ellos se les ve más por que hacen más bulto, hacen oeee, oe oe oeee!! Pero que hacemos lo mismo. Yo creo que hacemos lo mismo." (8:1484)

120 (4:1383)
121 (2:1224)

122 (3:1658)

Aquestes diferències es fan paleses en quant als efectes percebuts en termes de desinhibició i d'expressió d'alegria en el comportament. Com hem comentat, les diferències no són rellevants pel que fa a la quantitat, sinó pel que fa a la forma de manifestar els efectes vinculats a aquest consum. El següent diàleg planteja que és la forma, no la quantitat de consum, el que diferencia a nois i noies.

P8: Es que yo creo que igual.

P2: No tanto por número de consumidoras sino por la forma, yo creo.

P8: (...) ves a más tíos colocados que a más tías, o sea no, los veo de la misma manera, lo que pasa que a lo mejor ahí está la diferencia.

P2: La violencia y cómo te desinhibes." (6:1517-1524)

La violència apareix com un d'aquests efectes. Sembla que s'entén que en el cas dels nois, el consum de determinades substàncies provoca comportaments violents, mentre que les noies no participen tant en aquests comportaments. Aquest comportament s'atribueix a una manera de ser pròpia del gènere masculí.

"Els païos arriben a ser tant rucs, no? que començaven a liar hòsties a una paret per fotre el cop de puny, saps? Una paia dirà: «jo me tinc que fotre un cop de puny?» (...) [els nois] som més animals, pues amb les drogues, igual. Més animals. Les paies, tela, eh! Tela, que són vicioses a matar però per lo menos (...) tenen una mica més de cap." (8:1497)

També es troben formes diferents de consumir. Es manifesta que els nois consumeixen de manera més intensa i descontrolada que les noies, que consumeixen de manera més moderada. En un dels relats es proposa una comparació molt explicativa d'aquesta diferència: "Es como beberte un cubata o... hacerte el Sant Hilari ¿sabes?"¹²³ Amb aquests símil se sintetitza la idea que trobem més desenvolupada en el següent relat:

"Al sortir, un noi el veus desfassadíssim; potser te pillà, es jarta tres pollos de coca o algo. Però la xavala potser no se'ls jarta aquella nit, però se la fot durant la setmana, saps? Potser no és el dia a dia, el dia a dia potser és la xavala i després el xaval és, a saco un dia." (1:1156)

És interessant observar com aquestes valoracions reproduïxen d'alguna manera discursos que són molt presents en la nostra cultura al voltant del gènere, en els que la feminitat és entesa en termes de tranquil·litat, moderació i mesura, mentre que la masculinitat està vinculada amb l'ímpetu, la violència i el descontrol. Les opinions en relació al consum de determinades substàncies no escapen d'aquestes diferències, i atribueixen als nois un consum més intens, desmesurat i impulsiu, i a les noies un consum més calmat, assenyat i controlat.

123 (8:1490)

El debat sobre la legalització

Les converses al voltant del consum de drogues solen comptar amb un debat molt habitual i controvertit: la legalització. Aquests tema ha estat present al llarg de la recerca i s'ha expressat en dues postures molt clares. La majoria de les persones entrevistades es posicionen o bé a favor o bé en contra de la legalització, tot expressant diferents arguments per a defensar la seva opinió.

Les persones que es posicionen **a favor** d'una legalització de la droga argumenten la seva posició a partir, fonamentalment, de dos motius. En primer lloc, el fet de legalitzar les substàncies que actualment són il·legals i perseguides permetria millorar el **control** d'aquestes substàncies i reduir així molts dels riscos associats al seu consum. En segon lloc, la legalització permetria **normalitzar** un consum massa estigmatitzat i carregat d'intolerància i de poca comprensió.

Pel que fa als beneficis que suposa un control de les substàncies, la legalització permetria, d'una banda, establir criteris i regular molt millor la composició de les mateixes substàncies i reduir, així, part dels efectes perjudicials per a la salut relacionats amb el consum. D'altra banda, els ingressos en termes d'impostos derivats d'un consum legal, podrien invertir-se en la millora de la capacitat d'intervenció sanitària. Finalment, la regulació de les vendes permetria que el mercat negre deixés de tenir sentit i s'evitarien tots els conflictes que provoca actualment.

"La droga hi és, legal o no legal, per què ho estem veient avui en dia. És il·legal i hi són. No crec que legalment

n'hi hagi més, que se n'inventin més. Legalitzem-les i això és un control, és un control sanitari, és un control sobre quina substància hi ha al mercat. I el que deia, són ingressos per l'Estat, i molt diners." (4:1441)

En relació a la normalització del consum com a conseqüència de la legalització, les persones entrevistades consideren que el fet que una substància no sigui prohibida permet que el seu consum no estigui tan estigmatitzat. D'aquesta manera s'aconseguiria fomentar la tolerància envers les pràctiques de consum i reduir, alhora, el component atractiu amb que compten aquestes substàncies pel fet precisament d'estar prohibides. Com es comenta en una entrevista:

"La droga tindria una altra imatge, saps? Si és legal té una altra imatge. Per exemple, l'alcohol és legal i té una imatge. Els porros no són legals però si fossin legals, vull dir..." (4:1475)

Essent tants els avantatges derivats de legalitzar les drogues, algunes de les persones que es posicionen a favor tracten d'explicar quins són els motius, doncs, que impedeixen la legalització. Les explicacions són diverses; trobem que es fa referència a la hipocresia de la societat en general, que sanciona però consumeix; a la incapacitat de les autoritats sanitàries, legals o educatives, que no comprenen la realitat que els rodeja, o a falta de voluntat de l'àmbit polític per acceptar que les drogues són a l'ordre del dia, que existeixen i es consumeixen en molta quantitat.

"Personalment jo crec que si no estan legalitzades, avui en dia és perquè la societat té por d'acceptar que hi ha

drogues al carrer. No ho volen acceptar, per això no estan legalitzades. Per què jo només veig avantatges de legalitzar la droga.” (4:1539)

Per a moltes altres persones però, els motius pels quals la droga no és legal són molt diferents. En el debat sobre la legalització, les persones que es posicionen **en contra** plantegen un seguit d'arguments per defensar que la legalització de determinades substàncies comportaria més greuges que beneficis i precisament per això és positiu que no canviï la llei en aquest sentit.

Des d'una postura contrària s'accepta que la legalització de les drogues permetria un major control sobre les característiques de la substància i sobre les pràctiques il·legals que comporta el seu mercat actualment. Tot i així, les persones que es posicionen en contra de la legalització argumenten que el fet de regularitzar certes substàncies provocaria un **augment del seu consum**.

“Per què és que és un risc molt gran, no? Per què es consumiria molt més o... sí, és que és això, es consumeix molt més o vale, potser hi hauria més control, no? Però el consum pujaria.” (4:1469)

Des d'aquest punt de vista, despenalitzar determinades substàncies es percep com un risc. Es dona per suposat que la prohibició funciona com un descoratjador del consum i que la legalització de determinades substàncies provocaria que aquestes estiguessin més a l'abast de tothom i que, en conseqüència, augmentés el seu consum.

“Sí però més a l'abast, encara hi hauria molt més.” (4:1447)

“Ja ho veig a vindre que si es legalitza la marihuana tothom a fumar a saco.” (5:570)

Alhora, s'entén que el fet de normalitzar el consum reduiria la percepció de perill associada a la droga, de tal manera que aquesta podria ser desitjable per a tothom, tant per a qui ja consumeix com per qui mai s'ho ha plantejat, precisament pel fet que són il·legals.

“Hi hauria més facilitat per una persona que ja té vint-i-pico d'anys o ja és major d'edat i «va, vaig a provar-la» i amb la brometa pues, «va, ara està legal? No és tan perillós».” (4:1513)

Una postura que se situa entre les dues esmentades és aquella que defensa que la legalització pot ser precisament la manera més eficaç per impulsar campanyes educatives i acabar amb els riscos i conflictes associats al seu consum.

“La imatge de dolenta es continua donant. Legalització només vol dir un control sanitari i uns impostos sobre la droga, no vol dir res més. No vol dir donar una bona imatge o una mala imatge. Al revés, jo crec que legalitzant-la i fent campanyes contra droga, seria més fàcil acabar amb ella.” (4:1553)

Així, el recurs de legalitzar-les es vist en termes de prevenció atès que facilitaria la difusió de campanyes abstencionistes. Es considera que l'efectivitat d'aquestes campanyes es veu reduïda pel fet que les substàncies estiguin il·legalitzades ja que la prohibició, sovint, provoca l'efecte contrari de desitjar transgredir, que la legalització eliminaria.

El risc

Més enllà de les definicions conceptuals, donades en el marc teòric, i que orienten aquesta investigació, alguns dels interrogants més importants que plantejarem en aquest apartat es refereixen a com les mateixes persones entrevistades entenen del concepte de risc.

Fruit dels relats dels participants de la recerca ara explorarem de quines formes s'apropien del concepte risc per significar i orientar les seves accions. Així mateix, comentarem com i on es percep el risc en l'oci nocturn i en el consum de 'drogues'. Per aquest motiu també atendrem als arguments que justifiquen i sostenen els relats de les persones entrevistades.

Significació del risc

Algunes de les preguntes utilitzades en els grups de discussió demanaven per la significació que se li dona a la noció del risc. Per això, per tal de conèixer les pròpies definicions d'aquesta població es van incloure interrogants com: 'Què és el risc?' o 'Què significa per a vosaltres el Risc?'

En primer lloc, hem observat que, en els relats de les persones entrevistades, apareix el risc lligat a **la presa de decisions**, a una elecció o a un esdevenir d'accions que necessita, en algun moment, d'una selecció entre varies opcions. El risc es presenta com quelcom que es troba vinculat a les persones i als seus actes en un context determinat. Com si estiguéssim recorrent un camí,

el risc apareixeria davant d'una bifurcació, moment en què s'ha de prendre una decisió que pot comportar diverses conseqüències segons el que s'acabi escollint. El risc emana del dilema d'haver de situar-se en les conseqüències que comportarà la decisió.

"Tú te pones en una situación, te encuentras en una situación de... de dilema, ¿sabes? De decir... una de esas dos probabilidades puede ser negativa, ¿sabes?, y puede ser dolorosa, y puede ser peligrosa, ¿sabes?" (1:158)

En aquest cas, el subjecte del risc és concebut com a subjecte de la decisió. És a dir, que la persona que assumeix el risc és la mateixa que pren la decisió. Per tant, parlem de risc en tant que les persones s'hi juguen quelcom en aquesta decisió. Com veurem més endavant, aquest fet es torna molt més palès quan es fa referència a la possibilitat que apareguin conseqüències negatives. La possibilitat de realitzar diferents opcions pressuposa una disjuntiva, un moment de pressa de decisions. I sense aquest moment de decisió, la frustració, el dany o el "xungo"¹²⁴ no podrien ser entesos com a riscos.

Ara bé, el risc no s'esgota en un sistema d'opcions, amb possibles finals de valoració diferent, sinó que també suposa assumir o acceptar aquest joc d'opcions múltiples. El fet de

124 Un mal viatge que es dona per un únic consum en una situació determinada (amb diversitat de factors que poden concórrer com a causa) i que pot provocar seqüeles molt greus.

decidir implica trencar amb l'esdevenir atzarós. Aquest trencament és la responsabilitat. En les seves paraules:

"Pero es aceptarlo o no aceptarlo o sea, entonces depende de lo que aceptes o de lo que no aceptes o hasta el punto de lo que tu quieras llegar tanto con el alcohol como cualquier otra cosa." (6:499)

Així, les conseqüències retornen a la persona el pes de la seva decisió, vinculen a la persona amb la decisió presa. I per tant, la responsabilitzen de les conseqüències.

"Pero de todas formas es una decisión tuya." (6:1347)

I és que es pren una decisió tot esperant uns resultats, unes conseqüències desitjades o esperades. Ara bé, els efectes d'una decisió o d'una acció acostumen a romandre incerts, en major o menor mesura, fins a la mateixa consecució. Aquesta incertesa vers l'esdevenir dels fets és el risc. És a dir, el risc pren un **sentit de contingència**, en tant que s'obre la possibilitat que succeeixi allò que no s'espera.

Concretament, parlem del risc com quelcom lligat a possibles conseqüències no desitjades. El risc roman en els efectes no desitjats. Així, es presenta una cara negativa del concepte de risc que es podria resumir sota la idea de coses negatives que podrien passar. Parlem de la probabilitat que alguna cosa pugui acabar malament. En un sentit ample, fa referència al dany, a la frustració o a la derrota. Dintre del marc referit a l'oci nocturn o al consum de drogues, es parla d'un accident, de rebre una pallissa o d'un *xungo*:

"Sabes que puedes hacerte daño ¿no?... Y fracasar, de que no te sale bien y tener una frustración." (2:306-310)

Davant aquestes situacions de risc també es pot dir que, "és una mica mala sort també."¹²⁵ Darrera aquest últim comentari veiem que el risc quedaria associat a l'**atzar** i, per tant, com quelcom independent dels coneixements i la decisió de la persona. Aquí estariem parlant d'unes conseqüències, d'una manifestació del risc que va més enllà de la presa de decisions. I així en aquest cas ens preguntem: no estarem parlant de perill?

Respecte d'aquest interrogant, trobem dues respostes. La primera d'elles, és que els relats no estableixen cap distinció entre ambdós conceptes. En alguns casos, parlen indistintament de **risc i perill** i els fan servir com a sinònims. O bé es defineix el risc com quelcom perillós. En altres, fins i tot explícitament, ens diuen "No veo mucha diferencia entre una cosa y la otra."¹²⁶

Clar que hi ha una segona resposta a l'interrogant que sí distingeix ambdós conceptes. Així, afirmen que risc i perill no signifiquen el mateix. Així, ens solen remarcar que el risc suposa assumpció i decisió, mentre que el perill arriba des de fora i amb independència d'allò que es vulgui fer o es pugui decidir.

"Yo creo que es cuando ya no tienes control sobre lo que vas a asumir... Cuando ya no estás dispuesto a arriesgarte más, consideras algo peligroso." (2:246)

125 (7:352)

126 (2:251)

Així, parlem del perill com l'esdevenir negatiu de l'atzar en tant que no depèn de la nostra voluntat. Ara bé, un dels efectes d'aquesta associació entre risc i atzar o perill pot ser la desvinculació de les conseqüències de la presa de decisions. Llavors, s'introdueix un tall entre la responsabilitat i les accions de les persones.

"Va ser per la culpa d'un altre... Va ser l'altre que va posar el riesgo, jo no." (3:548-561)

Aquesta associació apareix com a factor explicatiu, a posteriori, de les conseqüències de les decisions preses. Per tant, aquest tipus de relats fan més referència a determinar sobre qui recau la responsabilitat que no pas sobre què significa el risc. Així, els relats parlen de **responsabilitat** en termes d'assumir les conseqüències dels propis actes o decisions.

"Estar dispuesto a aceptar la derrota... el fracaso... el fracaso o la victoria, ¿no?" (6:294-298)

Un altre aspecte que defineix el risc és la relació entre la decisió i la situació. La presa de decisions és un acte que pressuposa una elecció i per tant, també pressuposa una voluntat. Sota aquests paràmetres, decidir implica un **control** sobre les opcions vers les que s'escull fer quelcom, més no que pas sobre totes les opcions possibles.

"El control lo tienes en cuanto a la decisión, pero no en cuanto a tu organismo... Las decisiones son tuyas y ese es tu control, pero..." (2:691-695)

El control també fa referència al coneixement, tant del context on es situa la persona com dels possibles efectes de les pròpies

decisiones. Per tant, el risc també implica una relació amb el coneixement. De fet, el risc pressuposa un coneixement sobre allò que pot esdevenir en un moment determinat. És per això que tota decisió implicarà un risc, en tant que les possibilitats no contemplades segueixen alimentant la incertesa dels efectes de les nostres accions.

Aquesta tensió entre allò conegut i allò desconegut ens porta directament al què en els relats s'anomena, metafòricament, 'la frontera'. Parlem d'aquell **límit**, fràgil i variable, entre el coneixement i el desconeixement. Tot i que aquesta metàfora de frontera és coincident, trobem diferents formes de donar-li sentit a aquest límit. Així, ens trobem amb dues formes de decidir o de construir les accions possibles en funció de com és concebut el límit, aquesta fina línia que delimita la frontera.

En un primer cas, el límit s'entén com un final, com aquell punt on s'acaba un recorregut. El reconeixement del risc se sent com una barrera, un fre o com un espai que no es traspassa o que no s'hauria de traspassar.

"O sea, si vas al borde del límite, allá es el riesgo." (5:313)

Aquest límit defineix clarament allò que es coneix, i per tant, marca l'àrea d'acció on la persona s'atribueix un control vers l'esdevenir. Més enllà d'aquesta línia no se sap el que pot passar. Quan els relats fan referència a aspectes relacionats amb la salut el límit es defineix com un final.

Pel contrari, hi ha una segona forma d'entendre el límit que el planteja en un sentit molt diferent, entès com l'espai de la

transgressió. En aquest cas el límit és un atractiu per anar més enllà, com una barrera que ha de ser saltada.

"El risc és com trobar-te a la frontera entre el que saps que és clarament els teus límits i on... creus que no podràs arribar, i entre lo que ja tens per la mà i ja és la teva vida, saps? O sigui és estar allà al mig i dir... «¡allá voy!»" (1:162)

En aquest segon cas, el límit ens remet a la curiositat, com si es tractés d'una porta cap al coneixement. Aquí el límit té un sentit d'experimentació que portarà a la persona a descobrir nous camins.

Ara bé, com hem comentat, ens hem trobat amb el reconeixement que perquè hi hagi risc es necessària la presència d'opcions en múltiples direccions. Si només hi haguessin conseqüències negatives com a possibilitat, no s'assumirien o la seva assumpció no es definiria com a risc. Des d'aquesta concepció, el risc és concebut com a una balança de pèrdues i beneficis (potencials o presents), per a valorar i decidir el decurs de les accions. Vet aquí que la transgressió del límit també es planteja com quelcom que pot aportar uns beneficis o unes millores.

"Pero no es tan sólo lo malo porque te puede ocurrir algo bueno, también." (2:209).

A aquesta cara positiva se li atribueix un valor d'obertura de possibilitats. Des d'aquí, el risc es defineix com la possibilitat de

canvis, considerats positivament. "Aventura... algo nuevo... cambios... desinhibición."¹²⁷ A més a més, els relats també exposen l'atractiu del desafiament, d'allò desconegut o de l'interrogant. El desig d'omplir el buit que obre la contingència, el desconeixement del desenllaç com a motivació per a l'assumpció de riscos:

"Clar és que a part, l'home de sempre tendeix a anar cap a lo desconegut, averiguar, i vol saber sempre molt, i per això jo crec que també ens fiquem sempre... en el merder." (1:319)

Així mateix, quan es pensa el risc com a límit també es reconeix que aquest es defineix **subjectivament** o socialment. El límit no ve donat per la situació sinó que aquest dependrà de com es significa la mateixa situació. És a dir, la conceptualització d'una situació com a portadora de risc dependrà de les persones o dels col·lectius que la defineixen. El risc sorgeix en funció de com és conceput una situació, de la importància atribuïda a les seves conseqüències i de la responsabilitat que s'assumeix respecte als efectes del que es fa.

"El risc pot existir o no pot existir. O sigui si no t'importen les conseqüències no tens risc. No t'importa el risc, elimines el risc." (7:282)

Llavors, el risc emergeix de la relació entra la persona i el context. La significació del context i la presa de decisions que hi

127 (6:252-262)

tenen lloc portaran a determinar l'existència i la percepció del risc. Per tant, davant d'un mateix context trobarem percepcions de risc molt diverses segons els significats que les persones o els col·lectius hi atribueixen. I en conseqüència, la presa de decisions estarà emmarcada dintre aquestes significacions. Aquest fet permet entendre perquè en el mateix context a vegades el risc es veu com omnipresent i en d'altres es veu com inexistent.

Així doncs, en el següent punt passarem a tractar la percepció del risc com a primer aspecte que ens permetrà veure com s'apropien les persones d'aquesta significació que, finalment, acabarà determinant el risc que s'atribueix a una situació.

La percepció del risc

Un matís que interessava conèixer en aquesta investigació és la manera com els joves consideren o perceben la presència del risc, el seu grau d'intensitat o la possibilitat de gestionar-lo. Si en l'apartat anterior hem comentat el que és el risc ara passarem a comentar com i on es percep el risc.

Així, quan es pensa respecte a la presència del risc, invariablement, es relata sota una condició d'omnipresència. És a dir, a totes les entrevistes es parla del risc com d'allò que hi ha a tot arreu, que sempre el tenim i que tots assumim. Amb aquesta

idea que sosté que "La vida es riesgo."¹²⁸ Fins i tot es consideren ambdós com a conceptes sinònims.

Aquesta referència a la **omnipresència** del risc en la vida quotidiana i a la seva consideració que està lligat amb tot el que fem troba diverses justificacions. La més usual es refereix a que els efectes d'una decisió no afecten només a qui la pren, sinó que també afecta a terceres persones. "Un risc... no només per a tu sinó també pels demés."¹²⁹

És a dir, la consideració del risc no s'esgota en el subjecte que decideix. Així, els riscos, per a cadascú de nosaltres, es multipliquen en funció de la quantitat de subjectes que poden prendre una decisió que ens acabi afectant. Igualment es pot plantejar en el sentit invers, atenent a qui podríem afectar amb les nostres decisions:

"No a parte este colgao... está con su parra y... sabes?
Que tu estés en tu historia y te venga y te haga estar...
meterte en un riesgo, no? O sea... que és el mateix."
(1:393)

Des d'aquesta concepció sorgeixen varies conseqüències. Per una banda, observem la consideració com a risc de moltes situacions i factors que, en el moment actual, no poden ser valorats o considerats. En altres paraules, la idea que hi ha riscos que no es poden veure però als quals estem exposats:

128 (2:207)

129 (4:391)

"Yo creo que muchas veces estamos expuestos a riesgos que ni conocemos, que no sabemos que estamos corriendo que puede ser des de la alimentación, determinados productos que tomas ¿no?" (6:365)

Així, l'argumentació amb la que es defineix la posició del subjecte respecte el risc ens aboca a una **situació d'exposició**, ben diferent de la noció d'assumpció derivada de la presa de decisions. Aquí es defensa l'idea que hi ha un tipus de risc, vinculat sobretot amb la violència a la nit o als accidents que es defineix per l'escassa possibilitat de ser gestionat. Fins i tot es defineix amb nom de "*risc indirecte*".

"Pero a veces no es lo que tu busques, a veces es lo que te encuentras." (2:334)

Aquí es tracta de la possibilitat de ser objecte de les conseqüències de les conductes alienes. La responsabilitat en aquests casos es redueix a una contingència situacional, al fet "d'estar allà" (anar a una disco, tornar per un carrer inadequat, trobar-se amb gent "pujada", etc.).

"Perquè a vegades te trobes en situacions... pues només tens que passar per aquell carrer... Encara que tu no corres el risc directament, el corres indirectament." (5:445-447)

I amb aquesta concepció es presenta una conclusió molt interessant referida al fet que a major nombre de subjectes que ens puguin convertir en objectes de les seves decisions, majors seran els riscos. Així, la ciutat es pensa com a espai de riscos per definició:

"Des de que vivim en societat tenim uns riscos ja que ens envolta la ciutat." (4:415)

En definitiva, es generalitza la concepció del risc com omnipresent, en el sentit que és a tot arreu o es deriva de tot el que fem. Igualment, es troba en tota la població entrevistada la distinció entre l'assumpció i l'exposició com objectes de les conseqüències al risc.

No obstant, aquestes coincidències depenen de si es posa l'accent en la decisió o en la contingència. Segons si es concep d'una manera o de l'altra apareixen matisos en la consideració del risc. Així, quan es considera la decisió com l'element bàsic del risc (un component volitiu), se'l representa com quelcom que es pot controlar, gestionar, i fins i tot eludir. És l'idea que, davant del risc "**Controles més, vas més atent, t'emparanoies més**"¹³⁰. Des d'aquesta concepció, augmentant el control, la cura i l'atenció d'allò que fem, la condició d'omnipresència del risc no comportaria incertesa.

Però, de la mateixa forma, quan ens trobem amb un discurs que posa l'atenció sobre el caràcter contingent del risc, aquest es veu d'una altra forma. La seva dependència de variables alienes a la voluntat originen consideracions del risc que el valoren com **incontrolable** i escassament gestionable. "**Però és que com ho vols controlar, saps? Com ho vols controlar?**"¹³¹. Des d'aquí, el dany potencial que pot comportar (entès com a pèrdua, frustració,

130 (3:592).

131 (1:439)

fracàs, dolor o quelcom semblant), fa del risc quelcom **incalculable**. A més a més, en tant que aquesta contingència és intrínseca a qualsevol decisió, el risc també seria quelcom **inevitable**. Aquesta triple condició atribuïda al risc quan es pensa com a contingent (incalculable, incontrolable, inevitable), s'expressa a la següent cita:

“Cualquier cosa que te vayas a hacer tiene un riesgo, siempre. Por un lado o por otro ¿sabes?” (8:252)

En aquest sentit, observem diversos relats que donen peu a certs plantejaments a l'hora d'encarar aquesta dependència de la contingència. Així, optar per “no fer res” degut a la incertesa que implica la contingència vinculada a tota presa de decisions, també esdevé una elecció que comporta pèrdues. La passivitat com a concepte contrari al risc forma part de les opcions múltiples, i per tant, també podrà comportar un seguit de conseqüències negatives. Al cap i a la fi, la passivitat o “el no fer res” també són una decisió. Podem dir que es parla de tota acció humana com una ponderació entre pèrdues i beneficis.

“Tienes que valorar el riesgo que es, porque tampoco te vas a quedar en casa y sin hacer nada diciendo aquí estoy seguro ¿no? Sales y asumes los riesgos que te puedan ocurrir.” (6:363)

Resumint, hem trobat una argumentació que neix de la contingència i que porta a reconèixer la impossibilitat d'evitar el risc. Segons aquesta concepció es presenta una conclusió molt interessant: si el risc és quelcom inevitable llavors cal assumir-lo. La seva assumpció, doncs, té **caràcter de necessitat**:

“Tu cuando haces algo sabes que hay riesgos, y si no los asumes, no lo hagas. Eso sería desde mi punto de vista. Tienes riesgos, tienes que asumirlos algún día.” (2:243)

En aquesta línia, tot i que es relata una omnipresència del risc que inevitablement porta a la necessitat de gestionar-lo també es fa una matisació: hi hauria diferents graus de risc. “Un més grans i uns altres no tant”¹³². Aquesta graduació del risc estaria determinada pels espais, pels moments o fins i tot pels estats d'ànim particulars, com a factors més influents. Així, el valor que pren el risc en la presa de decisions seria contextualment depenent i estaria determinat per factors subjectius:

“Los riesgos están en todas partes, para mi, pero más si salgo fuera de mi entorno que si hago una fiesta en mi casa.” (2:326)

Ara bé, aquesta graduació del risc té molt a veure amb un **sentit de control**. Tot i que inevitable, es relata un menor risc quan es percep un major control de la situació i a la inversa. Així, observem que la presa de decisions s'orientarà cap una cerca de control que permeti minimitzar la contingència que comporta.

En aquest punt és interessant assenyalar que tot aquest debat respecte a com s'ha de considerar el risc, en el sentit de si és o no eludible i controlable, són postures i versions d'allò que es podria anomenar “la Gestió del Risc”. És a dir, ens trobem davant

132 (4:330)

de possibles plantejaments vers la possibilitat de fer aquesta gestió o de com s'hauria de fer.

En resum, els matisos respecte a la percepció del risc es refereixen a un sentit de la gestió (quan es considera com s'hauria d'actuar) i a un sentit de control (quan es considera com es percebent).

Risc i nit

Una vegada definit el concepte i considerada la qüestió d'on s'ubica el risc, queda per pensar si existeixen contextos o activitats particulars que es vinculen específicament el risc. Tenint en compte aquest interès s'ha atès a la relació que expressaven les persones entrevistades entre la nit i els seus riscos. És a dir, ens hem preguntat pel vincle que expressen entre el risc i un context determinat: el moment i espai de la festa.

Una primera definició que es pot trobar d'aquesta relació, senyala que **no hi ha cap vincle especial** entre el risc i la nit. Així, sota la consideració de que "tot arriba a tot arreu,"¹³³ es considera que no hi ha cap motiu per a fer aquesta associació d'exclusivitat. És a dir, s'afirma que hi ha riscos a la nit però que no són necessàriament més que en altres moments o espais. No es veu a la nit com un context especialment carregat de riscos.

133 (1:382)

Es donen varies explicacions a l'hora d'argumentar aquesta idea d'equivalència entre la nit i altres contextos com a moments de risc. Un d'aquests arguments assenjala que és el tipus d'activitats o l'acció que es realitza el que determina el risc, independentment d'altres factors contextuals.

Es posa l'exemple de fer escalada o els excessos de velocitat per explicar aquesta idea. Una altra versió d'aquesta postura ens parla que el context ve donat per molts factors i no únicament per l'horari o la quantitat de llum. En aquest cas, es posa l'exemple d'anar a una disco amb totes les normes de seguretat o sortir a una *Rave* a plena llum del dia. Així, s'explica que l'horari de la disco, per si sol, no porta elements propis del context que incrementin els riscos.

Un últim argument que s'oposa a l'associació exclusiva entre risc i nit, es basa en l'arbitrarietat que suposa homogeneïtzar els contextos per a fer-los comparables. En primer lloc, perquè cada nit pot comportar un context diferent, l'horari només seria un dels seus elements. I en segon lloc, perquè si cada context determina o condiciona un tipus de risc particular, aquests no es poden comparar entre sí:

"Yo creo que por la noche no asumes más riesgo que por el de día. Asumes otra clase de riesgos pero no implica más riesgo." (2:340)

És a dir, es fa referència a la no exclusivitat de la nit com a espai o moment del risc. Però, a més a més, la seva presència en d'altres contextos implicaria una diferència qualitativa que impediria establir qualsevol baròmetre.

D'altra banda, trobem amb una segona definició de la relació del risc amb la nit, que es podria definir com quelcom que no és necessari però que **existeix a la pràctica**. Aquest vincle, d'acord a les seves paraules, s'explica com:

"No té per que, però... saps?, dona la puta casualitat que sí." (1:282)

La justificació que es dona per a fer aquesta afirmació es refereix a que més enllà de factors propis de la nit (com la manca de llum), hi ha activitats associades que delimiten el context. Així, per exemple, la nit és definida socialment com el moment de la festa. Per això, es reuneix un gran col·lectiu per fer activitats com beure i prendre altres substàncies psicoactives o cansar el cos (ballar, lligar, no dormir), etc. El llocs de festa solen trobar-se lluny dels llocs on es viu, fet que suposa haver de tornar (a vegades sols, a vegades conduint). Tots aquests són factors que fan que, més enllà de no haver-hi cap necessitat lògica, a la nit s'incrementi la contingència.

Les dues versions anteriors descrites de la relació entre risc i nit es defineixen en **un sentit de contingència** en tant que la nit és un context més de risc com qualsevol altre. Certament, la primera versió es queda en aquest punt i en canvi, la segona versió explícita els mecanismes de creació de contingència a la nit.

Finalment, es presenta una tercera definició d'aquesta relació segons la qual hi ha **un vincle intrínsec** i indissoluble del risc amb la nit. Segons aquest relat es considera que els factors propis del context de la nit estan, per si sols, carregats de

contingència. Aquest és el motiu pel qual tant la manca de llum o la disminució de la visió amb poca llum es consideren generadores de riscos. Des d'aquesta concepció, la nit és un espai de vulnerabilitat:

"Primer no és el nostre hàbitat la nit. Com a humans, jo crec, no estem capacitats físicament doncs amb visions nocturnes i coses així. Sí que hi ha animals que viuen de nit, no? Nosaltres som més vulnerables a la nit, no només per drogues i per coses que es poden consumir durant la nit, sinó per altres efectes." (4:415)

Així, els mateixos factors que portarien a considerar a la nit com un espai d'intimitat i comunió (i per tant de trobada i relació amb els altres), o com el moment del trencament amb allò que és quotidià, adquireixen, ara, una valoració negativa. La manca de llum i la reducció d'allò que és visible fan que la nit, en un **sentit de control**, es defineixi com un context de risc i no de diversió. Per tant, si és menys visible també és menys controlable i en conseqüència, s'incrementarà l'incertesa. D'aquesta manera, si bé els riscos de la nit no serien exclusius (accidents, baralles o altres formes de violència), quan es pensen dins d'aquestes condicions s'incrementa la sensació de desprotecció:

"Realment estàs menys segur per que si jo torno a casa, em ve un paiu i em diu algo o em pren algo, jo que faig? Jo em quedaré així, no podré cridar, i ningú em podrà salvar allà." (1:341)

En definitiva, les respostes a l'interrogant del vincle entre el risc i la nit poden ser tres: no hi ha cap relació especial, doncs això depèn més de les activitats que no pas dels moments i, a més,

els diversos contextos no es poden comparar entre sí. No tindrien perquè tenir, necessàriament, un lligament especial però a la pràctica sí que succeeix perquè les pràctiques socials incrementen les contingències en aquest context. O bé sí que tenen un vincle intrínsec ja que no és un hàbitat natural per l'ésser humà.

Risc i consum

Ara passarem a veure com es vinculen mútuament les nocions de risc i de consum. És a dir, centrarem aquest apartat en veure els relats que associen els riscos a les 'drogues' i al seu consum.

Abans de començar, creiem convenient recordar que la concepció que tota decisió comporta un risc és força generalitzada. Sent així, era d'esperar que tots els entrevistats consideressin que la decisió de consumir substàncies psicoactives comporta sempre un risc. És a dir, tothom relata que hi ha una relació entre risc i consum.

"Sí, sí, clar." (1:403)

"Altíssima." (6:477)

A pesar d'aquesta coincidència generalitzada existeixen moltes concepcions diferents d'aquesta relació. Un primer grup de diferències ve donat per la consideració del tipus de risc que es derivarien del consum. Així, ens podem trobar amb la referència al dany físic, amb les conseqüències psicosocials negatives i amb l'addicció.

El dany físic

Pel que fa al dany físic hi ha, d'una banda, tota una sèrie de relats que parlen dels efectes derivats d'un consum agut. Un d'aquests efectes és el que coneixem com **la sobredosi** i que es caracteritzaria per una ingesta massiva d'una substància, més enllà de la que el cos es capaç de metabolitzar. Una cita que explica aquest risc és la següent:

"De golpe y porrazo la vemos en el suelo, al hospital, que le había dado un coma de lo que se había metido de alcohol y de drogas. Y no se le notaba nada incluso. Yo después me enteré que esa noche de fin de año se compró tres gramos de cocaína, una persona sola."
(6:1273)

Un altre d'aquests efectes derivats d'un únic consum i que pot comportar dany físic (encara que també patiment psicològic), és el que s'anomena com "**el xungo**". A diferència de la sobredosi, el *xungo* es pot presentar amb independència de la quantitat de substància consumida, i sense vincular-se a l'experiència prèvia (a la tolerància del cos).

Així, la definició amb la que es presenta el *xungo* és: un mal viatge que ve donat per un únic consum (amb diversitat de factors que hi concorren com a causa) i que pot comportar seqüeles molt greus. Entre aquests factors desafortunats s'inclouen un cos dèbil o malalt, una mala barreja o el fet que la substància estigui tallada amb altres components nocius, un estat emocional poc propici, etc. Dins de les seqüeles possibles, es fa referència al desencadenament d'esquizofrènies, malalties

cardíacques, etc. (encara que es pot anomenar com a *xungo* qualsevol mal viatge).

“Sí per que pot ser que te la prenguis i et vagi un viatge de...molt malament, saps?” (1:425)

D'altra banda, hi ha els relats que parlen dels efectes produïts per un **consum crònic**. En aquests casos es fa referència a les malalties físiques i a les seqüeles que es derivarien del consum de substàncies psicoactives a llarg termini. Una cita que resumeix aquesta idea diu:

“Vaja, pot afectar al fetge, i et pot canviar la vida completament.” (5:328)

Igualment, un altre risc lligat al consum i sobretot a l'experiència del *xungo*, és la impossibilitat de desfer-se dels efectes si aquests no són agradables. Aquí es parla del temps que dura activa una substància dins del cos, del reconeixement que “*está en la sangre, no se te va.*”¹³⁴ I del risc que suposa que els efectes durin més enllà del que es desitja.

I finalment, existeix una referència a un altre risc de dany físic, però que no es vincula al fet de consumir sinó a certes activitats desenvolupades sota els efectes del consum. En aquest cas, ens referim al risc de patir (o provocar) **un accident**. A més a més, aquesta concepció inclou una preocupació que va més enllà de la pròpia persona i que apel·la al reconeixement de que es pot provocar dany als altres:

134 (8:719)

“Porque tú eres la que coges el coche y si tú te la espías es tu culpa, ¿vale? Pero ¿si te llevas a una familia que viene de viaje? No sé, es que yo se lo digo a mis amigos, a un chico lo hice llorar por esto.” (8:147)

Fins aquí, totes les referències a la relació entre risc i consum atenen a les seves conseqüències de dany físic. No obstant això, el risc no es redueix a una noció física, també es reconeix un altre tipus de patiment amb expressió i/o causes psicològiques i socials.

Conseqüències psicosocials negatives

Així, ja hem parlat del *xungo* com una experiència dolenta. Però també s'anomena “*atrapar-se*”¹³⁵ al **malestar psicològic** que es presenta durant els efectes del consum. Això que es pot descriure com una “*paranoia mental*”¹³⁶, i fa referència a un pensament repetitiu, circular i recurrent, amb preocupació i angoixa, del qual és difícil desprendre's.

Igualment, es fa referència a tota una sèrie de possibles conseqüències lligades al consum que són psicològiques, i que són concebudes com un risc que s'assumeix sempre. Així, **la culpa i la preocupació**, el remordiment, solen aparèixer quan remetien els efectes de la pressa d'una substància psicoactiva. En aquest cas és tracta d'un risc lligat al consum però que es presenta amb posterioritat respecte dels seus efectes propis. És

135 (1:787)
136 (1:819)

una conseqüència que dependria d'una incompatibilitat de caire moral, amb el sistema de valors de la persona que consumeix:

"Arriba un moment que, quan te dons compte dius, hòstia tio, me'n arrepenixo cada nit d'haver-ne consumit. Saps l'estat aquell de que bajón, no? (8:914)

Així mateix, ens podem trobar molt sovint amb un relat que ens parla dels riscos que comporta el consum per a **les relacions interpersonals**. En aquest cas, es tracta de la reducció del cercle social que aniria lligada amb els hàbits i la vida pròpia dels consumidors. La preocupació aquí, s'expressa com la possibilitat "d'aïllar-se"¹³⁷ respecte de la resta de la societat.

Dins d'aquest mateix context, de concepcions de riscos socials vinculats amb el consum es pensa en **la il·legalitat de les substàncies** presses com un motiu de risc. És a dir, si es desenvolupen uns hàbits que estan fora de la llei sempre existirà "El risc de que et pillin,"¹³⁸ amb les seves conseqüències.

Igualment, un altre tipus de risc psicosocial que s'assenyala com a derivat del consum és **la violència**. En aquest cas, tant si es com a subjecte o com a objecte, es considera que la falta de control i la manca de repressió de la agressivitat poden ser efectes derivats de les substàncies psicoactives. Així, allò que s'expressa com "No cortarse un pelo, y no tener filtros de nada,"¹³⁹ seria el que generaria la majoria de les baralles i dels problemes:

137 (5:886)
138 (7:1673)
139 (8:372)

"Yo creo que el noventa por ciento de veces que tienes problemas con un pavo por la noche o lo que sea, va cieguísimo hasta arriba, sino es raro." (8:372)

Però, en termes generals, aquesta manca de control respecte dels propis actes, concebuda com a efecte o producte del consum, no es redueix a la violència. Pel contrari, la preocupació "por lo que hice... lo que dije... el marrón que tuve,"¹⁴⁰ es refereix a totes les dificultats i complicacions per les relacions interpersonals que s'han d'assumir com a risc de prendre substàncies que alteren la consciència.

L'addicció

Hem dedicat un apartat especial per parlar de l'addicció pels motius següents. En primer lloc, perquè és un concepte que es superposa tant a la qüestió de dany físic, com al patiment psicològic i els problemes socials. I en segon lloc, perquè la vinculació entre l'addicció i el risc està molt generalitzada. Tothom, independentment del seus hàbits o la seva edat es refereix al risc a l'addicció que comporta el consum. Fins i tot, aquest risc es pot arribar a resumir com el del consum, el principal de tots ells:

"La addicción... Yo creo que las drogas es mucho el abuso, donde te pierdes." (1:946)

140 (8:634)

Però, potser per aquesta mateixa generalització, aquest risc rep significacions molt diverses. No sempre el vincle entre consum i addicció és entès de la mateixa manera, de forma que el risc que comportaria pot adquirir una força diferent en cada cas.

Per una banda, hi ha un discurs que veu **l'addicció com un risc imminent** del consum, gairebé com una conseqüència o un efecte. Ja no es relata com una possibilitat sinó com un desenllaç necessari i inevitable. És l'idea que, si consumeixes "sempre acabes malament,"¹⁴¹ independentment del que facis o com ho facis.

Llavors, sota aquest discurs emergeix la idea que no consumir adquireix la forma d'una prohibició sustentada per la por. No fer-ho per la por a no poder deixar de fer-ho. Aquesta concepció, gairebé fatalista, del risc que suposa consumir, s'explica a la següent cita:

"El riesgo a ti mismo, a que eso te guste y quieras seguir... Y luego, cambiado, dices me parece fantástico y ya me da igual. Para evitar caer en esa tentación tomas la decisión de no, no quiero entrar ahí." (6:501-505)

I d'altra banda, hi ha una concepció oposada que critica aquesta idea d'addicció al considerar-la un tòpic. Des d'aquí es parla de **la possibilitat de gestionar** sempre el consum, i per tant, el risc a l'addicció. És a dir, el fet de prendre substàncies psicoactives comporta un risc, però no una fatalitat.

141 (4:1063)

"Por que te fumes un chino de caballo no acabas yonki en una esquina pidiendo." (2:566)

I com era d'esperar, aquestes dues concepcions presenten matisos o fins i tot versions. Algunes d'aquestes prenen la forma del dubte sobre si l'addicció és una qüestió física o psicològica. I segons on es fiqui l'accent es veurà el desenllaç com menys evitable, o més o menys gestionable. El cos, en aquest cas, es considera un espai amb més independència respecte de la voluntat i, per tant, menys controlable i amb menys possibilitats de ser gestionat.

Finalment, i relacionat amb la possibilitat de gestionar, no volíem acabar sense considerar una circumstància que és definida i entesa com un risc que es vincula amb el consum. Parlem de la possibilitat, tot i assumir els efectes negatius que comporta el consum, de **no gaudir dels efectes desitjats**. Es tracta de l'altra cara de la contingència: l'absència dels resultats pels quals s'ha pres una substància. En aquest cas, s'assumeix que el consum va lligat a conseqüències o efectes dolents, però es prefereix prendre'n per tal d'assolir els beneficis o plaers associats. El fet que aquests beneficis puguin no aparèixer es relata com un risc del consum:

"Pero no es una garantía de que te lo vas a pasar bien, ninguna de ellas, eso está claro, que tu luego te quieras arriesgar y te puede salir muy bien pero también puede ser eso, que acabes echando la bilis." (6:611)

Fins a aquest punt hem considerat els tipus de riscos que es consideren lligats o dependents del consum. En resum aquests serien: el possible dany físic, per un consum agut, amb

sobredosis o xungos, i per un consum crònic, amb malalties i seqüeles. Les conseqüències psicosocials negatives, el fet d'atrapar-se, la culpa, l'aïllament, la violència o la il·legalitat. I per l'addicció.

La variabilitat del risc

També resultava d'interès conèixer com veia aquesta població les variacions del risc. I així mateix, les causes o els factors que es consideren amb la capacitat de modificar aquesta relació. És a dir, un altre interrogant que es plantejava feia referència al fet que el risc del consum sigui en unes ocasions major i en altres menor.

En aquest sentit, ens hem trobat amb tres grans construccions de causes de variabilitat del risc. La primera de elles, es refereix a factors propis de **la substància**, tant pel que fa a quina és la substància que es consumeix com pel que té a veure amb la seva adulteració. Així, una de les primeres consideracions que es solen relatar és que el risc al consum depèn, en bona mesura, de la substància presa. No tan pel que fa a la seva potència psicoactiva sinó pel grau de incertesa que pugui comportar el seu ús. Aquesta idea que el grau de certesa respecte als possibles efectes distingeix el risc que comporta consumir diferents substàncies s'explica a la següent cita:

“Per exemple, un porro o una pastilla, saps? Jo que sé, un porro no et donarà un súper mal viatge.” (1:437)

Per contra, amb les anomenades drogues de disseny la qüestió que es planteja es el desconeixement de la seva composició. Fins

i tot es parla de l'hàbit de prendre pastilles sense saber de què estan fetes. És a dir, amb les substàncies sintètiques augmenta la contingència respecte als efectes negatius per l'incertesa que comporta la seva composició.

En aquest sentit, el reconeixement que: “no et venen mai algo amb el recetari”¹⁴², seria el motiu que es troba a la base de l'explicació de la variabilitat del risc del consum. No obstant, l'incertesa no s'esgota en la substància. Per moltes d'elles, a més a més, s'introdueix el dubte respecte de la adulteració.

D'aquesta manera, la preocupació pel 'tall' seria el segon element considerat com a motiu pel qual segons quina substància es prengui variarà el risc. El fet que existeixin productes per adulterar-les, el tipus i la quantitat d'aquests, el seu desconeixement i els seus efectes per a qui els consumeix, són arguments del discurs de la població quan pensa la qüestió de la gestió del consum i les seves dificultats:

“Por eso hay el riesgo, vale? Porque tengo el control sobre mi, conozco esa droga, pero todos sabemos que un día la coca que tomas es de una manera, la pastilla que te tomas es de una manera y otro día es de otra. Y esto todos lo sabemos que nunca es igual.” (2:687)

Al mateix temps, dins d'aquesta consideració al voltant del 'tall' es presenta una versió que, contràriament a la valoració negativa de l'adulteració, la considera necessària. Es tracta del relat que

142 (1:1080)

parla, generalitzant, que "la coca pura no te la pots fotre." ¹⁴³ És a dir, circula la noció que hi ha certes substàncies, com la cocaïna, que requereixen ser adulterades perquè els seus efectes no siguin tan forts ni tan dolents. Així, caldria tallar-les per a fer-les consumibles.

En el mateix sentit, una altra versió considera la possibilitat de reconèixer visualment o amb proves senzilles el grau de puresa d'algunes substàncies. Des d'aquesta concepció, doncs, el risc del consum seria més fàcilment gestionable, i caldria només "tener cuidado."¹⁴⁴ En les seves paraules:

"El speed més groc és millor... el costo seco es malo... si et venen coca amb pols està tallada... la pedrota és millor." (1:1279)

D'altra banda, una segona construcció de causa de variabilitat del risc es refereix a factors de **la persona** que pren la substància. En aquests casos es consideren diversos aspectes del consumidor com a vectors de contingència i, per tant, d'incertesa respecte als efectes que pugui comportar el consum.

Quan la qüestió es planteja d'aquesta manera apareix la consideració de l'estat del cos. Així, hi ha un discurs que discorre entorn al fet que "no a tothom li senten igual les coses."¹⁴⁵ L'impossibilitat de mesurar i valorar tots els factors que poden

jugar un paper aquí és un motiu d'incertesa molt fort que introdueix el risc en la decisió.

En primer lloc, dins d'aquests arguments, existeix la consideració de la constitució de l'organisme. Es tracta d'una variable relativament estable per una mateixa persona però amb molta diversitat entre persones. És això el que porta a afirmar que, encara que es prengui la mateixa substància, "a la gent no li senta igual."¹⁴⁶ Cadascú té un cos particular que li pot reaccionar de manera diferent.

I en segon lloc, hi ha factors propis de l'estat momentani de l'organisme que fan que per una mateixa persona una substància pugui produir-li un efecte i unes conseqüències diverses en cadascun dels consums. En paraules dels entrevistats:

"Però potser no influència la droga que t'has pres, sinó el haver empalmat potser tota la nit... Clar per què has gastat molta energia, i estàs cansat, tio." (1:685-687)

"O si has comido, si no has comido." (6:1061)

Un argument molt semblant per explicar aquesta variabilitat d'efectes considera els aspectes psicològics. Des d'aquesta versió, s'ha de considerar l'estat anímic i la salut mental a l'hora de prendre la decisió. Com abans, també es podria tractar tant de factors relativament estables com les patologies psíquiques o el caràcter, com de factors merament momentanis com l'estat emocional. En qualsevol cas, el risc que suposa consumir no seria

143 (1:1256)
144 (7:322)
145 (1:429)

146 (1:493)

el mateix perquè els efectes que es presentaran hauran canviat, encara que la substància sigui igual.

Tot i això, es relata el valor que pren l'experiència a l'hora d'explicar les diferents possibilitats de gestionar el risc, independentment del que s'hagi pres. És a dir, es planteja el risc del consum com dependent dels coneixements previs respecte a què es pot esperar tant de la substància com del propi cos. Igualment, es reconeix que gràcies a l'experiència es compta amb recursos acumulats per a fer front als imprevists:

"El risc és major o menor en funció del que sàpigues del que t'estàs prenent... Sí tu saps exactament el que t'estàs prenent i saps més o menys per on pot anar el morat." (1:443-445)

I finalment, una tercera explicació de les causes de la variabilitat del risc lligat al consum es refereix a **la relació** que la persona estableix amb la substància. Ens referim a les pautes de consum i que inclou la quantitat que es consumeix, la freqüència amb que es fa i la barreja de substàncies.

Així, per a començar, ens trobem amb la consideració que els efectes, i per tant la contingència, depenen de la quantitat de substància presa. Es tracta de la idea del risc lligat al consum excessiu. És a dir, no es limita a atendre què s'ha pres sinó també quant s'ha consumit. Una sobredosi, per exemple, es pot presentar amb moltes substàncies diferents:

"Però això ho pots passar prenent-te massa cubates... Fotent-te coca o el que sigui."(7:580-582)

En el mateix sentit, un altre factor que varia de persona a persona respecte a la seva relació amb les substàncies té a veure amb la repetició i la periodicitat amb la qual es consumeix. No es tractaria només d'atendre al tipus de substància presa, ni a la dosi en qüestió, sinó també a la freqüència del consum. Si es considera el dany físic o l'addicció com a riscos lligats a aquestes pràctiques, apareix el discurs que es pregunta per la freqüència:

"O sea, si te tomas un gramo un día igual no pasa nada. Pero es eso, que si te lo tomas todos los fines de semana o tal, entonces claro. Depende un poco de la frecuencia, ¿no?" (6:1339)

I per últim, apareix un nou matis per comprendre el risc que comporta una pauta de consum particular. En aquest cas, la qüestió no és la substància i els seus efectes, sinó la combinació de substàncies durant una sola presa i els efectes encreuats. És l'anomenat risc de la barreja de substàncies:

"Hay una cosa que es que hay drogas que por si solas no son malas y en cambio la combinación de estas drogas si que hacen un cóctel muy chungo." (6:1561)

En resum, a les entrevistes analitzades apareixen diversos factors o motius per explicar les diferències plantejades en la relació entre el risc i el consum. Així, ens trobem amb diferències degudes a la substància presa, al tipus de substància i a la seva adulteració. A la persona que les consumeix, per la seva constitució, l'estat d'ànim i la seva experiència. I a les pautes de consum, que inclouen la quantitat, la freqüència i la barreja.

Influència del coneixement del risc sobre el consum

Fins ara hem vist com les persones entrevistades vinculen les nocions de consum i risc, així com també les significacions que li atorguen a aquesta relació i als factors que la poden modificar. Una vegada arribats aquí, veurem quina ha sigut la valoració que fan dels seus propis coneixements, la influència que tenen aquests respecte de les seves pautes de consum i respecte de la gestió dels riscos en general.

Així, dins d'aquest context de discussió tothom afirma que qui consumeix aquestes substàncies sap que assumeix un risc. És a dir, hi ha el coneixement que s'està fent aquesta elecció i que té unes conseqüències. Ningú pren sense saber que pot comportar efectes o conseqüències dolentes. Precisament, el fet de conèixer aquestes conseqüències possibles és el que defineix l'idea d'**assumpció de risc**. En paraules dels entrevistats:

"Saps que és un risc, és segur. Que no sàpigues el que et pot passar... clar, però saps que és un risc, segur."
(1:807)

A més, els motius que s'assenyalen per afirmar aquesta omnipresència reconeguda del risc tenen a veure amb els factors que introdueixen la contingència en la decisió de prendre. Si recordem, aquests factors són totes les coses que generen incertesa respecte dels efectes (per exemple, l'adulteració, l'estat del cos, variables afectives, etc.). La sensació que "mai es pot tenir

tot clar"¹⁴⁷, es la que fa reconèixer que no hi ha cap informació ni experiència amb la capacitat d'eliminar totalment el risc que suposa consumir.

"T'hauràs preocupat de buscar informació i de aconseguir-la... Pero igualmente, aún así, te puede dar sorpresas." (1:1068-1070)

Però, malgrat que tothom parla de la relació indissoluble entre consum i risc es presenta un debat respecte del paper que juga aquest coneixement. Bàsicament, la qüestió que es planteja és si conèixer els riscos modifica les pautes de conducta. És a dir, després de reconèixer que consumir aquestes substàncies és arriscat, sorgeixen interrogants com: Afecta això a la decisió de prendre-les? Canvia la manera com es prenen? Modifica la relació amb les substàncies?

El coneixement no implica canvi en el moment de consumir

Una primera versió dels discursos que responen a aquestes qüestions ens diu que no hi ha canvis. Així, s'afirma que el coneixement del riscs no necessàriament implicarà una reducció del consum. Per donar suport a aquesta idea, se sol recórrer a l'analogia amb l'excés de velocitat o el tabac. D'aquests es diu que tothom sap que són dolents, que suposen un risc, però "la

147 (5:653)

gente sigue fumando”¹⁴⁸ i “yo al menos sigo yendo en moto a 200 por hora.”¹⁴⁹ És a dir, es planteja una desvinculació dels coneixements respecte a la decisió i a la conducta de consumir substàncies psicoactives. O, en termes generals, reconèixer que un comportament és arriscat no suposarà decidir deixar-lo de fer:

“O sea, si jo fumo, encara que fiqui el que hi ha, no deixaré de fumar, i si em foto una ratlla me la fotré igual porti el que porti.” (7:1212)

Per a explicar aquesta situació, els relats dels entrevistats exposen moltes causes. Una d’elles, es pot definir sota l’etiqueta de **desinterès**. Aquí, es presenta un argument que parla de desatenció als riscos, de manca de preocupació per si mateixos o de formes d’autoengany per no veure el que pot passar. A més a més, aquestes concepcions es presenten dins d’un discurs que caracteritza a les persones per una falta de responsabilitat i d’interès. Aquesta és l’idea que s’expressa a la següent cita:

“És difícil donar informació per a gent que pràcticament suda de tot.” (3:1411)

És a dir, el problema no seria la presència o absència de coneixements, la manca de dades que puguin explicar les conseqüències de les seves decisions. Per contra, es planteja com a causa la vinculació i l’ús que fa una persona o col·lectiu d’aquests coneixements. És de ressaltar que d’aquest discurs del

desinterès s’apropia el mateix col·lectiu, ja que l’expressió “no m’interessa”¹⁵⁰ apareix sovint dins del context de discussió del risc lligat al consum.

Igualment, hi ha una versió molt semblant a l’anterior, però que no atribueix l’elecció d’una opció amb possibles resultats dolents a un factor relativament estable com el desinterès (quelcom que socialment es considera una qualitat de la joventut). En aquest cas es veu com una desatenció, una qüestió circumstancial de no pensar el que estàs fent, perquè “si lo piensas, no harías lo que haces.”¹⁵¹ És aquest, precisament, l’argument que sosté que en els contextos de festa no es considera el risc. Parlem de la idea que “quan estàs de festa, estàs de festa.”¹⁵² És a dir, el coneixement s’aprofitaria només en determinats contextos, quedant fora de consideració en d’altres.

Aquest argument pren una última forma davant la necessitat d’explicar el que es considera una contradicció: assumir que el consum implica un risc i, tot i això, consumir. Aquí s’explica perquè el coneixement dels riscos no comporta abstinència a partir de la idea que hi ha una apropiació esbiaixada dels exemples:

“Ja però tu sempre quan vas a agafar-te al patró, t’agafes al patró del que menys t’afecta, no sé per què. Trobo que és un instint de protecció, no?” (5:1085)

148 (6:1343)
149 (1:273)

150 (3:1472)
151 (8:254)
152 (1:1095)

D'altra banda, es pot trobar un discurs molt diferent pel que fa a la construcció de causes per assumir un risc. Així, existeix l'argument de la **preferència**. És a dir, es reconeix que una pràctica pot comportar conseqüències dolentes, que a més a més l'incertesa respecte d'aquestes no es pot eliminar i tot i això decidir fer-la perquè es valora positivament aquesta opció. Aquesta concepció de l'assumpció de riscos, s'explica de la següent manera:

"Sí, però prefereix córrer el risc de lo que li està passant, de la decisió d'aquell moment i lo que li pot passar després." (5:695)

Aquesta tesi de la preferència, explica des de l'hedonisme i la curiositat perquè el coneixement dels riscos no porta a l'abstinència. La qüestió seria que el desig de tenir experiències, de conèixer i de obtenir plaer, tindria més pes en la decisió que la por a les conseqüències dolentes. Fins i tot, s'utilitza la metàfora de "la balança que te hace decidir,"¹⁵³ per donar compte de l'elecció. En aquest cas, l'ambivalència de la valoració, encara que considera ambdues possibilitats, s'orienta cap a la direcció del consum:

"Creo que ya lo sabes que es malo pero lo haces con la conciencia de experimentar la sensación, aunque sepas que es malo." (2:938)

153 (6:381)

Un altre versió molt semblant, també parla d'una preferència, però amb un sentit diferent. En aquest cas, ja no es tractaria de la valoració positiva d'allò que podria comportar el seu consum (els efectes desitjats), sinó que es faria una valoració negativa d'allò que suposaria no consumir. Aquí, ens trobem amb la qüestió econòmica del cost de les substàncies. És la idea que s'expressa com "si ja t'ho has comprat, t'ho fotràs."¹⁵⁴ Aquest argument funciona no com oposició a la abstinència en un sentit absolut sinó per a explicar perquè es consumeix una substància de qualitat sospitosa o dolenta. La decisió de consumir, aquí, sempre és prèvia a la de prendre aquesta determinada substància. No obstant, dona compte de perquè es tira la decisió endavant a pesar d'haver un risc reconegut:

"Si ja ho has pillat, no tens més pasta, que faràs? No et fotràs més... A passar-ho tio, a passar-ho." (1:1373)

I finalment, ens trobem amb un tercer discurs, molt diferent dels anteriors per explicar el consum de substàncies coneixent els riscos que poden comportar. És el que podríem anomenar discurs de l'**addicció**. Aquí, l'argument que s'utilitza no fa servir variables de la personalitat pròpies d'una edat o d'un procés evolutiu. Tampoc es basa en factors contextuals o momentanis. Ni pensa en actes dependents d'una decisió, ni en la pròpia voluntat. Per contra, es tracta més aviat d'una manca, una carència (fins i tot patològica) de voluntat. Es planteja com una

154 (1:1283)

pèrdua de decisió davant de les substàncies que pot portar a fer coses més enllà de les que es voldrien fer.

“La cocaïna, quan estàs enganxat, pots fer l’acte sexual per una ratlla, pots... el que sigui, el que sigui.” (4:1459)

Així, quan es pensa la qüestió des de l’addicció s’explica perquè la informació i el coneixements, fins i tot l’experiència, no modifiquen les pautes del consum. Per definició, en un addicte la voluntat no tindria pes per a fer oposició a la compulsió i, per tant, el coneixement dels riscos no podria modificar la conducta. Clar que aquí, existeix un possible revers estigmatitzant de l’argument: si no modifiques les pautes, coneixent els riscos que comporta, ets un addicte:

“És després depenent de l’addicció que ja tinguis que li facis cas o no.” (4:1025)

La conseqüència d’aquest argument és que s’elimina la possibilitat de la gestió i del consum responsable. Es polaritzen les opcions entre abstinència i compulsió. Si es reconeixen les conseqüències dolentes que podrien venir i no s’opta per l’abstinència s’és un addicte.

El coneixement pot implicar una nova gestió del consum

És clar que la negació no és la única resposta que es pot trobar a la qüestió plantejada respecte a si conèixer els riscos modifica les pautes de consum. També hi ha discursos que defensen l’opció contrària que afirma que sí que es modifica la relació amb les

substàncies. Així, ens podem trobar amb l’idea de que el coneixement podria portar, fins i tot, a l’**abstinència**:

“Pero es que si ya sabes lo que lleva... ya igual ni te la metes.” (8:927)

No obstant, aquesta idea presenta alguns matisos. Així, una opció es considerar que aquesta abstinència no és per totes les substàncies ni per sempre. Podria tractar-se de la decisió de no prendre mai més res, d’una reflexió temporal, d’un rebuig a determinades ‘drogues’ o de la decisió de no prendre aquella dosi particular de la substància que es té davant.

Així, per exemple, algunes d’aquestes decisions de no consumir fan referència a que “te rallas”¹⁵⁵ al conèixer una adulteració o una mala qualitat, o a la por (fins i tot al pànic) que produeixen certes substàncies, com l’heroïna, la ketamina o l’LSD. Totes elles circumstàncies que porten a escollir no prendre-les:

[la ketamina] “Yo no me he tomado esa droga por lo que he visto... Me da mucho pánico... Yo es la única droga, bueno a parte del caballo, que no.” (2:514-518)

Igualment, el pes que pot tenir el coneixement dels riscos per afectar a la decisió de prendre substàncies psicoactives no sempre és el mateix. Aquests, es valoren d’una forma molt diferent, segons la proximitat amb la qual es signifiquin respecte de la pròpia persona i la pròpia vida. Així, fins i tot es poden trobar discursos que remetent a una espècie de graduació de la

155 (8:927)

potència del coneixement com a factor de gestió. Com més aliè se sent aquest, menys força persuasiva té per afectar a les pautes de consum.

En aquest sentit, trobaríem un primer esglaó, en el que es considera la informació com aliena, deslligada de l'experiència i de les pròpies decisions. Aquí, quan el jove no se sent implicat en allò que es diu, no se sent afectat pel missatge, ni el troba proper a sí mateix, aquest perd la seva efectivitat. Així, fins i tot s'explica la poca efectivitat, la manca de poder persuasiu de moltes campanyes abstencionistes:

“Ja et poden dir que ta moriràs la setmana següent que si tu no les vols deixar no les deixaràs.” (3:1081)

Un segon grau de proximitat, i per tant de potencia per canviar les pràctiques de consum, es refereix a l'experiència compartida dins d'un context consumidor. Es tracta de la valoració del grup d'iguals o de les persones afectivament properes com a font d'informació. En aquests casos l'experiència juga un doble paper. En primer lloc, perquè el consum aliè funciona o es considera com a referència. Es parla de la possibilitat de “comparar amb algú que ja li hagi passat,”¹⁵⁶ factor de decisió respecte de les pròpies accions.

Però, a més a més, aquesta experiència compartida es valora per la proximitat dels efectes i les conseqüències. És un coneixement que es considera més fiable i que et “toca més”. És a dir, a més

d'una referència de coneixement també té un valor afectiu, tant de credibilitat com de compromís respecte d'aquest coneixement. Sent així, la seva força per a modificar les pautes de consum, pel risc que comporta, és major:

“El ver como acaba una persona cercana a ti... Te toca más y lo entiendes más... Te lo digo yo que luego los mismos cojones para meterse droga no los tienes.” (1:899)

I finalment, es presenta l'experiència que suposaria la pròpia pràctica, com l'últim grau de proximitat del coneixement. Les significacions que es construeixen des de l'experiència pròpia es consideren les més vàlides com a guia de la conducta.

És la idea que suposa que fins a que no es pateix una conseqüència dolenta no hi haurà prou convicció per deixar el consum (al menys de la substància que va provocar aquella experiència). Així, el coneixement més significatiu, el que més afectaria, el més pròxim i amb més poder de convicció seria el que es construeix des de l'interacció, el que es pensa com a produït per la pròpia activitat.

Tenim en la següent cita, un exemple d'una experiència dolenta, amb prou força com per a modificar les pautes de consum fins a l'abstinència:

“Em va donar xungo al cos, i mira, em vaig desplomar... Vaig fer un reset, i ja està, i ara gairebé ni fumo porros ni res.” (3:377)

Però, a més, el canvi que pot portar el coneixement no es pensa únicament en termes d'abstinència; sinó que també es parla de

156 (5:395)

la modificació de la quantitat, la freqüència i la barreja. En definitiva, quan es considera positivament el paper del coneixement, es planteja la qüestió de **la gestió** del consum.

Precisament, a això es refereixen quan parlen que gràcies a l'experiència que els ha aportat la pressa de riscos poden decidir raonadament: si volen prendre o no, què prendre, quan fer-ho, la quantitat i fins a on arribar. Ja no es valora només la recerca de sensacions o el desig de conèixer. Tampoc pesa més la pressió del grup d'iguals que les pròpies decisions. Arribats a aquest punt, és reconeix la presència ineludible del risc, i per això mateix es planteja la necessitat (i la possibilitat) de gestionar-lo amb responsabilitat. Aquesta idea, s'explica de la següent manera:

"Sé que ahora tengo como un control sobre mi, sobre lo que hago y hasta donde llego. Antes no lo tenía. Entonces he vivido eso y he vivido esto. Y bueno, he llegado aquí con eso, ¿no?"(2:679)

Igualment, com era d'esperar, aquesta idea de l'experiència i el seu valor com a font d'aprenentatge per a la gestió té un caràcter temporal o històric. Des d'aquesta concepció, els coneixements dels riscos, encara que puguin no afectar la decisió de consumir en el moment present, poden influir en la pressa de consciència amb el transcurs del temps.

Així, s'assenyala que, amb la pràctica, les vivències negatives, el compartir amb altres que travessen aquestes vivències i tot l'aprenentatge que suposa l'ús i la interacció amb aquestes substàncies, s'arriba a un punt en el que es pot fer una gestió del risc més responsable. Aquesta capacitat de gestió suposaria

poder dir no davant de situacions inadequades o productes dolents. Igualment, saber escollir pensant tant en els efectes desitjats com en les possibles conseqüències negatives. Aquest procés de "maduració" aportat per l'experiència, individual o col·lectiva, es descriu a continuació:

"Podrías no metértela. Decir «hostia está adulterado, tío, pues para eso, no me meto!» Pero yo creo que eso no al principio ¿sabes? No tan de entrada. Sino que igual lo pruebas y tal, pero que en algún momento pasarás, ¿sabes? Sí, vas madurando un poquito y te hartas. Pero más como a la larga ¿no?" (1:1295)

En definitiva, el coneixement dels riscos que pot comportar el consum d'aquestes substàncies és quelcom valorat per les persones entrevistades. I aquesta afirmació és aplicable, més enllà que es consideri que el coneixement no necessàriament produeix abstinència. Així, excepte quan es pensa en un context reduccionista (dins del qual l'abstinència és l'única opció positiva), tot aprenentatge es valora pel que suposarà d'increment de la capacitat de gestió.

A més, aquesta valoració del coneixement dels riscos es fa per un triple motiu. En primer lloc, perquè obre la possibilitat a una **decisió informada**. És la idea que és millor tenir la informació clara, per a poder ponderar les conseqüències. Per a escollir s'han de sospesar les opcions, per raonar per quina d'elles optar. Aquí, és planteja que saber quines serien els desenllaços possibles és l'única via per fer una elecció racional. Per dir si volem assumir un risc o no, hem de saber amb quines conseqüències ens trobarem. El coneixement, doncs, és vist com

a criteri de decisió, encara que no necessàriament es decideixi no consumir:

[el coneixement] "Te ayudará a realizar ese examen ¿no? Si desconoces, ¿qué ponderación haces si no tienes criterios?" (6:1163)

En el mateix sentit, es senyala que si la decisió és informada i es coneixen les possibles conseqüències, també es **facilita la gestió** dels riscos. Aquí, ja no es tracta d'escollir si s'assumeix un risc o no, sinó que, una vegada feta l'elecció, se sàpiga com fer gestionar-la. És la qüestió, en el cas del consum, de tenir prou informació respecte a efectes secundaris, barreges, pràctiques per a contrarestar aquests efectes (com l'exemple de beure aigua o anar a llocs ventilats amb el MDMA), i semblants.

Sense la informació i els coneixements pertinents, no es veu com podrien portar-se endavant aquestes pràctiques per evitar o reduir la possibilitat que les conseqüències dolentes es facin presents:

"Hay alguien que te explica mira esto es así, se toma así, generalmente da esto, al día siguiente, no lo mezcles con esta otra cosa, sabes? y en base a eso tú tienes la alternativa de decir sí, o no, o voy hasta aquí, o no voy." (2:951)

I finalment, com es pot esperar una vegada plantejat l'argument anterior es pensa que aquesta gestió del consum basada en un coneixement fiable **redueix els riscos**. És a dir, si bé el risc no es pot eliminar en un sentit absolut, es poden portar endavant certes pràctiques per fer de la contingència un factor més

manejable. En definitiva, quan es pensa el valor del coneixement des de la gestió, i no des de l'abstinència, la conclusió és que:

"Disminuyen los riesgos, tío! Que es que el saber nunca te va a perjudicar ¿sabes? Nunca, nunca. Aunque digan que estas campañas no se que... Es que no, es imposible que sea peor." (8:944)

En resum, la població de joves entrevistada afirma que compta amb **coneixements** respecte del risc que suposa consumir. Les diferències en les concepcions apareixen quan es planteja el pes que té aquest coneixement per les pautes de consum. Hi ha una versió que, considerant a l'abstinència com objectiu de tot canvi, diu que el coneixement no modifica el comportament (ja sigui per **desinterès, preferència o addicció**). D'altra banda, hi ha una postura diferent que afirma que conèixer el riscs modifica la conducta de prendre aquestes substàncies. I això, ja sigui perquè sosté que sí produeix **abstinència**, o perquè valora els canvis a partir la **gestió del consum**, amb la consegüent reducció de riscos.

Disponibilitat d'informació sobre substàncies

En aquest punt ens disposem a descriure, en primer terme, quines són les vies per les quals els joves entrevistats afirmen adquirir informació al voltant de les substàncies sobre les que se centra el present estudi.

A continuació, i un cop detectades de forma aïllada les principals vies d'accés a la informació, veurem com són agrupades per part dels joves entrevistats.

Finalment veurem quin és el grau de disponibilitat d'informació percebut i com es relaciona amb la reflexió sobre la qualitat d'aquesta informació.

L'accés a la informació

Si bé en un primer moment sembla que la informació sobre drogues i consum prové "de tot arreu"¹⁵⁷, caldrà fer un cop d'ull més detallat per poder establir diferents eixos a tenir en compte per tal d'analitzar com es produeix la incorporació de la informació. És en aquest sentit que hem fet una divisió analítica en tres eixos:

- **Espais** privilegiats de relació amb la informació. Són aquells espais físics en els que el jove es posa en relació directa amb les informacions.
- **Agents** privilegiats de referència. Són aquells referents humans que serveixen d'interlocutors privilegiats entre els joves i les informacions que circulen sobre substàncies psicoactives.
- **Vies** privilegiades de relació amb la informació. Són les vies de comunicació per mitjà de les quals els joves reben aquestes informacions.

Com veurem en el següent punt, aquests eixos responen a una divisió que ens ajuda a endreçar el relat aquí exposat, a fer-lo comprensible, però incorpora algunes dificultats en les que ens haurem de deturar i que haurem d'examinar amb deteniment més endavant.

De la mateixa manera, ens referim a tots ells amb l'adjectiu de *privilegiats* atès que mostrem aquí tan sols aquells que han aparegut al llarg dels relats dels joves entrevistats, la qual cosa no significa que no hi hagi d'altres espais, agents o canals que puguin constituir-se com a via d'accés a la informació sobre tot allò que envolta el consum de substàncies psicoactives.

Espais de relació amb la informació

Hi ha un bon nombre d'espais en els que els joves entren en contacte amb les informacions lliurades per part de diferents agents i a través de diferents canals. En tot cas, els relats ens

157 (3:1017)

mostren una tendència a agrupar els diferents espais en dos grans blocs, i que respon al seu gradient d'institucionalització.

Ens trobem doncs amb un primer bloc d'espais més institucionalitzats on els joves afirmen trobar-se amb informacions referents a la seva relació amb les 'drogues'.

Aquests espais es refereixen, bàsicament, a les **institucions educatives**. D'aquesta manera, molts dels joves entrevistats afirmen rebre o haver rebut informacions relatives a aquesta qüestió "perquè havien vingut a explicar-ho al col·legi"¹⁵⁸, o bé per "las xerrades en el instituto, que te vienen ahí diciendo lo que es la droga, lo que tomáis, todo"¹⁵⁹, o fins i tot a la universitat, "en la carrera, las asignaturas de drogodependencia."¹⁶⁰

Per un altre costat, i en menor mesura, trobem relats en els que els joves afirmen trobar-se amb informacions quan entren en contacte amb **institucions sanitàries**, tant en aquelles més genèriques, com les que ocupen els metges de capçalera, com en d'altres més específiques, ocupades per "gente así, psicólogos y tal."¹⁶¹

En menor mesura també s'esmenten institucions més orientades a problemàtiques específiques relacionades amb els usos de substàncies psicoactives, en aquest cas esmentades per aquelles

158 (5:955)
159 (7:670)
160 (8:711)
161 (2:1003)

poques persones que afirmen haver estat "también en el CAS, un tiempo."¹⁶²

En segon lloc, ens trobem amb un bloc d'espais menys institucionalitzats, on els joves poden esbargir-se de forma més o menys desinhibida i amb diferents graus d'informalitat. Així, amb un grau menor d'institucionalització del que ens trobem en institucions educatives i sanitàries, els joves anomenen l'**espai domèstic** com un dels espais on poden trobar informació sobre 'drogues'.

Finalment, quan se'ls pregunta d'on treuen la informació, a més de tots aquests espais esmentats, ens trobem amb que sovint es fa referència a aquells **espais públics no institucionalitzats** en els que es pot produir una relació amb el grup d'iguals.

"P4: De la calle.
P2: De les festes." (3 :1024-1026)

Agents de referència

En aquests espais els joves s'interrelacionen amb diferents persones que ocupen distints graus de referència pel que fa a la informació lliurada respecte a què són aquestes substàncies conegudes com a 'drogues'. Aquí trobem un quàdruple tall:

Els agents institucionalitzats. Es tracta, per una banda, d'aquelles persones que senten com a objectiu propi instruir el

162 (8:711)

jovent en la relació que aquest ha d'establir i mantenir amb les substàncies psicoactives. Per una altra banda, d'aquelles que tenen com a missió penalitzar aquells comportaments que se surtin d'aquests models de relació.

Com explicarem més endavant, la línia que es pugui dibuixar entre els vessants d'instrucció i els de penalització trontolla sovint sota els ulls dels joves entrevistats quan es refereixen a tot allò que està directament relacionat amb les institucions. Bàsicament es fa referència al professorat, la policia, els diversos cossos tècnics especialitzats en donar informació sobre 'drogues', i també els professionals de l'àmbit sociosanitari com són treballadors i educadors socials, metges, psicòlegs i psiquiatres.

La família. Els membres de la família, com s'expressa en els relats, "els pares"¹⁶³, ocupen un espai d'agència també privilegiat, atès que són agents no institucionals que ocupen un espai molt variable en el continu proximitat-llunyania respecte als joves entrevistats.

Els agents proveïdors. Es tracta d'aquelles persones que proveeixen els joves amb el grup de substàncies psicoactives que degut al seu caràcter il·legal no poden trobar en el mercat ordinari.

"El propi camell, diguem..." (1:911)

163 (5:680)

El grup d'iguals. Es tracta del grup de referència que el jove assumeix com a 'els seus iguals', i amb qui es comparteix un caràcter de proximitat i d'aprenentatge compartit. D'aquesta manera, quan es pregunta els joves per les persones que els serveixen de referència a l'hora d'adquirir informació sobre 'drogues', sovint la resposta passa pel "con los amigos, todo,"¹⁶⁴ o bé "por gente que vas conociendo de otros grupos."¹⁶⁵

Vies de relació amb la informació

Les vies de relació serien els *modus* i els *mitjans* a través dels quals els joves incorporen la informació sobre tot allò que fa referència a les substàncies analitzades en aquest estudi. En podem identificar quatre, que responen a diferents conceptualitzacions que sovint apareixen entortolligades:

Produccions culturals. Es tracta de productes textuais que donen sentit. Poden ser escripturals o bé audiovisuals i es caracteritzen perquè circulen entre el continu verídic-ficció i el seu paral·lel objectiu-subjectiu. Ens referim a films, llibres, articles científics i d'opinió, documentals, novel·les, noticiaris, còmics, curtmetratges, blogs digitals, etc. L'origen d'aquestes produccions és múltiple, de la mateixa manera que ho són els discursos que s'hi sostenen.

164 (7:660)
165 (2:622)

Així, quan se'ls pregunta als joves d'on treuen la informació textual de la que disposen apareixen alguns canals privilegiats.

Produccions institucionals. Aquestes produccions són llançades en forma de campanyes públiques principalment amb el trampolí dels mitjans de comunicació, "les propagandes que fan per la tele, la publicitat i això"¹⁶⁶, tot i que els joves també esmenten haver vist cartells, pòsters i "també per fulletons,"¹⁶⁷ i és que sembla que "per tot arreu trobes fulletons de drogues."¹⁶⁸

Programacions especials en mitjans de comunicació. Alguns joves afirmen haver vist programes televisius i haver sentit programes radiofònics dedicats específicament a la qüestió de 'les drogues'.

Produccions de ficció. Molts dels joves entrevistats afirmen haver conegut algunes informacions a partir de produccions de ficció com poden ser novel·les literàries, peces de teatre o films ficcionats.

"Yo la primera vez que vi cocaína fue en una película."
(2:596)

Produccions especialitzades en substàncies psicoactives. D'altres troben la informació en llibres especialitzats o revistes especialitzades en la qüestió, "los libros de los venenos, historia

general de las drogas y todo eso,"¹⁶⁹ o bé en d'altres produccions audiovisuals en forma de documentals o reportatges.

Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC's). Si bé, i com acabem de veure, aquestes tecnologies poden servir com a plataforma per a moltes de les produccions de caràcter cultural ara esmentades, sembla que les TIC's poden constituir per si mateixes la font de referència a partir de la qual els joves diuen obtenir la informació.

Així, més enllà de quina mena d'informació s'hi pugui trobar, de la qualitat d'aquesta informació o bé de l'agent que la produeixi, aquestes tecnologies es presenten amb entitat pròpia a l'hora d'adquirir informació sobre substàncies psicoactives. Apareix aquí un gran tall que respon al grau de passivitat o activitat que es desplegui en la relació amb aquestes tecnologies.

Ràdio i televisió. Són tecnologies amb les que el jove no pot interactuar i amb les que desplega una relació de passivitat i una comunicació que és de sentit únic: el mitjà parla, la persona mira i escolta. En aquest sentit, aquestes tecnologies s'erigeixen com a canals privilegiats a través dels quals els joves afirmen adquirir la informació de la que disposen en relació a les substàncies psicoactives.

"Es lo que ves en la tele, lo que oyes por la radio..."
(2:915)

166 (5:677)
167 (7:672)
168 (7:676)

169 (8:705)

Internet. Es desplega aquí una relació en què les tecnologies donen resposta a la demanda activa dels seus usuaris superant cada cop més tota mena de limitacions a nivell de formats i continguts. En aquest sentit, Internet sembla erigir-se com un espai privilegiat on els joves poden trobar totes aquelles produccions culturals que vulguin sense ni tan sols ser necessari que en coneguin l'existència prèviament.

Aquest espai constitueix també un canal de relació amb d'altres persones o col·lectius, amb qui es poden comunicar i compartir els aspectes i opinions més diverses i prèviament insospitats.¹⁷⁰ Finalment, es pot tenir la sensació que tota la informació que es pot desitjar es trobi disponible a la xarxa, i tot sembla ser tan senzill com que "un día me siento en casa a ver Internet y voy buscando."¹⁷¹

Narracions i experiències compartides. Sembla adient aquí reunir en un sol bloc les experiències que el jove reuneix a partir dels seus aprenentatges vicaris i orals. Les experiències vicàries es combinen amb els relats que d'elles se'n desprenen en forma de narracions, a través dels relats que es construeixen al voltant de tot allò que algú ha vist o sentit. En d'altres paraules, "més que res és el boca a boca."¹⁷² Les informacions referents a les

experiències alienes circulen sense parar i constitueixen un dels principals canals de generació d'informacions vàlides i fiables.

Es tracta doncs d'una mena de *boca-orella-ull* que combina allò que es veu amb allò que se sent a dir sobre allò que es veu. Però també allò que es diu que s'ha vist amb allò que ningú proper ha vist, o allò que algú diu en un espai formal amb allò que un altre prova de reproduir en un espai informal.

L'aprenentatge oral i el vicari es fonen en un recorregut experiencial que transcorre a través dels sentits cap a la producció de significats vers aquells aspectes que configuren la realitat quotidiana. En aquest sentit, sembla que una informació adquireix sentit "doncs perquè ho he vist, m'ho han dit, i això bàsicament."¹⁷³

Experiència pròpia. Finalment ens trobem amb una darrera via d'adquisició d'informació, i és que molts dels joves entrevistats, quan se'ls pregunta d'on treuen la informació amb què compten sobre les substàncies psicoactives, responen "por la experiencia, seguro."¹⁷⁴

"Bé, la coca... pues prefereixo provar-la i així ja sé què és."¹⁷⁵

Es tracta d'un procés d'assaig-error en el que "quan vas prenent saps el que et passa i ja saps que la pròxima vegada que prens et

170 Les possibilitats i els mitjans d'accés a informació que ofereix Internet són cada cop més variades. Es pot trobar informació en pàgines webs, portals especialitzats, blogs personals o revistes digitals; es poden fer preguntes en espais de comunicació sincrònica com els xats o diacrònica com els fòrums; es pot intercanviar arxius de tota mena amb usuaris desconeguts.
171 (6:1217)
172 (5:1055)

173 (4:1083)
174 (6:1069)
175 (5:769)

passarà allò¹⁷⁶. Sembla que en quelcom –'les drogues'– que és definit precisament per la seva força de pertorbació del cos i de l'ànim, l'experimentació s'erigeix se com a una important via per a comprovar les veritats i les falsedats de les diferents informacions amb les que es compta.

Així mateix, es tracta d'una via d'aprenentatge autodidacte, ja que "t'ho vas ensenyant a tu mateixa",¹⁷⁷ i acumulatiu, atès que "cuanto más tomas, más sabes."¹⁷⁸

Valoració de les vies d'accés a la informació

Entrem però a veure quina credibilitat mereixen totes aquestes vies d'accés a la informació. Cal dir aquí que els espais, els canals de difusió i els agents de referència es barregen sovint i que costa molt distingir uns dels altres. Així, els agents de referència poden operar en diferents espais de forma paral·lela i simultània, unes mateixes vies d'adquisició d'informació poden ser utilitzats per diferents agents, i tot plegat es pot presentar en uns mateixos espais.

Amb tot, ens trobem amb què alguns joves estableixen importants diferències entre, per exemple, els espais en els que reben la informació i els agents que els hi lliuren, mentre que

d'altres no ho fan, tot assumint que una cosa i altra és el mateix. Vegem-ho més detalladament.

En primer lloc, ens trobem amb una potent interrelació entre els **mitjans de comunicació de masses** (canals televisius i emissores radiofòniques) i totes aquelles **produccions institucionals** que s'hi retransmeten. En els relats de les entrevistes ens trobem amb què noticiaris, anuncis, reportatges i programacions especials responen a un mateix cos informatiu: la ràdio i la televisió. A l'hora de valorar-ne la credibilitat de les informacions lliurades, els relats dels joves entrevistats mostren una forta polarització.

Per un costat ens trobem aquells relats que valoren molt positivament tot allò que senten i veuen a través d'aquestes vies d'accés a informacions, i que creuen que "t'has de decantar per les propagandes que fan a la tele, la publicitat i això"¹⁷⁹. Per un altre costat ens trobem amb relats que sistemàticament treuen tota mena de credibilitat a qualsevol informació sobre substàncies psicoactives que aparegui en qualsevol d'aquests mitjans.

En aquests casos es pot presentar una actitud d'indolència: "Pues vale. El deixes passar i... ale! A veure quin és el pròxim"¹⁸⁰. Ens trobem però, amb relats que expressen un major rebuig vers les produccions que es retransmeten en aquests mitjans, les quals sembla que poden aparèixer com a massa frívols i superficials.

176 (7:730)
177 (7:716)
178 (7:728)

179 (5:677)
180 (3:1140)

“Como el programa aquél de la [nom d’una famosa presentadora] que sale en [nom d’un canal de TV privada]; eso es horrible, o sea, eso es una guarrada como una catedral. Hay que sacar información bien, información la que es. [...] Y no ella, que va a la discoteca, «a ver, ¿cuántas pastillas te dan? A ver, a ver...» con cámara oculta. ¿Pero qué espectáculo quieres buscar tú?” (2:1015-1027)

Sigui com sigui, veiem que hi ha joves que atribueixen a les informacions que apareixen en els mitjans de comunicació un component de sensacionalisme i un altre de falsejament de les dades. Els mateixos relats que denuncien aquesta manca de credibilitat en les informacions mediàtiques estableixen una relació directa entre aquests missatges i les més altes institucions.

“P9: Claro, eso es horrible, lo que hace el gobierno...”

P3: Es parte de un circo que ahí no quiero entrar porque no.

P9: Claro, es un circo.” (2:1033-1037)

Aquesta relació entre tot allò que surt als mitjans de comunicació i les institucions comença a establir el marc per a desconfiar de la fiabilitat de totes aquelles informacions que provinguin de qualsevol element susceptible d’estar institucionalitzat, la qual cosa també inclou tots aquells agents de referència amb qui puguin entrar en contacte directe.

D’aquesta manera, es pot vincular el professorat de les institucions educatives i sanitàries també a tota aquesta trama de falsedat aparentment planejada des de l’administració.

Sembla que aquest estret vincle entre els mitjans de comunicació i les institucions és força desenvolupat per una part dels joves entrevistats. La sospita sobre tot allò que pot provenir de l’administració o d’altres canals institucionals cau doncs sobre totes les produccions que se li atribueixin, entre elles els fullets informatius, també anomenats *flyers*.

Així, ens trobem amb alguns joves que ens diuen que, de la mateixa manera que feien amb els anuncis televisius, un cop arriba algun d’aquests *flyers* a les seves mans “te lo miras por encima, pero... leerlo, leerlo no, mirarlo.”¹⁸¹

Tot i així, apareix aquí una diferència de criteri que, fins al moment, encara no havíem vist en l’àmbit de les produccions institucionals de difusió mediàtica. Sembla que hi ha joves que distingeixen aquí entre diferents tipus de *flyers*, i mentre diuen no voler saber res de les informacions institucionals distorsionades afirmen que alguns dels *flyers* que fan sí que els mereixen certa credibilitat.

“E: O sigui, penses que estan bé tot i que sigui una menjada de coco?

P5: No. He dit que n’hi ha molts tipus.

E: Ah, i quins estan bé per tu, per exemple?

P5: Els que són únicament informatius.” (7:954-960)

Sembla que les institucions fan uns *flyers* que informen i uns altres que no informen. Més analitzarem aquesta qüestió. Sigui

181 (7:879)

com sigui, la credibilitat atorgada a les informacions produïdes de forma genèrica per aquest conglomerat d'agents, produccions culturals i mitjans de comunicació apareixen esquitxades d'una forta sospita de falsedat i, alhora, també poden aparèixer en un sentit completament positiu i confiat.

“Quan em parlen... a mi quan em ve un professional... que estan preparats per a això, no? per explicar-me això de les drogues, doncs jo me'ls crec. Igual que miro les notícies, doncs me les miro amb objectivitat, no? O sigui, vale, això és el que ens han dit, d'entrada ens ho creiem i fins la manera... temptejant el tema, doncs pot ser veritat. Normalment no crec que em vinguin a l'escola a dir-me una mentida. O sea, per mi seria contraproductiu que ens ho facin.” (4:819)

El conglomerat que agrupa tot allò institucional sembla que va creixent, i veiem que també pot incorporar els tècnics docents que fan xerrades a les escoles i instituts. En aquest sentit, ens trobem una altra relació directa, i és que molts dels relats no separen les **institucions educatives** del personal tècnic o docent amb qui s'hi relacionen de forma permanent o bé puntual, com si d'un únic es tractés.

Ens trobem aquí de nou amb un conjunt de valoracions polaritzades que, per un costat, atorguen un alt grau de credibilitat a les informacions lliurades en aquests espais i, per un altre costat, entenen que per molt que es parli de 'drogues' en realitat no s'està informant de res. Així, alguns d'aquest joves

expliquen que “moltes de les coses ho sé perquè havien vingut a explicar-ho al col·legi”¹⁸², mentre que d'altres afirmen que, efectivament, “al cole moltes xerrades de sexe i això de drogues... però no t'expliquen res.”¹⁸³

Hi ha però –i de la mateixa manera que veiem quan descrivíem la informació difosa en els *flyers*– alguns relats que no posen a tot el cos tècnic i docent dins un mateix sac i que estableixen diferències qualitatives entre distints agents educatius a l'hora de valorar el grau de credibilitat de les informacions que es lliuren en les institucions educatives.

“Sí, que a mi me gustaría que en los centros escolares, educativos, lo que fuera, pero lo importante es quién te de la charla, o sea gente muy preparadísima, ¿vale? No vale que te venga ahí la maestra que se ha leído el «Más Información, Menos Riesgos» del Plan Nacional y te lo va a recitar ¿sabes? No, no.” (8:1250)

Aquests joves expliquen que hi ha alguns professionals que donen una altra mena d'informacions, que “t'informen del que te pot passar i del que no”¹⁸⁴. Els mateixos relats expliquen que treuen credibilitat a uns professionals docents els hi atorguen a uns altres que semblen donar un tipus d'informació diferent.

182 (5:955)
183 (3:1036)
184 (3:1053)

“Me da más... acceso, más confianza, más... credibilidad, yo creo. A mí que un tío me diga «que no», ¿sabes? A mí...” (2:979)

Pel que fa a les **institucions sanitàries** ens trobem el mateix que amb les educatives: d'entrada la pròpia institució és fusionada amb els professionals que hi actuen i que, per tant, la representen. Així, ens trobem amb alguns relats que atorguen un alt grau de credibilitat a les informacions que es puguin trobar en les seves dependències o bé que puguin ser transmeses per part d'algun professional sanitari.

Aquesta credibilitat s'atribueix inicialment a la fiabilitat que proporciona el discurs científic que els sustenta. Amb tot, les informacions que es puguin donar en aquests espais o bé per part dels seus professionals no satisfan una part dels joves entrevistats, que semblen no trobar-hi resposta a l'hora de plantejar els problemes que es poguessin derivar del consum de substàncies il·legals.

“Le dije que fumaba un porro al día, a ver qué pasaba, y era como... ¿sabes? Totalmente prohibicionista, itotal! Y dices, bueno, si estoy haciendo algo malo me callo y no digo nada.” (2:1003)

Cal destacar que, en aquest cas, no ens trobem amb cap relat que determini diferències de criteri entre els diferents professionals i tècnics que representen les institucions sanitàries a l'hora de valorar la qualitat i la credibilitat de la informació que manegen: una cosa i l'altra són el mateix.

Respecte a l'**espai domèstic**, no sorprèn tampoc que aquest es fusioni amb la figura dels familiars. Aquí, de la mateixa manera que ens trobem en els espais institucionalitzats, apareixen també postures diferenciades a l'hora de valorar la informació a la que es té accés. Ens trobem, en primer terme, amb joves que expliquen que el tema de les 'drogues' és una qüestió tabú a casa seva i que, per tant, senzillament no se'n parla.

En segon lloc alguns joves relaten que es produeixen diàlegs amb la família en el sentit d'afirmar que tot consum de drogues és dolent i que se n'ha d'evitar qualsevol contacte. Alguns d'aquests joves atorguen un alt grau de confiança a les explicacions que reben per part dels seus familiars, mentre que d'altres entenen que amb aquest posicionament no s'hi pot dialogar. Finalment, també ens trobem amb d'altres relats que ens mostren diàlegs familiars en els que es parla de les diferents substàncies i dels seus efectes.

“Després mon pare mateix em va dir que a la coca se'ls hi ficava lo que als nens petits se li ficava a les dents per que no els hi fes mal al créixer, que era anestèsia.” (1:1214)

En qualsevol cas, sembla que la credibilitat atorgada a la informació que els joves entrevistats reben a casa és força variable, de manera que mentre uns relats els hi atorguen una

alta credibilitat, "sobretot a la família, a mi m'han fet molt"¹⁸⁵, d'altres afirmen que "a casa no en saben res."¹⁸⁶

L'espai domèstic significa, així mateix, un punt de trobada amb d'altres vies d'accés a la informació, com són els mitjans de comunicació de masses ja esmentats –ràdio i televisió–, i en molts casos, un punt de connexió permanent amb la que s'ha constituït com una immensa xarxa digital de difusió i intercanvi d'informacions i produccions culturals diverses: **Internet**.

Aquesta via d'accés a la informació adquireix també entitat per ella mateixa, més enllà del format i la qualitat dels continguts que s'hi consultin, de les produccions culturals que s'hi visualitzin o dels agents humans amb qui s'intercanviïn informacions i opinions. Internet sembla constituir una via d'accés proactiva i s'identifica amb aquella via on es pot anar a buscar informació sobre tot allò que es desitgi. Ens trobem així amb molts relats que identifiquen Internet com una eina dissenyada per a aquelles persones que desitgin cercar informació més detallada, en aquest cas, sobre 'drogues', i és que "en Internet mismo puedes encontrar lo que quieras."¹⁸⁷ I és aquí quan veiem que, a l'hora de valorar Internet com a via d'accés a informació, allò que es fa és fusionar aquesta TIC amb tot el ventall produccions diverses a les que es té accés a través d'aquest mitjà.

185 (5:964)
186 (3:1032)
187 (2:854)

"Yo vi un reportaje con un amigo mío que se lo bajó por Internet y hablaba sobre las drogas en los años 60 en los Estados Unidos que estaban legalizadas y utilizaban las pastillas de éxtasis como... los psiquiatras como uso terapéutico, y arreglaban problemas, y arreglaban parejas, los matrimonios..." (2:713)

Els relats d'aquests joves donen a entendre que a la televisió convencional potser mai podrien veure produccions d'aquesta mena. A la xarxa s'hi poden trobar informacions sobre el consum de substàncies que poden arribar a diferir molt d'aquelles que retransmeten de forma sistemàtica els mitjans de comunicació convencionals.

Així, Internet és l'espai reservat per a donar ales al desig de més informació, igual que ho són altres produccions no audiovisuals com llibres i revistes especialitzades. Aquestes vies proactives d'adquisició d'informació poden posar-se sovint en el mateix calaix, aquell en el que pots cercar informacions diferents. En aquest sentit, cal dir que els joves que senten necessitats de més informació atorguen una important credibilitat a les vies de coneixement que consulten de forma proactiva, de manera que "vas conociendo por Internet, por lo que lees en libros o en revistas, por los reportajes..."¹⁸⁸

Ens trobem, finalment, amb una darrera fusió entre espais, vies d'aprenentatge i agents de referència, en aquest cas entre

188 (2:719)

aquells espais potser menys formalitzats i institucionalitzats –el carrer, les festes...– i els agents amb els que s’hi interactua.

Ens trobem aquí, en primer lloc, relats que fan referència a persones especialitzades en informar sobre drogues i que situen **paradetes informatives** en festes i concerts. Tot i que ens trobem qui diu que els ha vist però que no els ha visitat, alguns dels joves entrevistats afirmen que allà hi troben informació diferent a la que és habitual en els espais més institucionalitzats.

“Realmente yo en muchas fiestas, o sea, pues te encuentras con la información. O sea, realmente para mí esa información... no sé, yo creo que esa información es súper buena ¿no? Porque es el tema este, independientemente de ser consumidores o no, o sea te están dando información de lo que es.” (6:1091)

En aquests mateixos espais apareixen també com a agents de referència els **proveïdors de les substàncies**, coneguts com a *camells*, els quals constitueixen una altra via d’accés a informació sobre les substàncies que tenen entre mans. Ens trobem amb un bon nombre de relats que atorguen una baixíssima credibilitat –si no nul·la– a aquests agents pel que fa a la informació que poden proporcionar. En primer lloc, sembla clar que el proveïdor “no et diu lo que li aïden”¹⁸⁹. El grau d’adulteració a què es veuen sotmeses les substàncies amb les que es comercia és quelcom que, en principi, el proveïdor no explicarà, “pues et dirà: «pues esto

te fliparás, no sé qué.» «¡Ah, guay! ¡Pues te lo pilló!»¹⁹⁰. I és que segons alguns dels relats, en moltes ocasions no és segur que ni tan sols aquestes persones sàpiguen què és el que estan venent, “El propi camell, diguem, pot arribar a confondre el MDA, que és cristal, amb lo que és el MDMA, que és èxtasi.”¹⁹¹

Així mateix, el proveïdor és un comerciant, i es troba sotmès a les lleis del lliure mercat, de manera que “lo que li interessa és treure benefici, per tant no li interessa donar-te informació com perquè després tu no li pillis.”¹⁹² El proveïdor no explicarà doncs la posologia ni les contraindicacions dels fàrmacs que està comercialitzant, de manera que no estarà informant sobre els riscos potencials que es puguin derivar del seu consum.

Amb tot, no tots els relats expressen aquesta manca de credibilitat en les informacions proporcionades per la persona que proveeix els joves amb les diferents substàncies. I és que en moltes ocasions, aquesta persona pot ser un membre del mateix grup d’iguals.

“P3: Hombre, jo sé la gent qui és... i sí que tinc confiança.

E: Confiança en què?

P3: En lo que em foto.” (3:1319-1323)

La confiança en la persona determina doncs el grau de credibilitat que es dipositi en les informacions lliurades quan aquestes

189 (1:1110)

190 (1:923)
191 (1:911)
192 (1:1224)

provenen d'un proveïdor. Aquesta confiança està molt lligada a si la persona pertany o no al grup d'iguals, i és que "si pilles a la discoteca és diferent, hi ha gent que no coneixes."¹⁹³

Ens trobem doncs amb què **el grup d'iguals** suposa per a molts dels joves entrevistats una de les vies d'accés a la informació amb un grau de credibilitat més alta. Amb el grup d'iguals hi ha una afinitat evident, amb la qual cosa "en teoría lo que les guste a ellos más o menos te gustará a ti, es la seguridad."¹⁹⁴ L'afinitat genera una predisposició a pensar que allò que convé a aquelles persones que s'identifiquen com a membres del propi col·lectiu també haurà de ser convenient per a un mateix. Així mateix, a partir de molts relats se'n desprèn la idea que "els amics expliquen més,"¹⁹⁵ i és que ja hem vist com un bon nombre dels joves entrevistats manifesten que la informació que prové de mitjans més institucionalitzats no els hi aporta res de nou.

"...o s'estan preparant el que es van a fotre i et van explicant, saps? «Esto es tal», o «pim pam». És que jo crec que un cole no t'ho explica tot, jo crec que t'expliquen més." (4:785)

Els iguals gaudeixen d'una confiança de la que en molts casos s'ha desposseït a d'altres fonts més institucionalitzades. Aquesta confiança implica també que la informació que provingui dels iguals, "en principio, habría de ser más sincera,"¹⁹⁶ la qual cosa

pressuposa d'altra banda que la informació que prové d'altres fonts serà potser menys sincera.

Allò que diuen els amics o la gent propera i allò que es veu en alguna persona propera és bàsic a l'hora de donar sentit a les informacions disponibles. El grup d'iguals –i qualsevol altre grup que gaudeixi de certa proximitat, com en alguns casos la família– es constitueix doncs com una font d'alta credibilitat per la via de **les experiències compartides**.

Els relats mostren que les experiències adquirides per la via de l'aprenentatge vicari són molt potents i poderoses a l'hora de certificar o falsejar aquelles informacions formals amb les que es compta i que no han pogut ser contrastades –per dir-ho d'alguna manera– de forma empírica.

L'experiència vicària pot determinar el sentit que prenguin les informacions de què es disposi així com aquelles que estiguin per arribar. Allò que es veu amb els propis ulls gaudeix d'una altíssima credibilitat, i és així com en alguns casos pot dur a l'establiment d'un sentit molt marcat per a determinades certeses.

"Perquè tenia un tio... jo era menudeta i se va morir un tio de... que era drogadicte, i me'n recordo que el veia caminar pel carrer demanant a tothom diners. Això... això em va marcar molt." (5:964)

De la mateixa manera, en d'altres casos l'experiència vicària pot comportar la determinació de certeses que circulen en un sentit gairebé contrari.

193 (3:1342)
194 (2:808)
195 (4:777)
196 (1:1411)

"També pot passar el del sentit contrari, que per exemple, lo de la festa, vale? Jo veig que el meu amic s'està fotent coca i veig que li senta bé, que ell no ha tingut cap problema greu, que dius vale, se queda així una mica tonto i tal, però res seriós, per dir-ho així. Claro, dius vale, llavors a mi tampoc no em pot passar."
(7:1204)

Segons alguns dels joves entrevistats, les experiències compartides –a través de relats orals o d'experiències vicàries– aporten al component teòric un criteri de realitat que validarà o falsarà aquelles informacions a les que s'hagi pogut tenir accés. En aquest sentit, tot plegat pot arribar a reduir-se a les experiències alienes a les que es pugui tenir accés.

"Hi ha molta informació teòrica però que realmente la peña... o sea, a parte de que no todo el mundo se interesa por esta información teórica, ¿sabes? Que ya creo que es un error... Después és això, no? Es la experiencia que conozcas de la otra gente, o sea..."
(1:889)

Es parteix doncs d'una forta confiança cap a tot allò que explica la gent, i especialment les persones percebudes dins d'un marc d'afinitat comuna, així com allò que s'observa que els està succeint.

Amb tot, aquesta credibilitat atorgada al grup d'iguals no es manifesta de manera tan sòlida en tots els relats sorgits al llarg de les diferents entrevistes. Ens trobem doncs amb alguns dels joves entrevistats que restringeixen el grau de confiança, i per tant el de credibilitat, als amics més propers, deixant-ne fora la

resta de joves que, d'entrada, puguin pertànyer un mateix grup afí.

"Depèn de la persona amb qui parlis, no? O sigui, si parlo amb una persona, amb un amic meu de tota la vida que realment hi confio... i en canvi jo tinc, potser tinc dos o tres amics que em diuen una cosa i jo me la crec, que inclòs els hi confiaria la meua vida a aquesta persona, o sigui, de total confiança. Si he de fer una cosa la faig amb ell, i amb ningú més. Després, si anem a una festa i, cosa que jo no solc fer, però em diuen de fotre'm una ratlla, doncs la informació doncs molt agafada amb pinces, no? No m'ho creuré 100%, ho sabré i ja està, no és una cosa que vagi a missa el que em diuen tampoc."
(4:815)

Aquesta progressió va en alça en d'altres relats, en els que ens trobem que la credibilitat dipositada en la informació lliurada pels iguals ja no es ceneix només a la que provingui d'aquelles persones que gaudeixen de la màxima confiança. En molts casos, doncs, ens trobem amb què alguns dels joves entrevistats afirmen que "a mí los colegas no me dan seguridad."¹⁹⁷ I és que si s'entra a valorar la qualitat de la informació lliurada, alguns opinen que "los amigos muchas veces también desconocen la información."¹⁹⁸

En uns casos es desconfia de les informacions lliurades pels amics, en tant que es té la seguretat que, de la mateixa manera

197 (2:810)
198 (6:1223)

que algunes fonts més institucionalitzades només enaltiran les característiques negatives del consum de substàncies, el grup d'amics pot caure en el mateix error i emfasitzar tan sols aquells elements positius que es desprenen del consum.

Igualment, es reconeix que cada persona és diferent, que els desigs d'una difereixen dels d'una altra i que el consum de substàncies no ha de tenir necessàriament els mateixos efectes sobre tothom. Així, "para él tirarse de un puente quizás es súper guay, y yo... pues soy más tranquila, ¿me entiendes?"¹⁹⁹

Aquest fet se suma a la percepció del fet que no tots els consums han de produir necessàriament els mateixos efectes sobre diferents persones i és que " a cada un li pot afectar d'una manera, o sigui tu el veus però no saps si podràs acabar com ell o pitjor"²⁰⁰, sobretot en els casos en què es diposita certa confiança en d'altres informacions que contradiuen allò que ens mostren els ulls.

Aquest argument sembla servir també com a un element força important a l'hora de restar credibilitat a l'aprenentatge oral i vicari, amb el qual també es relaciona el grup d'iguals. Amb tot, les narracions i les experiències compartides –oralment i vicària– són força poderoses i gaudeixen d'una altíssima credibilitat.

199 (2:830)
200 (8:833)

"Información no hay ninguna, te enteras de la gente que la toma. Tú tienes relación con esa gente y ves cómo está." (6:1031)

I és aquí on ens trobem amb la darrera de les vies d'accés a la informació a esmentar: **l'experiència pròpia**. Per a molts dels joves entrevistats, un cop totes les vies d'accés a la informació han estat posades en dubte, tant aquelles més institucionalitzades com aquelles amb un component més informal, apareix l'argument que no hi ha cap font d'informació més fiable que la pròpia experiència, que segons alguns, "jo crec que és la millor."²⁰¹

"Es que jo també ho veig una tonteria, perquè et poden dir moltes coses, vale, però si no... al final penses «vale, passo d'això». Fins que no ho comproves tu mateix no ho saps." (7:863)

De fet, alguns relats expliquen que, per molt ben informat que algú estigui no pot saber què és una substància fins que no la prova. Fins i tot se'ns explica que "la información generalmente llega después, no antes de consumir"²⁰². I és que sembla que alguna cosa no encaixa prou bé entre allò que es desprèn de l'experiència dels joves entrevistats que han consumit alguna substància i les informacions genèriques que circulen al voltant d'aquelles substàncies.

"P1: Pues a mí no me cuadra."

201 (5:953)
202 (2:896)

E: ¿El qué no te cuadra?

P1: Pues això, la propaganda aquesta que fan, i tot això.

E: Per què no?

P1: Pues perquè una cosa si no la vius... no... s'ha de viure personalment." (3:1172-1180)

Val a dir que no hem trobat relats que treguin credibilitat a l'experiència com a font d'informació. Aquesta via d'accés a la informació només és accessible de forma directa a través del consum i, com ja sabem, si no hi ha consum, l'experiència aliena només es pot conèixer a través de relats orals o bé d'experiències vicàries.

El que veiem, doncs, és que les persones que acumulen experiències confien en els coneixements que n'extreuen, tot i que aquests coneixements vivencials no siguin valorats de la mateixa manera per terceres persones alienes a aquests consums.

La qualitat de la informació

Acabem de veure fins a quin punt les diferents vies d'accés a la informació són agrupades i desagrupades de forma força variada per part dels joves entrevistats. Aquestes diferents vies d'accés a la informació lliuren missatges molt diferents i els aprenentatges que se'n puguin derivar són, sovint, força contradictoris entre ells.

"Potser és impossible i tot. És tornar a començar, des que el sistema educatiu comença que són nens petits, aprendre les coses tal i com són i com ho hem de fer. I

clar, què passa aquí? Doncs que el mestre ensenya una cosa, el pare ensenya una altra, la vida ensenya una altra, i al final acaba un guirigall al cap de cada persona que no sap decidir, saps? Molt complicat, això." (4:1339)

A aquesta diversitat de discursos situats en diferents espais i persones s'hi ha d'afegir la sensació que els coneixements canvien amb el pas del temps i que les informacions poden contradir-se en gran mesura degut a la seva manca d'adaptabilitat a aquests canvis.

"Pero es que claro, ¿cómo sabes... o sea, que es una información absolutamente cierta? es que... ¿sabes? De aquí 20 años dirán otra cosa sobre las... es que es como todo es una evolución, ¿no? Y antes pues se pensaban que eran terapéuticas, que eran terapéuticas... y luego han descubierto que tan terapéuticas no son algunas, luego que hay algunas para algunas cosas terapéuticas ¿entiendes?" (1:992)

Aquest guirigall de fonts d'informació i la diversitat de missatges als quals són sotmesos els joves entrevistats fa difícil prendre una decisió sobre quines són les informacions més fiables i quines són les menys fiables.

Hem vist que, en aquest sentit, en els diferents relats s'atorga a aquestes vies d'accés a la informació distints graus de credibilitat respecte a les informacions disponibles: des de la confiança total al rebuig més absolut passant per criteris intermitjats més flexibles. I és aquí on es fa evident que allò que s'està valorant no és l'origen ni la quantitat de la informació sinó **el tipus i la qualitat de la informació**. I és que valorar la quantitat

d'informació de la que es disposa no té gaire sentit quan allò que crida l'atenció és la seva qualitat.

D'aquesta manera, si es vol mesurar la informació a nivell quantitatiu sembla que si bé alguns joves senten que disposen d'informació per tot arreu d'altres entenen que no hi ha informació enlloc. En aquest sentit, molts dels relats expliquen que "en cualquier parte te encuentras información: en el cole, en la calle..."²⁰³ De fet, ens trobem amb un bon nombre de relats que afirmen que "hi ha molta informació, és que ara no ens podem queixar de la informació!"²⁰⁴

Ens trobem també amb relats en els que emergeix la percepció que hi ha molta informació però que no es troba directament a l'abast del jovent, i que per tal d'accedir-hi cal cercar-la. I és que "tota informació pots trobar-la, saps? Si la busques..."²⁰⁵ Però, és clar, si la qüestió no es mira des d'una òptica quantitativa sinó més aviat qualitativa, la cosa canvia.

"Yo sí que sé que hay mucha información. Hay mucha. Ya te dicen que es muy malo, que drogarse es muy malo." (2:868)

Quina informació caldria cercar quan ja es coneix el contingut perenne d'aquesta informació? "Ja sabem que totes les drogues són dolentes"²⁰⁶, i per tant, "ja sé tot el que necessito: les drogues són

dolentes"²⁰⁷. Com veiem, l'interès per adquirir noves informacions desapareix en el moment en què aquestes no aporten nous coneixements. És en aquest moment on molts joves comencen a qüestionar-se la qualitat d'aquesta informació. La manca de voluntat per adquirir noves informacions es relaciona doncs amb la qualitat d'aquesta, i és que molts dels joves entrevistats afirmen que "la informació és dolenta"²⁰⁸ i, per tant, no és d'estranyar que pensin que "no hay información, hay un desmadre y ya está."²⁰⁹ Però què vol dir que la informació és dolenta? Quina és doncs la informació bona per a aquests joves?

Els mateixos relats que desqualifiquen aquestes informacions afirmen, en alguns casos, que sí s'han trobat amb un altre tipus d'informacions que poden provenir igualment d'allò institucional, i que està caracteritzada principalment per ser "únicament informatius."²¹⁰ I és que aquestes informacions expliquen aspectes concrets de cada substància sense posar-se a jutjar moralment a qui les consumeix i en elles "no te dicen que esto o aquello es malo, sino que te dicen lo que te puede y lo que no te puede hacer."²¹¹

Així, més enllà de les informacions atribuïdes a l'experiència –ja sigui la pròpia o la compartida per via aliena–, que són les que resten més lluny de les institucions, ens trobem amb dos

203 (7:658)
204 (1:499)
205 (7:987)
206 (4:1025)

207 (4:1063)
208 (5:1038)
209 (2:880)
210 (7:960)
211 (2:978)

tipologies d'informació que, tot i percebre's ambdues com a institucionalitzades, es perceben com a fortament diferenciades:

Les informacions que alguns dels relats defineixen com a "antidroga" o "prohibicionista."²¹²

Les informacions que alguns dels relats descriuen com a "otra alternativa."²¹³

Els joves entrevistats no semblen tenir nom per a aquestes diferents modalitats d'informació, de manera que a partir d'aquest moment, i per tal de referir-nos-hi, les anomenarem 'discurs abstencionista i 'discurs de reducció de riscos' respectivament. Vegem-ho més detalladament en el següent capítol.

Dos paradigmes en relació a la informació sobre drogues

En relació al consum de substàncies, trobem que existeixen fonamentalment dos grans paradigmes discursius que tracten de significar el fenomen i promoure polítiques i intervencions.

Al primer d'ells, el paradigma dominant actualment, l'hem anomenat paradigma 'abstencionista', i al segon, menys estès quant a la seva pràctica, l'hem anomenat paradigma de 'reducció de riscos'.

212 (2:1003)

213 (2:272)

El paradigma 'abstencionista'

En aquest punt, començarem per veure quins són els relats que sorgeixen a l'hora de descriure les característiques principals del discurs sanitari-abstencionista. En primer lloc, es considera que aquest discurs és el que predomina en les campanyes públiques dirigides a la prevenció dins d'aquesta àrea.

En aquest sentit, i com veurem, se les defineix com a una mena de campanyes de prevenció contra el consum de drogues. És per aquest motiu que el discurs que es caracteritza pel seu caràcter abstencionista. La noció de prevenció es redueix a la prohibició o bé al fet d'evitar un acte. Es prevé el consum, no les seves conseqüències. Es dona per descomptat que evitant l'acte no hi haurà efectes.

Per a sostenir aquest objectiu complex, l'argument es basa en una **idea** molt simple: la droga sempre és dolenta. Aquesta és la concepció que pot portar a afirmar que el consum invariablement "acaba haciéndote daño"²¹⁴, o que pel fet de consumir "la vida se acaba antes"²¹⁵. En considerar que el desenllaç inevitable del consum tan sols pot ser negatiu, la noció de risc no té aquí cap mena de cabuda, ja que aquesta incorpora la possibilitat que aquest desenllaç pugui no ser negatiu. La droga, concebuda des d'aquest discurs, conduiria a un únic final possible: el dany i la degradació física i psíquica.

214 (7:238)

215 (6:748)

Aquest és un camí de direcció única sense gairebé possibilitat de retorn. S'assumeix la teoria de l'escalada, segons la qual una vegada iniciat el consum es continuarà amb dosis majors i amb drogues més dures. És la idea que el consum és un recorregut en el que "tothom comença fumant un porro"²¹⁶, com a punt de partida d'iniciació al perillós món de les drogues:

"Pues que es esto, quizás la pruebe una vez, un par de veces, una pastilla, una ralla y ya sí. Creo que comienzas." (2:1250)

"Te fumes una droga com un porro que no t'afecta en excés, després ja passes a la pastilla, la ratlla... i segueixes." (5:1219)

Seria així, doncs, com s'explica el vincle intrínsec entre consum i dany inevitable. Iniciar-se en l'ús de substàncies psicoactives desemboca en l'addicció. Tot i que aquest recorregut es podria eludir si la persona tingués el control dels seus actes s'argumenta que les substàncies psicoactives, o més concretament, la droga, "tu no la pots controlar, et controla ella a tu"²¹⁷. Des d'aquesta concepció, només queda una opció per no caure en l'addicció: evitar el consum, no iniciar el camí en el món de les drogues. I, en el cas que ja s'hagi començat, intentar sortir d'aquest procés de degradació abans d'"acabar destrossat."²¹⁸

216 (5:1262)
217 (8:647)
218 (8:647)

En definitiva, si tota droga és dolenta, si tot consum comporta conseqüències negatives i si a més es tracta d'un trajecte que va empitjorant, l'única estratègia preventiva és la que condueix a no consumir. És a dir, des d'aquest discurs, l'**objectiu** de tota prevenció ha de ser l'abstinència.

Un cop establert quin és l'objectiu, es precisa delimitar també quin ha de ser el missatge d'aquest discurs. Atès que allò que es vol assolir és l'abstenció, el "di NO a les drogues"²¹⁹ constitueix el conseqüent contingut central de les campanyes. Es tracta d'un missatge en forma d'imperatiu de prohibició. Amb la no realització d'un acte –el consum– se n'hauran d'evitar totes les seves conseqüències negatives.

"Para evitar caer en esa tentación tomas la decisión de no, no quiero entrar ahí." (6:505)

A l'hora de difondre aquest missatge, es considera adequat recórrer a **estratègies** publicitàries emocionalment fortes. Així, s'advoca per buscar impactar amb els continguts, provocar por als actes i als seus efectes. En aquest sentit, l'agressivitat és llegida com a sinònim d'eficàcia de les campanyes.

Fins i tot, es plantegen les campanyes agressives de reducció d'accidents de trànsit com el model a seguir. Des d'aquesta concepció, es considera que com més fort sigui el missatge més afectarà la població diana, la qual s'identificarà en major mesura amb el fet de poder patir les conseqüències negatives associades

219 (8:753)

inevitablement al consum. Es pensa que la pregunta "i si em passa a mi?"²²⁰ sorgirà i que això portarà a evitar el consum. La cita que reproduïm a continuació il·lustra clarament la concepció que la gestió de la por per mitjà d'aquesta mena d'impacte 'sensacionalista' es considera una estratègia de prevenció eficaç:

"El que haurien de buscar amb les drogues és anuncis forts, com el que fan amb tràfic amb l'accident que mostren tal i com és, o amb els pulmons cremats o amb el tabique nasal destrossat. Perquè ja sabem que totes les drogues són dolentes, sabem el que fa i tot. I si d'alguna manera volen donar compte del que fa, pues anuncis com són de veritat. Que mostrin la realitat d'aquella droga. No que et diguin és dolenta o et perjudica, saps? Si et diuen això no et farà res, però si et mostren uns pulmons cremats potser t'afecta un pelet més." (4:1025)

Com veiem, es considera que l'ús de casos exemplars dins d'aquesta línia estratègica pot facilitar l'assoliment dels objectius plantejats. Segons aquest discurs, es pensa que calen "proves materials"²²¹, perquè "la gent vegi com s'acaba"²²². Seguint amb aquesta idea, s'argumenta que la transmissió del missatge hauria d'estar a càrrec de persones amb una llarga trajectòria de consum. D'acord amb aquest argument, si l'ús de drogues sempre té un desenllaç dolent i comporta indefectiblement una

degradació física i psíquica, les persones amb molta experiència de consum de substàncies *evidenciarien* aquestes conseqüències. Així, la millor prevenció la faria qui pugui dir:

"Mira, yo consumía y estoy así. Si vosotros consumís, ya veréis si el día de mañana, vais a acabar como yo." (6:1375)

Vegem, per últim, quina es considera que hauria de ser la **població destinatària** a la qual s'hauria de dirigir aquest missatge. Com a conseqüència de partir de l'assumpció de la teoria de l'escalada, s'entén que cal concentrar els esforços de la prevenció en evitar l'inici del consum. Per tant, "jo em centraria més en la prevenció que en la cura"²²³. És a dir, des del discurs abstencionista es considera que el receptor privilegiat del seu missatge són les persones no consumidores [cons. OH-C], aquelles que encara no han caigut en la temptació i, per tant, en la inevitable degradació.

En aquest sentit, es considera que orientar la prevenció cap a les persones que ja s'han iniciat en el consum és una forma de malversar esforços. Aquests s'haurien de reservar per a la prevenció de l'inici del consum de les drogues. Aquesta concepció que "lo que no podem remeiar, ho hem d'evitar"²²⁴, s'exemplifica en la següent cita:

220 (3:1544)
221 (4:1028)
222 (3:1526)

223 (5:1200)
224 (5:1204)

“Jo trobo que es pot evitar més, que és més factible, que cinquanta persones d’una discoteca no prenguin que intentar tu salvar les altres.” (5:1200)

Valoracions del discurs abstencionista

Vegem a continuació quines valoracions es fan al voltant d’aquest discurs abstencionista. Amb l’objectiu de facilitar la lectura d’aquest apartat el dividirem en dos subapartats. En el primer es revisaran quins són els arguments i explicacions que emergeixen a l’hora de fer-ne una valoració positiva i en el segon els que es fan servir quan es valora negativament.

Arguments a favor:

Una vegada definides les característiques distintives d’aquest discurs, ens queda per considerar quins són els arguments que s’esgrimeixen per defensar-lo. Aquí, entrem en la dimensió valorativa del discurs abstencionista. Es tracta de veure el tipus d’explicacions que es despleguen a l’hora d’advocar per la seva aplicació en les campanyes públiques.

El primer d’aquests arguments, ens assenjala que tant les campanyes del *No a la droga*, com la prohibició legal, així com el control moral són elements **necessaris**. L’argument que s’esgrimeix a l’hora de sostenir aquesta afirmació és que “si no

existissin, es consumiria molt més”²²⁵. És a dir, sense la prohibició, sense un ferm control extern, les persones caurien massivament dins d’aquest món de consum.

Al respecte, es fa servir l’analogia amb el tabac. Advertir que consumir és perjudicial sense acompanyar-ho d’una prohibició estricta és un camí erroni. Si s’abandonés el discurs abstencionista –i la prohibició associada a aquest– el consum de substàncies psicoactives s’entendria “com una cosa normal.”²²⁶

En aquest sentit, es considera que les campanyes abstencionistes són necessàries perquè sempre poden contribuir a salvar les persones de caure en el consum i patir-ne les conseqüències. Fins i tot, s’ironitza al voltant de la disminució de l’esperança de vida que comportaria eliminar-ne la prohibició. Aquesta idea que presenta l’abstencionisme com una assegurança de vida enfront del consum s’explica de la següent manera:

“Sempre, algú despistat enganxaran i potser el salven, no? De què no es foti una ratlla i l’acabi palmant.” (4:877)

En segon lloc, es planteja la qüestió de la **manca d’alternatives** a aquest discurs. Si les drogues “no són bones en veritat”²²⁷ i la conseqüència del consum és que “sempre acabes malament”²²⁸, no és possible imaginar cap altra forma d’abordar el fenomen.

225 (4:913)
226 (5:1276)
227 (4:1291)
228 (4:1063)

Afirmar que el consum és una possibilitat implicaria acceptar automàticament que s'obre l'oportunitat a iniciar-se en aquest cicle de degradació.

Igualment, es considera molt difícil –si no impossible– imaginar una alternativa al discurs abstencionista que no impliqui necessàriament assumir que consumir és bo. Així, es considera que hi ha coses que mai s'haurien de dir en una campanya pública. Bàsicament, allò que es considera que no s'ha de dir fa referència als efectes de plaer i benestar desitjats i derivats del consum. És a dir, no s'han d'explicar aquells aspectes que puguin fer atractiu el consum:

“Jo considero que a la tele no et diran «pren pastilles i volaràs». Això no poden fer-ho mai.” (5:680)

Per tant, es considera que respecte a les substàncies psicoactives s'hauria de dir només allò dolent, “com t'afecta al cos”²²⁹, per exemple. No s'haurien de fer públiques, en canvi, les experiències de benestar ja que podrien resultar perillosament atractives per als més joves i per als no tan joves. Atès que l'objectiu és que la gent no prengui drogues cal que el missatge s'adeqüi a aquest propòsit.

En aquest sentit, es defensa que cal dir allò que sigui més convenient per tal d'evitar-ne el consum. Des d'aquesta perspectiva el missatge ha de portar intrínsecament la idea que tot allò que s'hi relaciona és dolent. I allò més important, no

s'han de mostrar aspectes que puguin resultar atractius, “encara que sigui veritat”²³⁰. Cal associar el consum de substàncies, indefectiblement, a les seves conseqüències dolentes. Qualsevol altra informació, a més a més d'innecessària per a la consecució de l'objectiu que es persegueix, pot resultar contraproductiu.

En aquest punt, l'argument que sosté que hi ha coses que no s'han de dir per tal de no incitar al consum, troba un complement. Es tracta de la idea que considera que explicar les bones sensacions derivades del consum pot enterbolir la consciència del fet que aquest, a llarg termini, desemboca en la destrucció. És a dir, si es parla indistintament dels aspectes del consum positius i dels negatius, “aleshores molta gent es queda amb la primera part”²³¹. Aquest pensament s'exemplifica en la següent cita:

“Vale, pilles un colocón tope de guapo, però després és una merda, que et va destrossant, saps? Però és que depèn de quines persones, si tenen poca mentalitat, quan els diguis «pilles un flipón del copón» pues diran «bua! de puta madre!», saps? I a la part de «después te va destrozando» i tota la història, ja passen.” (4:1287)

Respecte a aquesta qüestió, és interessant assenyalar que la restricció de la informació com a estratègia per a l'abstenció en el consum pot matisar-se segons sigui l'edat de la població objecte de la campanya. Amb tot, malgrat que la població jove adulta

229 (4:1287)

230 (4:1279)

231 (4:1323)

hauria de poder comptar amb un ampli ventall d'informació –en sentit ampli– al voltant dels efectes positius i negatius del consum de substàncies psicoactives, no queda clar que tothom estigui preparat per integrar aquests coneixements de forma responsable. Així, en alguns casos, a l'hora de valorar quina relació pot haver-hi entre l'edat i el tipus d'informació que es fa pública s'afirma que:

“A un nen petit no li diguis que pilles un flipón, sinó dir-li que és dolenta, que et perjudica el cos i això. Ja quan ets més gran pues saps que ja estàs en una edat que ja pots racionar per tu mateix, ja pots parlar-li d'una altra forma.” (4:1347)

A continuació, en canvi, es conclou que l'adolescència tampoc és el moment oportú per parlar dels efectes plaents del consum. Atès que l'adolescència és una etapa del cycle evolutiu en la qual encara no s'ha assolit prou responsabilitat, encara que es lligués aquesta informació amb la idea que també comporta efectes negatius, sorgeix el dubte que “¿tu con 16 años pensabas eso? Porque yo no, ¿sabes?”²³². I finalment, tenint en compte que hi ha molta gent adulta que té “poca mentalitat”²³³, l'època idònia per a informar obertament de tot plegat no arriba mai.

D'altra banda, una versió molt semblant és la que planteja el dubte de com podrien fer-se campanyes que no s'acollissin al discurs abstencionista. Segons aquesta variant, es parteix de la

232 (2:945)
233 (4:1287)

mateixa assumpció que el consum sempre és dolent i que no és aconsellable parlar bé de les drogues. Aleshores, sorgeix la pregunta de “com es podria evitar”²³⁴ el discurs de la prohibició, i no incitar al consum:

“¿Esa información, también, cómo te la pueden dar? Lo veo demasiado difícil. O sea, sería guay recibir esa información, pero... ¡Uf! Es chungo. tampoco sé bien de qué manera se podría dar.” (6:1339)

Igualment, un tercer argument per defensar el discurs abstencionista és el que afirma que és **efectiu**. El criteri per sostenir aquest argument és que les campanyes públiques de prevenció del consum es fonamenten en el discurs abstencionista i, per tant, això s'ha de deure a què aquestes presenten un grau important d'efectivitat. En aquest sentit, les campanyes abstencionistes validen la seva efectivitat pel fet d'existir i subsistir al llarg del temps. I és que tenint en compte que “gràcies a una propaganda pots deixar les drogues, i evitar que aquell es drogui”²³⁵, es considera que el missatge compleix el seus objectius. Així, si hi ha gent que ha decidit no prendre aquestes substàncies és precisament perquè existeix un discurs públic que justifica i fonamenta la seva elecció d'abstenir-se. Tot això porta a concloure que el *No a les drogues* sí que és efectiu.

Tanmateix, hi ha moltes persones que consumeixen i també moltes altres que contínuament inicien nous consums. És per

234 (5:1223)
235 (5:1119)

això que es reconeix que aquestes valoracions positives es basen en aquells nombrosos casos concrets en què, en efecte, no s'ha caigut en el consum i en els que, per tant, el discurs ha assolit l'objectiu de l'abstinència. S'assumeix, amb tot, que hi ha molta gent que sí consumeix. A més, també s'accepta que "tots aquests que es foten drogues de les dures saben que això és dolent"²³⁶. Per tant, el fet que es donin aquests casos no respon a una manca de coneixements de les conseqüències negatives del consum ni, tampoc, al fet que no hagin entrat en contacte amb el discurs abstencionista. Conseqüentment, es conclou que aquest discurs no és efectiu al cent per cent.

Però a què es deu el fet que el discurs sigui a voltes efectiu, a voltes no. En aquest sentit, i des del suport al discurs abstencionista, el reconeixement i l'acceptació del fet que molta gent sigui consumidora no s'haurà d'atribuir a cap mancança del propi discurs. La constatació de l'existència de consum no és llegida com una dada que relativitzi l'eficàcia del discurs sinó que s'atribueix a les característiques internes del receptor del missatge. Aquesta és la idea que es troba en la resposta "depende de la persona"²³⁷, quan es pregunta per l'efectivitat de les campanyes.

En aquest sentit, l'explicació dels casos en què no s'assoleixen els objectius es troba en aspectes psicològics de les persones consumidores. Si la gent sap que les drogues són negatives i tot i

així consumeix és per desinterès, indolència o perquè "suda de tot"²³⁸. En definitiva, serien les carències pròpies de les persones les que restarien eficàcia a la prevenció del consum. Per a qui no pateix d'aquestes carències, el discurs funciona.

Això explicaria per què la publicitat abstencionista "tampoco es que sea buena para la juventud de una determinada edad, los 14, 15 años"²³⁹. És a dir, els trets propis de la personalitat del conjunt de persones que consumeixen comparteixen algunes característiques que serien pròpies de l'adolescència. Aquesta manca d'interès i responsabilitat respecte de les conseqüències dels propis actes, que explicaria el consum, s'expressa de la següent manera:

"Hay mucha gente que prefiere no conocerlo porque quizás lo que lee no le gustaría saberlo." (2:858)

Segons aquesta valoració les campanyes són efectives, tot i que en el moment de ser-ne objecte no se'ls doni importància. La idea principal és que aquesta mena de campanyes tenen una efectivitat a nivell subliminal. És per això que pot succeir que no s'atengui aquest missatge, que no es recordi o bé que no es tingui present el seu contingut.

Així doncs, hi ha la certesa que arribarà un moment determinat en què el discurs funcionarà. Segons aquesta idea no es produeix un procés de presa de consciència, ans al contrari, l'abstinència

236 (4:230)
237 (7:1076)

238 (3:1411)
239 (2:922)

s'assumeix inconscientment. Es considera que la convicció pot arribar per repetició, o bé perquè el missatge impressiona i deixa empremta.

“Jo crec que això és com tots els anuncis que, per exemple, tu veus un anunci de Font Vella; tu el veus i te n'oblides però estàs al supermercat i veus Font Vella i «Ostres! La compro». Igual, pues un anunci de drogues diu «no prenguis drogues, tal» doncs potser algú n'anava a prendre i potser no se la prendrà. Jo crec que aquest és l'objectiu.” (4:905)

Aquest argument serveix per reforçar i justificar la pertinença de fer un tipus de campanya basada en el discurs abstencionista i que sigui impactant. És a dir, el contingut del missatge arriba més, és més efectiu i convincent, si el seu format és emocionalment fort i crida l'atenció per la seva cruesa. Així, només serien eficaces i “no se te passarien”²⁴⁰ si fossin “campanyes agressives, molt agressives”²⁴¹. Cal que el missatge afecti profundament a qui el rep.

Inversament, es considera que “te partes de la pena que te dan”²⁴² les publicitats que advoquen per l'abstenció del consum i no són impactants. Sense una posada en escena de les conseqüències dolentes el contingut no serà convincent. Per això, per tal que una campanya sigui efectiva, és recomanable fer visible, per exemple, com:

240 (3:1541)
241 (3:1542)
242 (8:813)

“Li va petar una vena del cervell i està en coma. Una cosa així... Això estaria bé.” (5:1133-1135)

Arguments en contra

El primer conjunt d'arguments que s'esgrimeixen per tal d'oposar-se a l'ús del discurs abstencionista fan referència a la seva **ineficàcia**. Així, se sosté que “això no té cap efecte tampoc”²⁴³. Es ressalta el fet que s'estan malversant els esforços de les campanyes públiques per la insistència en la bondat d'una perspectiva que no presenta cap mena d'efectivitat.

Aquesta idea que les campanyes basades en el *No a les drogues* no tenen cap efecte sobre la població es recolza en les dades que es publiquen periòdicament al voltant de l'increment dels índexs de consum. Es considera que la seva ineficàcia és una evidència pública. Així, s'afirma que no es una opinió gaire discutible, ja que no cal sinó veure les estadístiques per adonar-se que “cada vegada la gent comença a fumar i a drogar-se molt abans”²⁴⁴. És a dir, quan la qüestió no es redueix a la consideració dels casos particulars de persones que no consumeixen, la imatge de la situació canvia. Si s'entén el consum d'aquestes substàncies com un fenomen social es posa de manifest que el discurs abstencionista fracassa en els seus objectius.

243 (5:1107)
244 (7:1254)

En el mateix sentit, i més enllà del discurs oficial, es considera que el consum s'ha normalitzat com a part de la cultura jove. Per això, cada vegada hi hauria més gent que comparteix les idees que "fumar és guay"²⁴⁵, o bé que el consum de substàncies és gairebé una necessitat perquè "per a sortir ho has de fer"²⁴⁶. La conclusió d'aquestes consideracions portaria a reconèixer que, per al col·lectiu jove, el missatge no resulta convincent.

A més, els mateixos adolescents i joves són els que aporten els motius per explicar aquesta ineficàcia. En primer lloc, es ressalta el fet que el missatge està buit de contingut, que no diu res, que "eso es una prohibición, y nada más"²⁴⁷. És a dir, es valora en termes d'absència d'informació i s'afirma que el missatge només fa èmfasi en un sol argument: les drogues són dolentes. Es considera que aquest argument no proporciona eines per prendre una decisió, sinó que adopta la forma d'una mera prohibició. La següent cita ens explica aquesta situació:

"A ti te dicen «Di no a las drogas, di no». Como nuestra profesora nos decía siempre. Pero ¿cómo digo que no? y ¿por qué digo que no? Sí, sí, ¿por qué?" (8:753)

Així mateix, aquest "«No», sin decirte por qué"²⁴⁸ comporta un cúmul de conseqüències negatives. En aquest sentit, s'assenyala que un missatge d'aquesta mena es pot percebre com una

informació inútil, i per tant pot produir una manca d'interès i de voluntat de coneixement. Quan el que es diu "no té argument"²⁴⁹, no només es viu com a poc convincent sinó que pot comportar una expressa desatenció.

Segons expliquen les persones entrevistades, quan es veu un anunci d'aquesta mena "el deixes passar i... ale!, a veure quin és el pròxim"²⁵⁰. Igualment, en referència a una xerrada a l'escola que parlava del *No a les drogues* es comenta que "un rato escuchaba y el resto me rascaba la cabeza"²⁵¹. És a dir, quan la informació és considerada buida de contingut i no proporciona eines per a escollir sinó que imposa una decisió, no se la considera interessant i, conseqüentment, no se li presta atenció.

En aquest sentit, alguns joves afirmen haver vist alguna d'aquestes campanyes "per la tele"²⁵². Tanmateix, les categoritzen com a "anuncios"²⁵³ i, per tant, les deixen passar. Encara més, s'assegura que els missatges d'aquestes campanyes presenten un interès tan baix que això porta a què, senzillament, no se les recordi. Aquest extrem de la ineficàcia del discurs abstencionista, que el fa gairebé invisible tot deixant-lo fora de la memòria s'explica de la següent manera:

"Jo no m'he trobat campanyes d'aquestes. O sigui, ara quan les diuen i tal sí, però que no tinc... Jo és que sóc

245 13:1451
246 (7:1256)
247 (2:884)
248 (7:1256)
248 (2:884)
248 (6:1257)

249 (8:759)
250 (3:1140)
251 (5:1102)
252(5:1098)
253(2:876)

incapaç de recordar-les. Potser per què no m'hi veig afectat." (4:993)

Seguint amb l'argument exposat, atès que el missatge de les campanyes no és considerat com una font d'informació vàlida, es remet al grup d'iguals com la font privilegiada d'obtenció de la informació. És la idea que "es más influyente los amigos que la propia propaganda"²⁵⁴. Això significa que una de les conseqüències de la manca d'interès que desperta el missatge és la desvalorització de les fonts que el transmeten.

D'altra banda, trobem una altra crítica encara més punyent. Així, ja no es tracta només de considerar el discurs abstencionista com ineficaç pel fet que no assoleixi els seus objectius. Més enllà, se li imputa part de la responsabilitat de l'augment del consum. Aquí, l'argument és que aquest discurs, paradoxalment, genera l'efecte exactament oposat del que se suposa que cerca. És la tesi que la prohibició fa brollar el desig. La idea que "sempre que et prohibeixen algo t'entren unes ganas de fer-ho impresionants."²⁵⁵

Així, quan es pensen les campanyes basades en la premissa de *Digues no a les drogues*, la conclusió és que es tracta d'una prohibició que incita a la transgressió. Aquest argument causal es desenvolupa de la següent manera:

"Cuando veo esos anuncios por la tele, yo pienso en mi adolescencia. Y lo primero que te ponen es un NO así de grande. ¿Tú en tu adolescencia qué haces? Lo contrario

de lo que te dicen, ¿sabes? Yo pienso que un anuncio anti-drogas, poniéndote un NO así de grande no vale para nada porque ¿qué vas a hacer? Lo contrario. Yo al menos cuando era más joven hacía lo contrario porque decía, «¡bah!»" (2:876)

Al respecte, és d'interès assenyalar que el discurs de les campanyes és vist com a paternalista per part dels mateixos adolescents i joves. Es pensa en la prohibició com a quelcom associat a la transgressió, la qual és concebuda com a una característica pròpia d'aquesta etapa del cicle evolutiu. Així, aquest missatge en forma d'un imperatiu que ordena "no facis això"²⁵⁶, seria "lo que diu el teu pare també"²⁵⁷. Plantejada així la qüestió, la desobediència pren la forma d'una necessitat vital i, per tant, el discurs abstencionista promourà inevitablement el consum de substàncies psicoactives.

"Sobretudo en cuanto a los jóvenes, si les dices «no lo tomes», pues lo van a tomar dos veces, porque eres como sus padres, que lo prohíben." (6:1421)

Igualment, es fa referència a un altre motiu pel qual les campanyes públiques pensades des del discurs abstencionistes no són efectives. Es tracta de la sumatòria de la manca de contingut del missatge i la seva repetició. En aquest sentit, es parla de l'efecte de saturació: en lloc de la persuasió, l'efecte és l'esgotament. És la sensació que en la actualitat "hi ha tantes

254 (2:918)
255 (1:1018)

256 (8:1350)
257 (8:1350)

campanyes informatives sobre drogues que acabes una mica saturat”²⁵⁸. Així, en primer lloc, ens trobem amb el fet que ja se sap què és allò que diuen –sumat al fet que es considera que no diuen gaire–. En segon lloc, el missatge, un cop s’assumeix que no aporta cap informació rellevant, es diu una vegada rera l’altra.

A més s’afegeix el fet que el missatge adopta la mateixa estructura expositiva que qualsevol altre anunci publicitari, de manera que finalment és percebut com un tall publicitari més que pretén vendre el seu propi producte, en aquest cas discursiu. Això provoca que a aquesta mena de campanyes, quant a anuncis publicitaris, se’ls atribueixi el mateix grau de rellevància que a la resta de talls publicitaris. Aquest efecte de pèrdua de l’eficàcia es resumeix de la següent manera:

“Només cal obrir la tele. Avui mateix he vist un anunci nou que no havia vist mai sobre l’alcohol, però clar, darrera ha vingut un anunci de no sé què, i un altre i ja... Fins ara mateix no hi he tornat a pensar, i perquè ho has preguntat...” (4:873)

En aquest sentit, fins i tot apareixen reflexions respecte al fet que la forma que adopta el missatge –tall publicitari– acaba per constituir el propi discurs abstencionista. Així, es pensa que la manca de contingut va de la mà del format publicitari escollit per difondre el missatge, perquè “en 20 segundos tampoco te pueden decir nada”²⁵⁹. Atès que el missatge adopta el format d’espot

televisiu, assumeix la lògica publicitària dominant orientada a impactar la persona televident. És a dir, en tant que fa ús del llenguatge i el temps televisiu, el desenvolupament d’arguments sòlids queda relegat a un segon pla.

Un altre conjunt d’arguments emprats per sostenir la ineficàcia de l’estratègia adoptada pel discurs abstencionista remet a la seva **llunyania**. És la idea que amb aquest missatge “no t’hi identifiqués, no està pròxim, no ets tu”²⁶⁰. És a dir, les persones no se senten la ‘població diana’ de les campanyes, i per tant, no se senten afectades pel que s’hi diu.

Novament, aquest efecte pot produir-se tant per la forma com per la repetició del missatge. En el primer cas, es fa referència a l’estratègia persuasiva centrada en l’ús d’un format emocionalment impactant capaç d’afectar la persona destinatària. És l’estratègia de les campanyes agressives, aquelles que estan fetes “per a ficar-te la por.”²⁶¹

Malgrat que l’estratègia escollida busca introduir la por al consum es considera que genera un efecte contraproductent que portar a rebutjar el missatge. Es reacciona afirmant: “no em passarà a mi”²⁶². En aquest sentit, el que es veu és tan fort que genera la impressió que no li pot passar a un mateix. La possibilitat que es presentin conseqüències de tal magnitud o tan desagradables, es considera rara i llunyana.

258 (4:873)
259 (6:1255)

260 (8:767)
261 (7:1162)
262 (7:803)

"No, no lo veo real. Es como ¿qué me estás diciendo? No, esas campañas tan, tan, tan, tan, tan dramáticas, no lo ves real. Aunque sabes que pasa pero no lo ves cercano, porque lo ponen tan, tan exagerado que no."
(6:1397)

Igualment, ens podem trobar amb una versió molt similar, que critica l'ús de casos extrems. Així, s'assenyala que amb l'intent d'atemorir mostrant els casos més extrems, el missatge 's'auto-desacredita'. Es pensa que "tindrien que baixar una miqueta més al nivell del terra i parlar des d'allí"²⁶³, això és, si un exemple sembla llunyà i el missatge poc creïble, la campanya no sorgirà gaire efecte.

És a dir, fer servir exemples que se surten d'allò que és habitual en la quotidianitat fa perdre credibilitat i poder de convicció. La possibilitat que es doni un desenllaç semblant en el propi dia a dia sembla rara i poc probable:

"Tu lees el libreto de drogas, paranoia, no sé qué... Brotes esquizoides... ¿sabes? Y dices, vale, sí ¿cuántos? ¿Cuántos de cuántos? ¿Me entiendes? ¿Uno de mil?"
(8:730)

És d'interès assenyalar que existeix una única campanya que sembla haver assolit el seu propòsit en termes d'impactar l'audiència. Es tracta d'un cas que tothom assegura haver vist i que és recordat tant per les persones joves més adultes com per aquelles adolescents menors de vint anys. Estem parlant de "la

263 (8:797)

del cuc"²⁶⁴. Recordem que aquesta campanya feia una analogia entre aquest invertebrat introduint-se pel nas i el consum de cocaïna.

Segons assenyalen els relats, l'impacte no es va produir mitjançant un missatge orientat a generar sensació de culpa o por. Per contra, es relata que generava una sensació definida com a "iasqueroso y... uah!"²⁶⁵. És a dir, aquest anunci va assolir el propòsit d'impressionar ja que, a diferència d'altres, s'orientava a provocar una altra emoció, el fàstic.

Nogensmenys, reconeixen que "connectar amb una cosa que fa fàstic"²⁶⁶ tampoc va aconseguir efectes en termes d'induir a abstenir-se de consumir. En aquest sentit es remarca que un cuc "és més sa que el que t'estàs fotent"²⁶⁷. És a dir, no es relaciona el fàstic amb la salut. Per tant, segons aquest relat, es posa al descobert que assolir els objectius publicitaris no garanteix la eficàcia sanitària del missatge. Impactar, afectar i deixar empremta en la memòria col·lectiva no és sinònim de persuasió i convicció envers els continguts del missatge. En les seves pròpies paraules:

"iPero es una tontería, tío! Porque luego vas, lo pruebas, y no es un gusano, no te da asco." (8:792)

264 (8:777)
265 (2:892)
266 (8:786)
267 (8:790)

Un altre argument crític amb l'ús d'elements impactants de caire sensacionalista en les campanyes preventives en format publicitari fa referència al fet que la capacitat d'afectació davant d'un missatge emocionalment intens tendeix a esgotar-se. La reiteració i abús de l'ús d'estratègies publicitàries impactants provoca 'tolerància' emocional en l'audiència. La idea és que "si te lo machacan mucho deja de impresionarte."²⁶⁸

L'estratègia agressiva orientada a l'abstinència s'esgota en ella mateixa. Progressivament, va perdent el seu poder d'impacte:

"Però normalment amb aquests impactes tu perds l'impacte real. Si tu t'acostumes a veure coses fortes després no t'impactes tant. Si tot el dia veus coses fortes a la tele, a tu les coses fortes ja no t'afecten a la vida real. Trobo que s'hauria d'agafar més casos reals, i no fer propagandes d'aquestes del cuc, o la del noi que es fa la ratlla al lavabo que li cau la sang." (5:1125)

I finalment, un altre motiu pel qual es considera que el discurs abstencionista és vist com a llunyà es refereix al fet que ni el vocabulari ni el missatge no van orientats al jovent. Aquestes campanyes no tenen en compte aspectes clau de la població diana perquè són "molt del pal escrit per gent gran"²⁶⁹. És a dir, en última instància també són ineficaces perquè no tenen en compte les característiques pròpies de la població a què es pretén arribar.

268 (6:1399)
269 (7:944)

En aquest punt, arribem a un tercer conjunt d'arguments que s'esgrimeixen per a remarcar que el discurs abstencionista és ineficaz. Segons aquests arguments la ineficàcia del discurs té a veure amb el fet que arriba a la majoria de la població jove i adolescent tard o en mal moment.

Així, per exemple, es coincideix amb la valoració que no té cap efecte quan ja s'ha iniciat el consum, ja sigui a nivell individual o, més enllà, a nivell del grup d'iguals. Es considera que els consumidors ja han perdut la por i per tant pretendre inculcar-los aquesta emoció arriba amb retard respecte a la seva experiència. És la idea que afirma que "un cop estàs dintre pues passes d'això"²⁷⁰. Ja hem vist que els grups de consumidors no són considerats, segons aquests relats, la 'població diana' del discurs abstencionista.

Per tant, els joves ubicats en grups en què es consumeix no prenen en consideració la informació que els arriba des d'aquestes campanyes perquè ni les senten properes, ni se senten la població destinatària de les mateixes. En conseqüència, es tendeix a recórrer, principalment, a l'experiència –pròpia o del grup d'iguals– com a font valorada d'informació i coneixement. La manca d'efectivitat del discurs abstencionista sobre els col·lectius en què ja s'ha acceptat el consum, els quals reben un missatge que no coincideix amb la seva experiència, és explicada en la següent cita:

270 (3:1417)

“Cap al consumidor jo crec que cap. Que pel possible consumidor doncs sí, potser no la pren, agafa por i no la pren. Però tens que estar aïllat del món i veure les campanyes. Agafar por i no voler consumir ni a una festa, i tots els teus amics consumint, és molt complicat de fer.” (4:1005)

Més enllà, el rebuig es fa extensiu a tota la informació que no arriba de la mà del grup d'iguals. És la sensació que “no tengo que verlo en la tele, en la radio y con los padres. No.”²⁷¹ D'aquesta manera, una vegada que la informació que no prové de l'experiència s'associa al missatge “la droga és dolenta”, es perd qualsevol interès en rebre més informació per via de qualsevol font que sigui sospitosa de sostenir aquest discurs.

En aquest sentit, també es fa referència al fet que aquest missatge abstencionista pot, fins i tot, atemptar contra els valors del grup de pertinença. Així, algunes persones es poden autopercebre com les destinatàries d'una campanya agressiva i llegir-la en termes d'una agressió personal. Conseqüentment es rebutja l'emissor i tots els missatges que pugui emetre i es reforcen els hàbits del grup d'iguals, en aquest cas, els hàbits de consum.

Un exemple utilitzat per il·lustrar aquesta reacció davant d'una campanya que no té en compte els valors i les pràctiques pròpies

271 (6:1285)

del col·lectiu jove és la dels cartells de “La Maria no t'estima”²⁷², menyspreada i titllada d'“absurda”:

“Aquests de l'Ajuntament...“La Maria no t'estima”... Depèn de la gent, saps? Perquè, jo què sé, a mi em mola, sóc consumidor i no diré que no m'estima... Jo crec que l'estimo a ella, saps?” (4:953-957)

I finalment, aquesta falta d'eficàcia de les campanyes atribuïda al fet que arriben tard no es reduiria només als joves que ja tenen normalitzada una relació de consum amb alguna substància. S'assenyala que la manca de qualitat de la informació la fa irrellevant, també, per a bona part dels no consumidors [cons. OH-C].

En aquest cas, es fa referència a tots aquells adolescents i joves que ja han decidit no consumir o a qui no els atrauen aquestes substàncies. En aquest cas es considera que el missatge és redundant. En aquests casos, el discurs tampoc produeix cap efecte perquè és innecessari. Plantejada així la situació, resulta que els receptors potencials d'aquestes campanyes es redueixen considerablement. D'acord amb les seves paraules:

“És que abans de llegir ja no volia, i si llegeixo tampoc. I si algú està prenent això i llegeix, si no ho vol deixar, no ho deixarà.”(7:1144)

Més enllà, apareix una darrera crítica que sorgeix quan es considera la ‘població diana’ sobre la que suposadament es

272 Podeu consultar la campanya a <http://www.lamarianotestima.com>

dirigeix el discurs abstencionista: les persones no consumidores [cons. OH-C]. Es fa referència a la indefensió de criteris amb què es queden els no consumidors [cons. OH-C] dins d'un context en què sí hi ha consum.

És a dir, qui decideix no consumir no disposa d'arguments per sostenir la seva decisió. La manca d'informació, per tant, no dóna eines per poder raonar i justificar de forma sòlida els motius de la pròpia elecció. Aquesta nova versió de l'argument que sosté que la informació no arriba quan cal queda exemplificada en la següent cita:

“Jo el que veig és que estic amb un grup de joves, i quan parlem de drogues, tothom te diu el mateix: «no, les drogues són molt dolentes». I tu els hi preguntes: «Per què?» «Ah, per què et fan moltes coses al cos que no són bones». «Bueno, però què?» No t'ho saben explicar ben bé el que fan les drogues. Jo penso que això també se tindria que explicar. Perquè tu saps que les drogues són dolentes, que afecten, alteren el cos, però no saben res més. Els joves no neixen ensenyats.” (5:1497-1498)

Així mateix, ens trobem amb un segon conjunt d'arguments utilitzats per a qüestionar el discurs abstencionista que remetent a la seva manca de **legitimitat**, en termes de l'engany i falsedat que assumeixen les campanyes del “NO a les drogues”. En aquest sentit, es fa referència a la il·legitimitat que implica amagar o distorsionar la informació.

Precisament es fa referència a aquesta idea quan es diu que “no te han explicado nada”²⁷³ o que la “información está distorsionada”²⁷⁴. En aquest cas, els arguments contraris al discurs abstencionista no en critiquen l'efectivitat o l'eficàcia sinó més aviat la seva estratègia d'ocultació d'informació. La idea es refereix al fet que no és correcte amagar informació o dir mentides. Es qüestiona el discurs abstencionista des d'una dimensió axiològica, centrada en els valors. Així, per exemple, s'afirma que:

“Dan por hecho que tú te lo vas a tragar y vas a decir que no. Y no te han explicado nada. El que si... si «ni se te ocurra esto con esto, o esto si vas a hacer no sé que»... ¿Sabes? Por lo tanto te ocultan un montón de información súper útil ¿sabes? Las que son así de este tipo. De tipo «no-no».” (8:869)

Així, entre la informació que es reclama que es vol conèixer s'inclou, en primer lloc, la contextualització històrica. Es demana que s'accepti que “hay culturas enteras que se han desarrollado en torno al consumo de drogas”²⁷⁵. Alguns dels joves entrevistats s'han interessat en els factors històrics que han marcat les diferents concepcions del consum de drogues. Aquests joves consideren que hi ha hagut un procés de dimonització de les drogues al llarg dels darrers dos-cents anys, i que s'ha ocultat el fet que en d'altres contextos sociohistòrics van ser considerades

273 (8:869)
274 (6:1389)
275 (8:928)

positivament.²⁷⁶ En aquests casos es reclama informació pública sobre "com van aparèixer o com es van crear"²⁷⁷.

En el mateix sentit, es fa una crítica a la construcció del concepte de "droga", perquè aquest seria massa ampli i difús. És la crítica que reclama que "está por ver qué tipo de droga, porque drogas hay muchas..."²⁷⁸ És a dir, s'assenyala que l'ús de la categoria droga homogeneïtza totes les substàncies que la conformen, impedit que es difongui informació específica per a cadascuna d'elles.

I aquest buit suposa un desconeixement tant dels components "de que consta cada droga"²⁷⁹, com dels efectes a curt, mig i llarg termini de cada substància específica. Per tant, també es desconeix "el nivel de adicción que puede provocar"²⁸⁰ cadascuna d'elles. En aquest sentit, uns dels reclams més recurrents fa referència a la necessitat de comptar amb informació més específica i precisa que la que es dona. La inclusió de diferents substàncies dins d'una mateixa categoria genera, per tant, una perillosa confusió.

Una altra conseqüència negativa de la manca d'informació vinculada al desconeixement dels components i efectes de cada substància particular afecta, així mateix, a les pràctiques de policonsum. Així, es considera que la manca d'informació específica i de qualitat afecta i dificulta la gestió d'aquesta estesa

276 Vegeu l'apartat "Evolució dels paradigmes en matèria de drogues".

277 (1:1010)

278(6:1247)

279 (6:1325)

280 (6:1327)

pràctica de policonsum. Aquesta idea s'explica de la següent manera:

"Hay una cosa, que es que hay drogas que por sí solas no son malas y en cambio la combinación de estas drogas sí que hacen un cóctel muy chungo, y hay poca información sobre qué tipo de mezclas producen realmente." (6:1561)

D'altra banda, i en estreta relació amb la manca de proximitat del discurs que vèiem més amunt, s'assenyala que les afirmacions esgrimides des dels missatges propis del discurs abstencionista són, senzillament, falses, atès que no coincideix amb les experiències pròpies. Així, es fa referència al fet que l'experiència pròpia no es correspon amb les informacions públiques que es refereixen, específicament, als danys a curt termini, però també a aquells que es refereixen al llarg termini.

Circula doncs el relat que "t'ho pinten tan dolent que quan et drogues no és tan absolut"²⁸¹. Per això, el discurs oficial de les conseqüències negatives immediates del consum és vist com un mite. Igualment, aquests relats fan referència al fet que es coneix persones que fa molt de temps que consumeixen substàncies psicoactives i, en canvi, no pateixen les conseqüències devastadores que afirma el discurs abstencionista. El fet que la pròpia experiència es contradigui amb les afirmacions que sosté el discurs abstencionista l'hi treu credibilitat.

281 (1:1024)

Així mateix, s'assenyala que la idea que sosté que la droga *sempre* és dolenta és contradictòria amb informació documentada disponible que pot trobar-se, per exemple, a Internet. Així, per exemple, es fa referència a investigacions i teràpies psiquiàtriques en què "utilitzaven les pastilles d'èxtasi y arreglaven problemes de parelles."²⁸²

Per tots aquests motius, s'expressa certa estupefacció respecte a la manca d'evidències empíriques que podrien sostenir la tesi de la inevitable degradació corporal. Sorgeix així la pregunta de "com pot ser això?"²⁸³ Aquests relats posen en dubte les informacions públiques sobre els efectes del consum, atès que no es corresponen amb l'experiència viscuda, en la qual no s'aprecien tan clarament les esmentades conseqüències negatives.

Ara bé, els relats que qüestionen la veracitat del missatge presenten diversos graus d'intensitat. La valoració que es fa d'aquest discurs depèn, en bona part, de la credibilitat que se li atorgui. I és que l'evidència que els efectes del consum de substàncies psicoactives no són coherents amb les informacions accessibles a partir del discurs abstencionista provoca un seguit de reaccions, sovint interrelacionades i correlatives. Podríem parlar aquí d'una nova concepció de la *teoria de l'escalada*, que situa el jove en una situació de progressiva desconfiança envers

282 (2:712)
283 (5:1074)

els missatges de caire abstencionista. Hem seccionat aquesta progressió en un continu de tres estadis.

Partint d'una confiança inicial en el discurs abstencionista, una de les primeres reaccions que apareixen davant la manca de coincidència entre l'experiència viscuda i allò que s'explica respecte a les conseqüències del consum és la perplexitat. És evident que alguna cosa falla, el discurs abstencionista ha de partir d'alguna mena d'**error conceptual**. En aquest sentit, algunes persones entrevistades afirmen acceptar la veracitat del discurs públic abstencionista, amb la qual cosa no s'acaba d'entendre quins poden ser els motius pels quals no s'acompleix el desenllaç previst. És des d'aquest interrogant que es pensa que "teòricament li hauria de passar algo... no pot ser que no li passi res..."²⁸⁴

En segon lloc, la no coincidència dels continguts dels missatges abstencionistes amb l'experiència aliena o pròpia pot portar a cercar explicacions sobre la qualitat de la informació lliurada. Des d'aquesta reacció de caire ja més crític, s'assumeix el caràcter no rigorós del discurs, el qual es considera expressament exagerat i esbiaixat i, per tant, s'entén que ens trobem davant d'un **discurs parcial**. És a dir, tot i que se segueix assumint que les premisses del discurs que sostenen les campanyes abstencionistes no tenen per què ser intrínsecament falses, es considera que s'ha escapat la realitat per tal de distorsionar-la i fer-la aparèixer com a més impactant del que efectivament és. Així, per tant de no restar

284 (5:1469)

credibilitat a la part de certesa que es diposita en els missatges institucionals abstencionistes es demana que les informacions no es basin només en aquest "cinc per cent al que els hi passi això"²⁸⁵.

La següent cita desenvolupa aquesta crítica:

"També és veritat que s'hauria de ser més just en l'exageració, perquè si tens contacte amb gent que fa molts anys que es droga penses... Com se menja això? Hauria d'estar mort i enterrat ja." (5:1074)

I en tercer lloc, emergeix una darrera reacció possible davant d'aquesta situació. En aquest cas, ja no es considera la informació com a exagerada i esbiaixada, sinó merament com un **engany**. Aquí ja no es fa referència a la manca de coincidència entre les informacions del discurs abstencionista i la realitat del consum, tampoc es refereix a l'exageració de la veritat, ni a un error conceptual, sinó a que s'apel·la a la idea que s'enganya intencionalment i de forma pública. S'afirma que aquestes campanyes només diuen mentides i que en tot cas, allò que no s'ha falsejat és perquè ha estat tergiversat.

Des d'aquesta posició, fins i tot les pròpies premisses bàsiques de què es parteix representen necessàriament un engany. En considerar la situació segons aquests criteris, es desconfia de tota informació que pugui arribar des de posicions afins al discurs abstencionista. La següent cita explica una d'aquestes vivències:

285 (8:1411)

"Lo que me enseñaron era todo mentira. Yo flipé. ¡No pueden ser tan mentirosos, tío! Es mi profesor, ¿sabes? ¡Estaba contando unas chorradas, tío! (8:723)

Un cop s'entén la situació d'aquesta manera, es desvaloren i desacrediten les campanyes i els seus emissors. Com a corol·lari, s'estigmatitza tot allò que prové del discurs abstencionista o que s'hi pot relacionar. Així, es descriuen els missatges institucionals com a "esperpénticos"²⁸⁶, les campanyes es comparen amb un espectacle de "Salsa Rosa"²⁸⁷ i les persones que les planifiquen i transmeten són titllades de "paletos."²⁸⁸

Igualment, es desenvolupen diverses teories per explicar els motius que portarien les administracions a mantenir aquesta posició de distorsió i engany. En primer terme, es considera que es tracta d'una situació d'hipocresia, d'un intent per justificar la inexistència d'una política activa que afronti el problema de forma valenta. Segons aquesta idea, "es renten les mans"²⁸⁹ amb aquestes campanyes, les quals són tan cridaneres com inútils.

Aquest seria, precisament, el motiu pel qual aquesta mena de campanyes es difonen principalment a través de mitjans de comunicació de masses com la televisió. Es busca, més aviat, donar una bona imatge de cara a l'opinió pública, més que no pas oferir un servei al jovent. En aquest, afirmen, "són campanyes

286 (6:1259)
287 (8:785)
288 (8:736)
289 (4:1001)

publicitàries més de cara a la gent adulta”²⁹⁰. En definitiva, es tracta d’una situació d’hipocresia política en què se simula que “el gobierno como que intenta hacer algo pero no hace nada.”²⁹¹

És a dir, quan el missatge és prohibicionista i es difon a través dels mitjans de comunicació de masses, tot i que aparenta anar dirigit als joves, s’orienta a generar una bona imatge de cara a l’opinió pública. I és que en realitat va dirigit als pares, als adults.

“Yo creo que un NO muy grande es más para los padres, para dar una imagen del gobierno que está contra la droga. No para los jóvenes realmente. Porque si quieren dar información a los jóvenes, los paños de Energy Control los paga la Generalitat, hacen campañas más... Pero el NO se queda más en los padres. Es para dar una imagen.” (2:983)

Troblem també una altra versió que explicaria els motius pels quals les administracions públiques endeguen aquestes campanyes. Es tracta de les teories conspiratives. Segons aquesta lectura, el govern estaria implicat en el consum, el tràfic i el negoci de les drogues.

En el millor dels casos, només es pensa que “ellos también lo toman, eh?”²⁹² Així, la hipocresia es refereix al fet que prohibeixen una pràctica que ells mateixos desenvolupen. Des d’aquesta

290 (4:1001)
291 (2:930)
292 (7:1705)

visió, es considera que el col·lectiu de joves és el boc expiatori d’un fenomen social massiu.

En el pitjor dels casos, s’afirma que alts càrrecs de les administracions tenen interessos econòmics, perquè “hi ha un munt de gent que està vivint d’això, i la gent del govern hi està molt involucrada.”²⁹³ En aquest cas, es considera que els mateixos òrgans governamentals estan interessats en sostenir la situació actual, atès que n’obtenen beneficis econòmics, fins i tot a partir del tràfic de les substàncies que ells mateixos prohibeixen.

Vegem ara, per finalitzar, un darrer conjunt de crítiques al discurs abstencionista que fan referència a la seva **perillositat**. La idea principal que caracteritza aquests relats és que amagar informació o dir mentides és molt més que una falta ètica o moral, es tracta d’una manca de responsabilitat que exposa les persones a greus perills. Aquesta concepció, s’exemplifica molt clarament en la següent cita:

“Lo que no se puede decir sobre las drogas son mentiras, porque entonces estás poniendo a la gente en un peligro, tío. Pero es que es de sentido común. O sea, es una falta de responsabilidad enorme ¿sabes? Decir una mentira ahí, y han dicho miles ¿sabes? Durante años. Y así estamos como estamos, escandalizados.” (8:1359)

Es remarca que per mitjà de les estratègies utilitzades actualment es deixa la població sense eines per gestionar un

293 (5:1354)

consum que, en major o menor mesura, és inevitable. D'aquesta manera, qui decideix consumir no disposa d'altres criteris que no siguin els del propi grup de pertinença. Això s'explicaria perquè, com hem vist, molts dels joves entrevistats afirmen valorar tan sols l'experiència –pròpia o aliena– com a font única d'informació vàlida.

Atès que només es disposa de la pròpia experiència com a criteri vàlid per gestionar el consum, l'única forma d'extreure conclusions és mitjançant l'assaig i l'error. Segons aquesta posició, hom aprèn només "quan té un susto o ha vist coses d'aquestes."²⁹⁴ És a dir, cal que algú hagi pagat les conseqüències negatives d'un mal consum perquè el seu grup d'iguals pugui tenir el coneixement de quines serien les pautes de consum o àdhuc les substàncies que caldria evitar.

Així, el discurs abstencionista comporta un terrible efecte pervers. Per a aquells que ja han decidit consumir, les males experiències derivades del consum –els "xungos"– es converteixen en una de les poques fonts fiables d'aprenentatge. El proverbi que resa que "a base de palos se aprende,"²⁹⁵ esdevé aquí una crua via d'aprenentatge que se sobrevindria com a conseqüència de l'ocultació d'informació rellevant, àmplia i veraç, sobre les distintes pautes possibles de consum.

Tanmateix, seguint l'argument exposat, s'assenyala un altre efecte pervers que pot esdevenir encara més greu. Es refereix al

294 (3:1566)
295 (1:238)

fet que, havent arribat a la conclusió que el discurs abstencionista menteix, aquest perd credibilitat en la seva totalitat. La percepció que s'està sent víctima d'un engany tramat a nivell institucional pot comportar una inversió dels termes, de manera que s'assumeixi com a vertader allò absolutament oposat als postulats d'aquest discurs.

Aquest efecte és vist com a enormement perillós, ja que pot induir a considerar acríticament que qualsevol forma de consum és bona. Segons aquesta idea, "quan tu descobreixes que pot ser bo, doncs hi ha gent que se li va l'olla i... «venga, venga!»"²⁹⁶ La percepció que el discurs abstencionista està basat en l'engany pot desembocar en una gestió escassa o nul·la del consum, incrementant el risc per a la salut dels joves consumidors.

Finalment, s'assenyala un darrer motiu pel qual aquesta manca d'informació deixa la població en una situació d'indefensió. Es tracta de la impossibilitat de donar o rebre ajuda en cas de necessitat. Atès que es desconeixen molts dels efectes particulars o de les situacions negatives que es poden derivar del consum d'aquestes substàncies no se sabrà com cal actuar en una situació d'emergència. Es critica el fet que no es difonguin informacions respecte a primers auxilis, ni s'expliqui enlloc què s'ha de fer en aquests casos. La por i la incapacitat per a fer front a aquesta situació, s'explica en la següent narració:

296 (1:976)

“Perquè a vegades et trobes que a algú li ha agafat algo i et quedes... «Hòstia! Se m'està morint aquí i no sé què fer-li!»” (5:1153)

El paradigma de la reducció de riscos

En aquest apartat ens centrarem en explorar quines són les descripcions que es realitzen al voltant del paradigma i del discurs de reducció de riscos, i quines són les característiques que se li atribueixen.

Segons aquest discurs, a diferència de l'abstencionista, es considera que el consum es pot gestionar. L'ús de substàncies psicoactives és concebut com un risc. És a dir, en efecte, el consum pot comportar conseqüències negatives, ara bé, aquestes ja no es consideren com un desenllaç necessari, sinó com una possibilitat.

Des d'aquesta concepció es parteix del reconeixement que hi ha moltes persones que consumeixen substàncies psicoactives i que aquesta consideració és socialment compartida i acceptada ja que, efectivament, “n'hi ha un munt de penya que consumeix drogues.”²⁹⁷ Per tant, s'argumenta que la prohibició no és efectiva per a tothom, de manera que es fa necessari buscar una alternativa al discurs abstencionista que pugui donar resposta als problemes i necessitats sorgits a l'hora d'afrontar aquesta constatació.

297 (3:1130)

En el mateix sentit, el missatge fatalista que associa inevitablement el consum amb conseqüències negatives perd eficàcia en un context en què el consum està cada cop més generalitzat, atès que no es correspon amb l'experiència viscuda per les persones, especialment per aquelles que consumeixen, tot i que no només. És la vivència que “no n'hi ha per a tant.”²⁹⁸ Tenint en compte aquest argument, es considera que el discurs circumscribit en l'abstenció del consum és poc pràctic i presenta una baixa efectivitat respecte als seus propis objectius. Aquesta idea es resumeix en expressions com:

“Así lo están haciendo ahora, y eso no va a ningún lado, ¿sabes? Yo prefiero que me diga alguien: «Mira, yo me he metido tres rallas hace un mes, tronco y tengo mi curro, no he perdido a mi mujer, no he perdido nada, mi perro me habla...»” (8:1320)

D'aquesta forma, el problema ja no es pot reduir a les substàncies, ni es pot ubicar exclusivament en elles; no es pot afirmar que qualsevol ús és dolent, ni que tota pauta de consum comporti les mateixes conseqüències igualment nefastes. És així com emergeixen nous factors com la responsabilitat de la persona i la seva capacitat per gestionar aquests riscos. Des d'aquesta perspectiva, “el problema es cuando abusas.”²⁹⁹ És a dir, el problema es trasllada de les propietats intrínseques de la

298 (3:1128)
299 (2:478)

substància vers la gestió del consum, la qual pot ser adequada o bé inadequada.

Igualment, es fa referència al fet que aquest discurs, a diferència de l'abstencionista, es dirigeix al conjunt de tota la població, tant a qui consumeix com a qui no ho fa, i s'entén com "una informació pràctica que en un moment determinat pot servir."³⁰⁰ És a dir, la població diana del discurs de reducció de riscos inclou, d'una banda, les persones que no consumeixen, tot proporcionar-los arguments per a no prendre substàncies, i de l'altra, les persones consumidores, acceptant-les i respectant-les, i aportant-los coneixements per a reduir les conseqüències negatives que es puguin presentar.

Així mateix, es considera que aquestes informacions es corresponen amb les experiències viscudes tant pels uns com pels altres.

És aquesta mena de neutralitat, segons la qual "no estan ni en el sí ni el no,"³⁰¹ la que fa que aquest discurs i les pràctiques associades siguin aprofitables per part de tota la població. Aquesta concepció, s'explica de la següent manera:

"Yo creo que esa información es súper buena ¿no? Porque en el tema éste, independientemente de ser consumidores o no, te están dando información de lo que es... Imparcial además." (6:1098)

300 (4:1183)
301 (4:853)

Així doncs, un dels objectius que planteja aquest discurs consisteix en proporcionar eines per a poder fer una bona gestió del consum en cas que aquest existeixi. Per 'bona gestió' s'entén aquella que disminueix els riscos assumits en prendre aquestes substàncies sense conèixer-ne els seus efectes o bé sense saber quines pràctiques de consum poden ser més adequades.

Des d'aquesta concepció es considera bàsic, per tant, aportar coneixements respecte a la composició de les substàncies, els efectes a mig, curt i llarg termini, les pautes de consum apropiades, els efectes de les barreges o interaccions entre substàncies, les pràctiques que poden ajudar a contrarestar efectes no desitjats, primers auxilis, etc.

És a dir, es considera que atès que hi ha persones que decideixen consumir, cal pensar estratègies alternatives a les plantejades pel discurs abstencionista, el qual deixa de banda els problemes i necessitats d'aquesta població. Cal "buscar alguna altra sortida."³⁰² Es tracta, precisament, de donar eines per a què cadascú pugui gestionar el seu consum o el seu no-consum de la millor manera possible.

"Ja saben que tu consumeixes, que saben que no ho deixaràs per més que t'ho diguin i ja et parlen més referent a la droga, per ajudar-te a què no... no corris perills, saps?" (4:785)

302 (4:1131)

Per tant, el missatge no pren la forma de prohibició sinó de recomanació. Aquest discurs transmet la idea que "et recomanem no prendre'n, però si en prens..."³⁰³ fes-ho bé. En altres paraules, cal ser conscients dels riscos associats al consum, i en el cas que aquests riscos siguin conscientment assumits i es decideixi consumir aquestes substàncies, s'ha de comptar amb els coneixements necessaris per poder minimitzar les possibles conseqüències negatives.

En definitiva, el missatge lligat a la reducció de riscos delega la decisió i la responsabilitat en el subjecte. La idea és que cadascú s'ha de fer càrrec dels seus actes i conèixer quins són els riscos que assumeix. Això implica poder fer una ponderació de beneficis i pèrdues potencials abans de prendre cap decisió.

Plantejada així la qüestió, l'estratègia que s'ha de desenvolupar és la d'informar i capacitar les persones per a què puguin fer front als riscos. És la idea d'"informar ja que no es pot erradicar."³⁰⁴

En aquest cas, el concepte de prevenció es correpondria a aquell que permet aprendre, entre d'altres coses:

"Dosis, no sé qué... Peligros. Pautas de consumo para que no sea peligroso. Enfermedades que se pueden transmitir si haces esto, si haces lo otro..." (8:1280)

"A mí me gustaría saber si yo me tomo esto qué me pasa... Y las secuelas, todas... A corto, medio, largo plazo." (6:1299-1305)

303 (5:998)
304 (5:1372)

En aquest sentit, partint de l'assumpció que "la informació sempre va bé,"³⁰⁵ es conclou que respecte a aquestes substàncies s'hauria de dir tot. Atès que es vol cedir l'espai de decisió a la persona, no es poden ocultar coneixements. Aquesta idea implica que no es pot parlar únicament de la cara negativa del consum. Per contra, es reclama "tota la informació, i que cadascú esculli."³⁰⁶ S'advoca per donar a conèixer, alhora, tant els efectes dolents –les conseqüències negatives i els riscos que comporta consumir– com els efectes bons –per exemple, els efectes de benestar que proporciona el consum–.

Segons el discurs de reducció de riscos, és important que els missatges que es difonen evitin resultar contradictoris amb les experiències de benestar associades al consum. S'entén que l'efecte contraproduent que poden generar els missatges que ometen aquest aspecte sigui el de perdre la confiança en el conjunt de les informacions lliurades.

Igualment, per poder acomplir amb les propostes anteriors, es pensa que la figura que hauria d'emetre aquest missatge hauria de ser propera. És encara més preferible si forma part del grup d'iguals ja que la seva experiència serà vista de forma afí a un mateix.

Segons aquesta idea, el missatge serà més eficaç si la persona emissora comparteix algunes característiques amb la destinatària com poden ser l'edat, les experiències de consum i un llenguatge

305 (4:1285)
306 (1:1044)

comú. Així mateix, es considera que cal que aquesta figura s'ubiqui en el propi context de consum per difondre el missatge. D'acord amb la seva pròpia definició:

"Sí, es que es un nivel de información distinto ¿no? O sea, yo me leo un folleto de éstos y es un poco lo que te puede decir un colega ¿no? Pero basado en cosas como verídicas." (6:1207)

"Lo bueno es que la gente que trabaja ahí es muy próxima a ti también, porque son todos de tu misma edad, te lo dicen en directo y en el horario de cuando se toma ¿sabes?" (6:1145)

Valoracions del discurs reducció de riscos

Un cop vistes les descripcions i les característiques atribuïdes al discurs de reducció de riscos, vegem ara quines són les valoracions que emergeixen al voltant d'aquest discurs. En primer lloc, ens centrarem en conèixer els arguments favorables esgrimits en la seva valoració i a continuació s'abordaran els arguments en contra.

Arguments a favor

El discurs de reducció de riscos presenta en els relats dels joves entrevistats un bon nombre d'arguments a favor.

En primer lloc, sembla que queda molt clar que aquesta informació "no és moralista"³⁰⁷ sinó més aviat "imparcial"³⁰⁸ ja que "són neutrals, no estan en el sí ni en el no."³⁰⁹ Els joves entrevistats valoren molt positivament que la informació es deslligui del **fet moral** i que per tant no es difongui en termes imperatius. S'entén, també, que aquesta manca del fet imperatiu a l'hora de parlar sobre substàncies s'ajusta a la realitat actual del fenomen, ja que en un entorn festiu el consum s'acabarà produint igualment, més enllà de les directrius morals alienes al fenomen.

"Fiquen la paradeta i aleshores tu vas amb la droga que vulguis i... et fan l'anàlisi al moment i aleshores et diuen més o menys lo que porta i tal, i no et diran «ino te la tomes!» perquè saben que el festival està al carrer del costat i hi aniràs ara." (1:1341)

Aquesta manca d'elements valoratius de caire moral a l'hora de donar informació comporta, així mateix, una **eliminació de l'estigma** que en moltes ocasions recau sobre aquelles i aquells joves que decideixen consumir substàncies psicoactives. La reducció de riscos se centra en la gestió de les substàncies i no estigmatitza les persones que en fan ús. El reconeixement del dret a la decisió i el conseqüent treball per tal de donar eines per a prendre bones decisions és un altre dels factors més ben valorats per part dels joves entrevistats.

307 (6:1213)

308 (6:1095)

309 (4:853)

"A mí me gusta así, sin decir sí o no, tú decidirás. Yo además... yo lo respeto muchísimo, yo tengo amigos y no los considero unos... nada, ¿sabes? Yo qué sé, me puedo ir contigo aunque seas consumidora y seguro que encontraríamos puntos en común que estaríamos cómodas las dos, no sé qué, para mí esto no define un... sino ¿sabes?" (6:1277)

En les entrevistes realitzades s'aprecia un alleujament per poder comptar amb informació que no es trobi amarada del component estigmatitzador vers aquells joves que hagin decidit de consumir. Aquesta qüestió es té molt en compte i es demana explícitament "no juzgar de manera «tú eres mal porque tomas y tú no porque no tomas», más bien darte información."³¹⁰

També és altament valorat el fet que els interlocutors acostumin a presentar **experiència** en el consum de substàncies. L'experiència –pròpia o compartida– és altament valorada com a font de coneixement, i en molts dels relats s'afirma preferir que la informació la proporcionï "uno que sepa del tema porque lo ha hecho."³¹¹ I és que sembla que molts dels joves entrevistats assumeixen que si algú no compta amb experiència no pot parlar amb propietat sobre aquesta qüestió. Segons aquests relats, l'experiència és necessària com a complement de la teoria. En aquest sentit, s'atribueix aquesta experiència a les persones que informen des de la perspectiva de reducció de riscos.

310 (6:1281)
311 (8:1216)

"Tu ho saps perquè ho has estudiat i perquè saps que és dolent però no ho has viscut, podem dir. I quan te ve un paio parlant de tu a tu sense parlar amb paraules tècniques, de tu a tu! És a dir, «tio mira! Pum-pum!» Al final ho veus que és com un tio que et parla del carrer i t'arriba. Per què? Perquè és el teu nivell, i el nivell de la droga no és d'estudis, és un nivell del carrer." (8:1302)

Així, la percepció que l'interlocutor posseeix una experiència va lligada a unes formes culturals d'expressió i d'afinitat que se senten com a properes. Aquesta **proximitat** és també altament valorada ja que "com més t'arriba, o sigui, és al teu nivell, al nivell popular."³¹² La proximitat és un dels aspectes bàsics que es comparteixen amb aquelles persones amb qui hi ha una afinitat, principalment amb el grup d'iguals.

Amb tot, sembla que aquest discurs incorpora un element que no es troba en el grup d'iguals i que també es valora molt positivament, i és que "muchas veces como que necesitamos una información más técnica y científica."³¹³ Certament, molts dels joves entrevistats afirmen trobar a faltar l'**element científic** en les informacions sobre les substàncies que es troben al seu abast. És aquest un element que no poden trobar en les informacions que es faciliten des del discurs abstencionista –amb una orientació de caire més moralista– ni en les facilitades pels membres del grup d'iguals –de caire més pràctic–.

312 (8:1308)
313 (6:1173)

Així doncs, hi ha joves que afirmen que el discurs de reducció de riscos aconsegueix vincular dues esferes que tradicionalment s'han mantingut separades i inconnexes: les informacions pràctiques i els coneixements tècnics i científics, tot plegat expressat des del mateix nivell de proximitat en què es troba el grup d'iguals.

“Sí, es que es un nivel de información distinto ¿no? O sea, no sé, yo me leo un folleto de éstos y eso es leerlo como un... o sea, es un poco lo que te puede decir un colega ¿no? pero basado en cosas como verídicas o... que no digo que la información del colega no lo sea pero es como que... o sea, no sé, pues están escribiendo esto por algo, es porque algún estudio se hizo.” (6:1207)

D'alguna manera sembla que el discurs de reducció de riscos dissol l'escissió epistemològica que, tradicionalment, ha separat les informacions tecno-científiques i institucionals de les produccions de sentit provinents del grup d'iguals, tot presentant-se com una mena d'**amic científic**.

Aquest trencament sembla produir un efecte sobre molts dels joves entrevistats, els quals havien perdut la confiança en totes aquelles informacions sospitoses de contenir un component institucional. En aquest sentit, la reducció de riscos té la capacitat de fer recuperar la confiança a “alguien que no se fía de... bueno, de ser más desconfiado con lo que te dicen, va allí, es una cosa organizada, seria, que lo pueden leer, tienen al menos esa información

objetiva.”³¹⁴ I és que si, per un costat, es desconfia d'aquelles informacions procedents de les institucions atès que semblen orientar-se, únicament, a promoure l'abstinència, per un altre, les informacions lliurades pel grup d'iguals també són incorporades amb certa desconfiança pel fet que puguin tenir un biaix en la línia d'incitar el consum.

“Sí, sólo tienes ahí, sólo tienes ahí el grupo de amigos diciéndote... ahí piña para que consumas, al menos aquí tienes otra información.” (6:1167)

En d'altres casos, es considera que les informacions que es lliuren des de la reducció de riscos complementen les informacions del grup d'iguals. I és que aquestes últimes, si bé no sempre es considera que incitin el consum, sí que són vistes com a informacions pobres i potser de mala qualitat.

“Sí, pero los colegas yo creo más que te dicen qué efecto tienen ¿no? No sé, te vas a sentir menos cansada, te vas a flipar o vas a pasarlo muy bien. No sé, y aquí ves realmente en los folletos, ves que te afecta, cómo funciona, a ver si es muy peligroso o...” (6:1199)

Així mateix, un altre element que connecta amb el grup d'iguals i que, per tant, és altament valorat pels joves entrevistats és el conjunt d'**informacions pràctiques** a què tenen accés a partir de les informacions de reducció de riscos. Un exemple el trobem en les qüestions legals, i és que “ja que t'ho fots, que no tinguis

314 (6:1165)

problemes després amb la llei.”³¹⁵ Es matisa aquí que les recomanacions sobre actituds que puguin evitar problemàtiques amb la llei se centren en com “ser prudents i responsables,”³¹⁶ de manera que no es tracta de saltar-se la llei sinó d’evitar situacions en què el consum pugui generar problemàtiques d’aquesta mena.

Un altre exemple d’informacions pràctiques és tota la qüestió relacionada amb els primers auxiliis. Els relats denuncien una manca generalitzada d’informació sobre com atendre una persona que està passant per un mal moment degut a una intoxicació provocada per la ingestió d’una substància psicoactiva.

Així, ens topem amb una de les qüestions més apreciades per part dels joves entrevistats, i és que aquesta mena d’informacions són molt útils no tan sols per tenir coneixements davant d’un eventual problema propi o aliè derivat d’un consum, sinó que, més enllà d’informacions pràctiques d’ús puntual, dona eines per a prevenir l’aparició o el desenvolupament d’aquests problemes.

En moltes ocasions els joves afirmen que no prenen precaucions a l’hora de dur a terme determinats consums senzillament perquè no coneixen la qualitat dels riscos que implica fer les coses d’una manera o bé fer-les d’una altra. I és que fins al moment sembla que allò habitual és que uns els diguin que no ho

315 (4:1185)

316 (4:1203)

facin i d’altres els diguin que ho facin, però ningú no els deia com ho havien de fer i sobretot com no ho havien de fer en cas que haguessin decidit consumir. Finalment valoren una informació que els ajuda a prendre consciència del seu consum, ja que “a veces tomas riesgos y no te das cuenta; pues aquí date cuenta, ¿no?”³¹⁷

Sembla que el missatge cala entre alguns dels joves entrevistats, que afirmen ser conscients de la relació que s’estableix entre el coneixement dels riscos i la prevenció de possibles conseqüències adverses.

“Si sabes los riesgos sabes... puedes decir si quieres asumirlos o no, saber las consecuencias que puedes tener. Supongo que en este caso lo que te ayudan es eso, a medir riesgos.” (8:932)

Així, aquests joves afirmen trobar en la reducció de riscos aquelles informacions que realment els ajuden a prevenir problemàtiques associades al consum de substàncies psicoactives i, per tant, a tenir cura de la seva salut. En aquest sentit, sembla que aquestes informacions tenen un **impacte** que es visualitza en alguns dels relats dels joves entrevistats. Alguns afirmen que mai ningú no els havia proporcionat informacions d’aquesta mena i d’altres expliquen que ni tan sols sabien que existien. En tots aquests casos sentim relats que ens expliquen el grau d’afectació d’aquest discurs. Així, no hem trobat cap relat que expressi un abandonament dràstic del consum; del que es parla repetidament és, tanmateix, de l’inici d’un procés de reflexió que

317 (8:938)

porta a establir una relació diferent amb les substàncies, "com si te donessin algo més de respecte, no?"³¹⁸ i és que segons assegurin, "te quedes una mica més frenat."³¹⁹ O com ens explica aquest jove:

"A mí me dio el informarme de las drogas. No... no desfasarme como me desfasaba." (2:1009)

Es produeix doncs una reflexió sobre la gestió del propi consum i també sobre la gestió que en fa el grup d'iguals. Així, els joves entrevistats ens expliquen un munt de consells i recomanacions que s'han endut a partir d'establir contacte amb el discurs de reducció de riscos, ja sigui per mitjà de converses amb tècnics i voluntaris o bé a partir d'informacions que els han arribat a través de diversos folletons. Hi ha un munt de casos que podrien il·lustrar aquestes recomanacions, com la noia que explica que "me informaron sobre las dosis de riesgo de la droga en cuestión,"³²⁰ o el que diu haver llegit algunes informacions que desconeixia en "una campanya de drogues que t'explicaven en uns tríptics; allí explicava, «si prens pastilles és recomanable sortir fora de la discoteca, beure molta aigua...»"³²¹ o la noia que ens explica que es va trobar amb una paradeta on li explicaven que fos conscient de què era el que consumia en cada ocasió i que, per tant, "si lo tomas, pues no lo mezcles."³²²

318 (3:1075)

319 (3:1067)

320 (2:1093)

321 (5:982)

322 (8:805)

Com dèiem, no ens vam trobar amb cap relat en què s'afirmés haver deixat de consumir a partir d'aquestes recomanacions, però sí que se'ns explica que, "vulguis que no, això se't queda."³²³

L'alta valoració que reben per part de molts dels joves entrevistats les informacions adquirides en primers auxilis, per un costat, i en coneixements pràctics per a la reducció dels riscos associats a determinades pràctiques de consum, per un altre, pot prendre caràcter de necessitat en alguns relats. Així, allò que per a alguns constitueix un conjunt de consells i recomanacions molt pràctiques que els ajuden a evitar problemes de salut, per a d'altres esdevé una informació imprescindible. I és que, finalment, alguns entenen que el coneixement aportat per aquestes informacions pot evitar quelcom més que un problema de salut: pot evitar la mort de persones que no saben què estan fent.

"Joder pues por... por lo que decíamos antes por ejemplo, porque ya tienes un conocimiento de las dosis ¿vale? De... pues una persona de 70 kilos, imás de esto chungo, tío! Si se lo toma de una aspirada se puede morir, ¿sabes? Hostia, eso es una información muy válida, ipero mucho, mucho! Mucho, tanto como para que veas a un colega haciendo una barbaridad porque se le ha ido la olla, itío! Y evitar que la palme esa misma noche ¿sabes? Tan útil como eso, quiero decir que es muy... que disminuye los riesgos, itío! Que es que el saber nunca te va a perjudicar ¿sabes? Nunca, nunca."

323 (5:986)

Aunque digan que estas campañas no sé qué, es que no, es imposible ¿sabes?” (8:944)

La valoració que es fa d'aquestes campanyes informatives és, com veiem, variable, però sembla que no deixen indiferent a una bona part dels joves entrevistats, els quals en molts casos aposten per transmetre aquestes informacions a les seves companyes i companys, en algunes ocasions com si la vida els hi anés en joc.

Arguments en contra

Ens trobem així mateix un seguit de relats en què les informacions i els coneixements difosos a partir de la reducció de riscos es presenten com a inadequats. El primer argument que trobem al respecte es fonamenta en la creença que aquest discurs només és útil per a les persones que consumeixin. I és que es creu que, davant la manca de consum, el fet d'aprofundir en el coneixement de les diferents substàncies i dels seus efectes és, pel cap baix, **innecessari**. En tot cas, alguns dels joves entrevistats assumeixen que, en tant que ja han pres la decisió de no consumir, de què els ha de servir aquesta mena d'informació? “Perquè si parteixo d'aquí, de què no en prengui i ja està, doncs per què més?”³²⁴

En alguns casos es reconeix que aquesta informació pot ser útil per a les noies i noies que consumeixin aquestes substàncies,

324 (4:1275)

però segueix sense comprendre's quina utilitat pot tenir per a algú que ja ha pres la decisió de no consumir substàncies psicoactives.

“Home, tinc coses millors a fer segurament que no tirar-me tot un dia parlant de drogues. A mi amb això que ja em van dir ja em va bé, saps? No ho has de prendre, si prens ho has de fer així i ja està. O sigui l'autocontrol i ja està.” (4:1275)

En d'altres casos s'entén que l'opció de parlar de 'drogues' pot ser, fins i tot, **inconvenient**. Això és, establir un diàleg obert sobre aquesta qüestió no ha de ser bo ni per a aquells joves que han decidit no consumir ni tampoc per als qui han decidit de fer-ho. I és que, assumint que les drogues són dolentes, en cap cas es pot donar capacitat de decisió a algú per a consumir-ne o no. Si les drogues són dolentes *per se*, qui les consumeixi està obrant malament, està fent allò que no toca i, per tant, el que no s'hauria de fer és ajudar-lo a gestionar el seu consum o a evitar de tenir problemes amb la comunitat o amb la llei. I és que “no és bo que aquests vagin dient com fer les coses perquè no et pillin, perquè en veritat es mereixerien tots la multa perquè no haurien de consumir.”³²⁵ Ens trobem amb alguns relats que no tan sols entenen com a fora de lloc el fet de donar informació per a evitar aquests problemes als joves que han decidit consumir, sinó que allò que caldria és imprimir càstigs més durs per corregir aquests comportaments.

325 (4:1193)

"P3: Yo lo que haría, si ya se quiere como penalizar, bueno penalizar en el sentido de hacer algo, para que esa persona...

P5: No lo vuelva hacer.

P3: O no lo vuelva hacer o que escarmiente un poco sobre ello, ¿sabes? Yo haría del palo... pues yo qué sé, ehm... «vete 15 días, ¿sabes? a trabajar como... a estar colaborando de voluntario dentro de un centro de drogodependientes» ¿no? Y ahí tío, y ahí tío, te lo digo que es que... la peña cambiaría radicalmente." (1:899-903)

En aquest sentit, s'argumenta que "la gent veu més efectiva la repressió que no pas la prevenció,"³²⁶ i que aquesta via pot evitar en major mesura que es persisteixi en el consum de substàncies psicoactives il·legals.

N'hi ha que, més enllà, consideren que allò que necessiten els joves que han decidit consumir és, precisament, no esquivar els possibles danys que se'n derivin. En alguns relats s'argumenta que, més enllà d'adquirir eines per a evitar el desenvolupament de problemàtiques associades al consum, per a allunyar-se dels mals associats a 'la droga' **cal sofrir les conseqüències negatives del consum** en primera persona. I és que precisament la qüestió és que 'la droga és dolenta' i, per tant, si hi ha joves que s'hi relacionen és perquè probablement encara no se n'han adonat. Apareixen doncs relats en què, si bé es reconeix

326 (5:1352)

que és bo preocupar-se per la salut de les persones, afirmen que allò que caldria en realitat és deixar que aquestes sofrissin els perjudicis que es poden derivar del consum.

"És que, a veure, és bo, vale. Però és que en veritat no tindrien que dir-ho, saps? Que es fotessin l'hòstia el personal i que es dongués compte." (4:1197)

Existeix així mateix una sensació que el sol fet de parlar de drogues pot produir una **incitació del consum**, o en paraules d'una de les joves entrevistades "és una manera més d'incitar el consum que de prevenir-lo."³²⁷ Alguns relats relacionen aquest potencial d'incitació al fet de parlar de substàncies concretes que encara no es coneixen. Davant aquest possible escenari, pensen que no s'ha de parlar de substàncies de molt baix consum a no ser que hi hagi una demanda explícita per a fer-ho, ja que no se sap mai si hi ha algú a l'auditori que ni tan sols sigui conscient de la seva existència.

"Que no te vayan y entren a piñón con la ketamina, o sea, que a lo mejor es una sustancia que ni conocen." (6:1377)

Amb tot, hi ha relats que expressen un rebuig total a parlar en profunditat de les substàncies psicoactives, tant d'aquelles més conegudes com de les desconegudes. I és que la reducció de riscos sembla que no penalitza clarament el consum i en aquest context discursiu apareix el temor que el sol fet de parlar amb

327 (5:1477)

normalitat sobre 'drogues' pugui suposar un atractiu vers el seu consum, "porque muchas veces puede despertar más curiosidad que no... que no frenarte o hacerte pensar ¿no? en un poco en las cosas."³²⁸

Els serveis de reducció de riscos en espais festius

En aquest darrer apartat de la descripció ens disposem a fer una anàlisi de les percepcions i representacions que es despleguen al voltant dels serveis de reducció de riscos –més enllà de les valoracions que del seu discurs se'n puguin fer, i que acabem de veure en l'apartat anterior–.

En un primer moment, parlarem del grau de coneixement d'aquests serveis per part dels joves entrevistats. Més endavant farem una anàlisi de la recepció i la percepció que es té dels fullets informatius sobre substàncies que elaboren i distribueixen els grups i serveis de reducció de riscos. Finalment, ens detindrem a analitzar quines són les seves percepcions respecte als encontres presencials que es donen amb els tècnics i voluntaris, bé sigui en un espai educatiu, bé en un espai festiu. Aquí analitzarem, entre d'altres coses, l'impacte que té el servei d'anàlisi de substàncies així com algunes de les inquietuds que mantenen allunyats a joves i adolescents dels estands informatius.

328 (6:1395)

Aparició discreta

A Catalunya, els serveis de reducció de riscos estan compostats per un parell d'entitats que hi operen regularment³²⁹ així com per equips propis de diversos ajuntaments del territori català. Tot i que estan operant en aquest territori des de mitjans de la dècada dels 90, la seva visibilització ha estat lenta i progressiva, de manera que ens trobem amb un bon nombre de joves que no n'han sentit a parlar mai, i que bàsicament afirmen no tenir cap mena de noció de qui són ni de què fan.

"E: Coneixeu els grups de reducció de riscos? Us sona?

P2: No.

E: N'heu sentit parlar?

P5: Ni idea.

P4: No, en què es basen?" (1:1130-1138)

En tot cas, cal matisar que si bé no hem trobat gairebé ningú que conegui aquests serveis a partir de la denominació "reducció de riscos", és cert que en ocasions es coneixen a partir de la denominació de les diferents entitats associatives que desenvolupen aquestes tasques. Ens trobem doncs amb alguns joves i adolescents que afirmen saber de què els estem parlant quan els expliquem en què consisteixen aquests serveis, mentre d'altres els coneixen directament a partir de la marca que els identifica.

329 Energy Control, veure a: <http://www.energycontrol.org>
SOM.NIT, veure a: <http://www.creurojajoventut.org/somnit/somnit.asp>

“Los Energy Control estos, ¿no?” (7:715)

“Sí, Som... SOM.NIT, ¿no?” (8:966)

Cal dir que apareixen també relats en què s’afirma haver vist joves del municipi propi fent aquestes tasques sota iniciativa de l’ajuntament de la ciutat. Sigui com sigui, quan es pregunta per aquests grups trobem joves que afirmen haver sentit “algo de què és un grup de personas que informen a la gent.”³³⁰ I és que la rumorologia abunda, i ens trobem joves que expliquen que “jo no els he vist, però diuen que n’hi han uns que vénen, t’agafen la teva droga i et diuen «això porta això, això i això.»”³³¹

Així, sembla que, tot i no conèixer-los directament, alguns dels joves entrevistats n’han sentit a parlar, i és que el boca-orella funciona. Sembla que el fet que hi hagi gent experta que informa sobre qüestions relacionades amb drogues i que ho facin d’una manera diferent a l’habitual pot ser notícia, fins al punt que la veu es corre i els rumors circulen.

“Me molaba ya el tema de drogas y tal y... pues creo que una profesora o así me dijo, «¡Tío! ¡Hay una gente que está haciendo ahora cosas muy guapas! No sé qué, tal!».” (8:1000)

També trobem casos en què, encara sense conèixer els serveis personalment, se sap de la seva existència perquè se’ls “havia vist a la tele”³³². Cal dir però que, tot i el boca-orella o l’acció dels

mitjans de comunicació, encara ens trobem amb joves i adolescents que afirmen no conèixer aquests serveis o tot just haver-los conegut recentment. En aquest sentit, veiem com alguns dels entrevistats semblen no comprendre com això pot ser possible, atesa la seva relació ja veterana amb el món del consum de substàncies psicoactives.

“Pero a ver, por ejemplo, esto yo lo conozco y me han hablado más ahora antes de venir aquí, pero desde hace sólo unos meses, ¿sabes? ¡Y llevo años drogándome!” (2:985)

S’erigeix doncs una qüestió bàsica pel que fa a la visibilització dels serveis de reducció de riscos: “después de 7 años en Barcelona ¿cómo puede ser que o sea no lo conozca?”³³³ En aquest sentit trobem relats en els que apareix l’opinió que s’haurien de visibilitzar més aquests serveis per tal que hi tingués accés una proporció més elevada de la població jove i adolescent, una bona part de la qual, com queda palès, sembla que hi estaria força interessada.

“Yo pienso que tendría que estar más en... no sé dónde están, pero más.” (2:993)

“Se tendrían que dar a conocer más.” (6:1121)

Vegem a continuació quines són les primeres impressions quan es produeixen en els primers encontres en espais festius.

330 (4:923)
331 (5:1326)
332 (5:1332)

333 (6:1121)

Els estands informatius

Els estands informatius inclouen tot un seguit d'elements que resulten més o menys atractius pels joves que se'ls troben en els espais de festa. Vegem a continuació les valoracions que es fan al voltant dels estands informatius. Cal dir però, i en primer lloc, que aquestes valoracions poden creuar-se, a moments, amb les que acabem de veure en l'apartat anterior, referides de forma exclusiva al discurs desplegat i no tant a l'impacte que es desprèn de l'encontre directe dels serveis en l'espai de festa.

Cal ressaltar el fet que, en el primer moment, ens trobem amb relats que manifesten un **recel** inicial respecte a les intencions últimes d'aquests grups. Com hem vist en el capítol anterior, una bona part dels joves entrevistats pensen que l'administració pública i les institucions en general manipulen la informació per tal d'aconseguir l'objectiu final de tota política preventiva, això és, l'abstinència.

“Jo penso que està bé, però quan vaig veure la tele vaig pensar, és una cosa que mos explica el govern perquè mos penséssim que estan solucionant el problema. Vaig pensar això... Jo no sé si funciona o no, perquè tampoc no he sentit res més, però és lo primer que me va vindre al cap.” (5:1342)

Aquestes primeres suspicàcies es van dissolent a mesura que es té un contacte més intens o bé quan s'atén a la profunditat de les noves informacions. Com sabem, la vinculació del discurs abstencionista amb les administracions públiques genera sovint suspicàcies relatives a la credibilitat del discurs institucional. En

aquest sentit, sembla que el fet de reconèixer en els promotors d'aquests serveis a **associacions** independents o entitats del tercer sector no vinculades de forma directa amb les administracions públiques, pot relaxar les possibles animadversions primerenques respecte al nou discurs desplegat.

“Y yo creo que los que son pues... es que son una asociación de tal o... yo qué sé, sí que son mucho más «oye, pues no sé, te analizo esto pero yo no te digo que no sea malo, te estoy diciendo qué te puede hacer».” (2:975)

En tot cas, vegem ara el sentit que alguns relats fan emergir respecte al sentit –o a la manca de sentit– que pot atorgar-se al fet d'acostar-se a un *stand* informatiu situat en un espai festiu. Sembla que molts dels adolescents i joves entrevistats s'han trobat en una o més ocasions amb els estands informatius en festes i, tot i així, han optat per ni tan sols acostar-s'hi. Ens trobem amb diferents arguments que expliquen aquesta manca d'interès –que en ocasions es manifesta en forma d'inquietud– davant d'un encontre amb estands informatius sobre drogues en espais festius.

El primer que crida l'atenció en analitzar els relats dels entrevistats és que, tot i haver-se trobat frontalment amb aquests estands, hi hagi persones que no sentin la més mínima curiositat per saber què hi poden trobar o què se'ls pot oferir.

E: Hi heu anat a veure de què va això?

P4: No.

E: I per què no?

P3: No m'ha cridat l'atenció. [riures]

P4: En esos momentos estás pensando en otras cosas.

P5. Sí." (3:1242-1256)

En què estan pensant doncs perquè no els cridi l'atenció un servei d'aquesta mena? En primer lloc, està clar que la festa és el centre de tota l'atenció. Ella és el motiu pel qual s'està allí i les pràctiques no festives no tenen per què tenir-hi cabuda. **Gaudir de la festa** és l'objectiu i, en aquest sentit, s'expliquen els relats que expressen rebuig o menysvaloració per qualsevol altra qüestió, "perquè la gent no parará a mirar-se un fulletó, se n'anirà a la barra o a ballar, i ja està."³³⁴ En tant que els estands informatius no ofereixen diversió, poden quedar relegats com a espai aliè a la festa i, per tant, sembla que l'interès per visitar-los pot ser nul, "dic jo, és que no estàs per allò."³³⁵

Amb tot, la nit és llarga i hi ha estones per a tot, i malgrat això hi ha joves i adolescents que prefereixen no acostar-se als estands. Ens trobem amb relats que manifesten la convicció que es tracta de **serveis dirigits exclusivament a persones consumidores** i que, per tant, si no s'està interessat en consumir no hi ha res que se'ls pugui oferir.

"Perquè clar, parlarem de drogues, des de què passa amb cada droga fins a com te l'has de ficar, perquè te la fots, no? Jo no em fico drogues, a mi m'és igual com s'ha de ficar una droga." (4:1253)

334 (7:1050)
335 (3:1271)

Com veiem, reduir els riscos al voltant d'una pràctica que no es du a terme –ni es té la intenció de dur a terme– no té cap interès. No s'entén quina utilitat pot tenir adquirir coneixements que no es volen aplicar. Alguns matisen que, en tot cas, podrien arribar a acostar-se als stands per tal de poder passar la informació que hi trobessin a algun amic consumidor, "si tens un amic que està així pues a lo millor vas per aquell amic per després a explicar-li."³³⁶ La convicció que es tracta d'un servei del que només se'n pot treure profit si es consumeix és, tot i així, força recurrent.

En tot cas, el fet que es pugui pensar que l'única població diana dels estands informatius és la població consumidora, pot generar inquietuds respecte a la possibilitat que recaigui sobre el visitant un possible **estigma**, en fer entendre públicament que un està interessat en el consum de drogues.

"Sí però és que, quan arribes, o sigui aquests lo que estan fent també... és que la gent també ho veu, no? Tu vas allí i ets conscient. Vas allí amb la pastilleta, però és que és molt fort! O sigui, jo ho trobo molt fort, que vas allí del rotllo yonki, allí, ra, ra, ra, estan demostrant que ets un yonki!! M'entens?" (8:877)

Com es desprèn d'aquest relat, alguns dels entrevistats estigmatitzen les persones que consumeixen substàncies psicoactives il·legals sense distincions. Visitar els estands pot donar a entendre als altres que un és consumidor. Quan es

336 (4:1255)

percep que l'etiqueta consumidor està socialment estigmatitzada, les persones tracten d'evitar que se'ls pugui aplicar aquest qualificatiu, més enllà de si, efectivament, consumeixen o no cap mena de substància psicoactiva. Aquesta qüestió pren especial rellevància en aquells contextos festius en els que mantenir l'anonimat és més difícil, "lo que jo vaig veure a la tele... jo vaig pensar, ho fotran allà al mig i jo no aniria allà a portar la meva pastilla."³³⁷

D'altra banda, alguns dels joves i adolescents entrevistats afirmen no acudir a aquests estands per tal d'**evitar amonestacions** innecessàries per part del personal tècnic que els pugui atendre. Com hem vist anteriorment en aquest informe, les entrevistes mostren com molts joves i adolescents pensen que només hi ha un discurs sobre drogues, i que aquest discurs ja és prou clar i conegut: les drogues són dolentes. Això significa que acudir a un *stand* on s'informa sobre drogues implica trobar-se de ple –i en aquest cas, voluntàriament– amb una censura del consum.

"Jo no m'ho crec que si estàs amb el... no sé, t'has fotut coca, pastilles o algo, i t'empasses això que si és dolent i tal... i què diràs? «Ai! Què has fet!?» Jo crec que te ratlles i dius, «hòstia! Ara què he fet!?» Saps? I, pues si tu estàs allò bé, jo passo de mirar les... per no... home, no, perquè no em baixi, saps? No sé." (8:1100)

337 (5:1392)

Finalment, ens trobem amb d'altres relats que també atribueixen aquest discurs abstencionista als estands informatius de reducció de riscos. En aquests casos però, s'entén que **no s'hi pot aprendre res** atès que la informació que s'hi pugui trobar serà en qualsevol cas de poca qualitat, "y además, ¿qué más me pueden decir? O sea, ¿para qué voy a leerme yo esto? ¿Sabes? ¿De qué!"³³⁸

Ens trobem, finalment, amb un altre grup d'arguments que justifiquen el rebuig a acostar-se als estands informatius que es troben en espais festius quan es produeix un encontre directe. Aquests farien referència a les inquietuds que genera el servei d'anàlisi de substàncies i els veurem més endavant, en el darrer apartat d'aquest capítol.

Aturem-nos ara a analitzar quines són les valoracions dels joves i adolescents entrevistats un cop visiten efectivament els *stand* informatius de reducció de riscos. Podem agrupar analíticament aquestes valoracions en funció de tres aspectes diferenciats:

El personal tècnic

Els fullets exposats en els taulells

El servei d'anàlisi de substàncies

Vegem-ho a continuació més detalladament:

338 (8:1104)

El personal tècnic dels stands informatius

A l'hora de valorar el personal dels estands, un primer element que sobresurt és el fet que es tracti de **persones pròximes**. La característica de la proximitat, com hem vist, era també un dels principals elements atribuïts al discurs de reducció de riscos en termes generals.

"No, y lo bueno es que la gente que trabaja ahí es muy próxima a ti también." (5:1145)

Aquesta proximitat s'atribueix al fet que puguin ser identificats com a iguals. Així, es ressalta que "son todos de tu misma edad"³³⁹, o bé que "tienen un argot muy nuestro."³⁴⁰ Es tracta, per tant, de persones de la mateixa edat, que parlen com un mateix, la qual cosa implica una afinitat, valorada en un sentit molt positiu.

Ressalta, també, el fet que parlar obertament de drogues en un espai de festa pugui resultar divertit per alguns joves. Així, es valora positivament que un tipus de conversa que fins el moment estava vinculada exclusivament al grup d'iguals, pugui mantenir-se en termes similars en un espai més formal, i "es que a parte te divertía, ¿no? Ir allí a que te hablaran también de todo esto."³⁴¹

La proximitat atorgada als tècnics o voluntaris dels estands es relaciona també amb el fet que manifestin un **tarannà no invasiu** respecte als potencials visitants que s'acosten i

s'interessen per les informacions disponibles als taulells, "no estan pressionant a la gent, tenen una tauleta allí, si vols anar ves i si no tu passes de tot."³⁴² En una qüestió com són les drogues, on sembla que tothom té quelcom a aconsellar, el fet de donar un marge d'exploració sense envair l'espai propi ofereix als joves que s'acosten als estands una gratificant sensació d'accessibilitat.

Cal dir, d'altra banda, que alguns dels relats ens expliquen que no sempre es desplega aquesta sensació de proximitat en les persones que es troben en els estands. Sembla que en alguns casos s'entén l'absència d'interpel·lació com una mancança.

"No... no, estan allà en la paradeta. Tenen la... la cocaïna, la foto de la cocaïna, l'heroïna, els porros, alcohol... No sé. Vaig... vaig a fer una... un vistassu i ja està. Són enganxines, i después... sí, però no t'ex... no sé... és que no t'expliquen. Estan allà, i tu si vols vas i preguntes." (8:1064)

Alguns dels joves i adolescents entrevistats afirmen que no tots els tècnics que troben en els diferents estands ofereixen el mateix grau de **proactivitat**. En aquest sentit, s'aprecia el fet que els tècnics o voluntaris dels estands respectin la voluntat del visitant de realitzar una primera exploració sense ser interpel·lats però, paral·lelament, es valora com a quelcom important que, un cop es manifesti l'interès vers alguna informació, les persones que porten els estands es mostrin disposades a aprofundir en les respostes i en les informacions ofertes.

339 (6:1145)
340 (6:1193)
341 (2:904)

342 (5:1382)

Els flyers

Els fullets informatius, més coneguts en els espais festius com a *flyers*, són un element molt vinculat a les campanyes de reducció de riscos. De fet, en molts dels relats apareixen com un element definitori d'aquesta mena de serveis, amb els que es relaciona de forma directa. Molts dels joves entrevistats, recorden haver vist en alguna festa una paradeta en "que hi havia una taula plena de fulletons que donaven condons, donaven de tot!"³⁴³. Respecte a la valoració sobre la utilitat i l'efectivitat atribuïda als *flyers* es fa patent que aquesta és força diferent en funció de si es coneixen o no aquells produïts des d'una orientació específica de gestió dels riscos. Vegem què succeeix en cada cas.

En aquells casos en què els joves entrevistats no s'han trobat *flyers* de reducció de riscos en espais de festa es ressalta principalment la **manca d'utilitat** atribuïda a aquest mitjà de difusió d'informació. En aquests casos, i com queda il·lustrat en la següent conversa, una impressió generalitzada és que els *flyers* no poden despertar cap mena d'interès en un espai festiu en el que les persones es troben en estats que basculen entre l'eufòria, l'embriaguesa i la desinhibició.

"E: Quan heu anat de festa per la nit heu trobat alguna vegada informació a la mateixa festa?

P3: No.

P4: No.

P1: No, no.

E: Què us semblaria si trobéssiu allà uns pamflets que...

P4: Jo crec que la penya es partiria la caixa si va molt taladrada.

P3: En una festa!?

P1: Agafaria el paper i a la bassura, saps?

P4: La gent no és conscient, bueno...

P2: El primer quart d'hora potser algú s'ho llegiria però..." (4:1091-1109)

Ens trobem amb un altre argument que explica aquesta percepció referent al fet que els fullets informatius sobre substàncies psicoactives no poden ser atractives per al jovent en un espai de festa. Així, a aquest primer argument referent a la manca d'adequació del context s'hi suma la certesa que, en general, els *flyers* no informen de res, això és, informen d'allò que ja se sap: les drogues són dolentes. Aquests joves afirmen que aquesta mena de fullets informatius no són efectius i que els seus iguals no s'ho prenen seriosament.

"Yo es que... cosas de éstas lo que más he visto es coger luego y hacer avioncitos y tirártelos. O sea, no, te lo digo en serio, ¿eh? [...] Tal cual, los han cogido, los han volado y los han tirado. Yo lo he visto, o sea, mis amigos mismo. Yo, de pararte a leértelo, y más estando de fiesta, o sea chungo." (8: 1112-1117)

En tot cas, i més enllà del fet reconegut majoritàriament respecte a la manca total d'interès despertat per aquesta mena d'informacions, sí que hi ha quelcom que és esmentat sovint respecte a aquests fullets, i és que les **imatges** acostumen a ser un element atractiu i que pot cridar l'atenció, sigui quin sigui el

343 (7:990)

seu contingut textual. Així, alguns relats ressalten l'atractiu de les imatges en qüestions de substàncies psicotròpiques, tot fent èmfasi en el fet que el text no cal ni mirar-lo ja que és evident que no aportarà cap nova informació. Així, "las imágenes y después a la basura."³⁴⁴

En aquells casos en què els joves entrevistats sí que s'han trobat *flyers* informatius de reducció de riscos en espais de festa, la valoració respecte a la seva utilitat canvia substancialment, tot i que sembla que cal haver-se acostat als estands perquè aquest canvi de perspectiva es faci evident.

En aquest sentit, tal i com veurem amb més detall més endavant, ens trobem amb joves que tot i trobar-se amb estands informatius en espais festius no s'hi acosten i, en tot cas, els miren de lluny. En aquests casos, els recels vers la suposada utilitat de distribuir fullets en espais de festa es mantenen, i tot i l'evidència que les persones que s'acosten als estands en manifesten algun interès, es pressuposa que tot plegat no pot tenir cap mena d'impacte.

"Home, depèn, perquè és el que... es veia gent que els miraven i anaven ja mig borratxos o lo que sigui, i dius «no et servirà de massa»." (7:1060)

Amb tot, alguns dels joves entrevistats matisen aquesta impressió.

344 (7:881)

"No, no, però la gent els mirava, els mirava molt els fulletons!" (7:1052)

I és que, com dèiem, en aquells casos en què els joves entrevistats s'han acostat personalment als estands informatius de reducció de riscos que s'han trobat en espais festius, la seva valoració sobre la **utilitat** dels *flyers*, i en general sobre el conjunt dels serveis oferts, experimenta un gir substancial. Molts dels joves entrevistats que senten necessitat de trobar noves i més completes informacions sobre tot allò relacionat amb les substàncies psicoactives –en consumeixin o no– entenen que el fet de trobar-se'ls en espais festius és del tot adequat.

"Y a lo mejor si tú, por ejemplo, tú vas a una fiesta y ya ves allí los folletos te capta más la atención como... a ver, un día me siento en casa a ver Internet y voy buscando. No, ¿para qué? A ver, yo no consumo, pero a mí estos folletos me encantan, yo he leído bastantes." (6:1217)

I si bé es reconeix que en moltes ocasions la gent no es troba amb la disposició o els ànims de llegir els materials en aquell moment, "veus que la gent s'ho agafa, s'ho guarda, el que consumeix i el que no consumeix res."³⁴⁵ La tasca de lectura potser es deixi per un altre moment més adequat.

P3: "Però si a la una de la matinada et reparteixen un paper, eh? Què diu aquí? no estàs per llegir en una festa o per estar atent o concentrat de què està dient aquest

345 (5:1374)

text o molt bé. Com a molt te'l guardes a la butxaca i el dia següent podé te'l llegeixes."

P1: Si te'l trobes [riuen]." (4:113-115)

Però què passa doncs amb aquests fullets? Se'ls llegeixen realment tots aquells joves que els agafen? Els relats permeten veure la variabilitat d'usos que es fan amb els fullets recollits. Així, sembla que en algunes ocasions els materials es deixen de banda, "luego quedan ahí apartados porque da igual."³⁴⁶ I és que sembla que en el moment en què alguns joves es troben amb els taulells plens de fullets sobre drogues pot resultar molt atractiu i divertit agafar-ne uns quants i gaudir-ne durant una estona junt amb el grup d'amigues i amics, però això no significa necessàriament que aquest interès es mantingui més enllà del moment inicial d'eufòria situada en l'espai festiu. Així, de l'atractiu inicial es passa sovint a una **pèrdua d'interès a posteriori**.

Val a dir però, que trobem un bon nombre de relats que sancionen aquestes actituds, "o sea, pues si te mola lo que dice, y te mola, pues léetelo un poquito mejor, ¿sabes?"³⁴⁷ I que expliquen situacions en què l'impacte dels fullets és molt significatiu, més enllà del fet que es llegeixin el mateix moment o bé un cop fora del context festiu.

"Al principio, yo... como llamó tanto la atención, tío, todo el mundo salía del garito ahí leyéndose los papelitos ahí,

346 (6:1099)

347 (6:1099)

«¡Oh! ¡Ah, mira qué guay! No sé qué, tal. Sí que... la gente sí que los leía. Por lo menos, aunque en esa noche no le prestes atención pero para casa te lo llevas, ¿sabes? Bueno, «pillo esto, esto y ya está», ¿sabes? Se lo metía en el bolsillo, ¡y au! ¿Sabes? Al día siguiente lo ves también.» (8:1110)

Així mateix, cal destacar que els joves i adolescents als quals més els ha impactat trobar-se amb els fullets en espais festius acostumem emfasitzar en el caràcter mòbil d'aquest tipus de material. I és que els fullets informatius sobre reducció de riscos tenen la capacitat de ser mòbils, això és, que poden passar de mà en mà.

"Y me llevé esto y lo llevé a todos mis amigos, y mucha gente no lo conocía y esto está bien." (6:1109)

Sembla doncs que, en el moment en què els joves i adolescents entrevistats troben atractiu el contingut d'aquests *flyers*, la seva mobilitat és molt alta, principalment entre els membres del propi grup d'iguals. Amb tot, i pel que fa al grup d'iguals, de nou apareix la qüestió de l'impacte inicial, que pot diluir-se posteriorment, un cop ja ha passat l'efecte produït per la novetat.

"Y yo realmente cuando conocí esta asociación, que fue cuando llegué aquí a Barcelona, que no soy de Barcelona, flipé, dije ¡joder! O sea, y empecé a pillar flyers y a llevar a todos mis amigos, ¿sabes? «¡Eeeh! ¡Mirad! Tal, no sé qué.» Y todo el mundo... «¡Hostia!» O sea, y realmente se los leían y «ah, de puta madre», en el momento «¡Oh! ¡Qué guay!» Pero luego... (6:1095)

“Pero luego...” sembla que el grup pot també manifestar una pèrdua d’interès i no tenir en compte les informacions que han llegit en els fullets. El que es manifesta és que, tot i tenir un gran impacte inicial sobre els individus, els fullets informatius sobre reducció de riscos no generen importants canvis en les pautes grupals de gestió del consum.

El servei d’anàlisi de substàncies

Junt amb la distribució de *flyers*, les activitats d’anàlisi de substàncies ofertades en el mateix espai festiu suposen una de les característiques més notòries dels serveis de reducció de riscos. I és arribats en aquest punt que cal fer un aclariment a nivell metodològic per tal d’ajudar a comprendre el sentit que pren el present apartat d’anàlisi qualitativa. En la definició de perfils per a la formació dels grups focals de discussió que constitueixen la font principal de dades qualitatives es va contemplar com a perfil preferent la inclusió de persones que coneguessin algun dels serveis de reducció de riscos ofertats per algun dels grups que operen a Catalunya. Amb tot, els grups focals no incorporaven persones amb experiències diverses sorgides a partir de l’anàlisi de les seves pròpies substàncies. D’aquesta manera, la següent anàlisi qualitativa no incorpora una valoració de l’impacte que l’anàlisi de substàncies tindrà sobre les pautes de consum sinó, més aviat, de les atribucions que es fan davant la possibilitat d’ús d’aquests serveis. En aquest sentit, seria molt interessant poder abordar amb més detall quin és el sentit que pren l’anàlisi de substàncies sobre aquelles persones que hi accedeixen i, especialment, sobre aquelles que

es troben en possessió de substàncies altament adulterades. Vegem doncs aquí quines són les atribucions de ‘consumidors’ i ‘no consumidors [cons. OH-C]’ davant la possibilitat que s’ofereixi un servei d’anàlisi de substàncies en espais d’oci nocturn.

Abans d’entrar a veure amb detall aquesta qüestió, i per tal de comprendre l’impacte que aquest tipus de serveis poden tenir sobre els joves i adolescents que se’ls troben, ens pot ajudar conèixer les explicacions que emergeixen al voltant de les formes de vivenciar la relació amb substàncies que poden estar adulterades. Així, fem ara un repàs a aquesta qüestió per descriure a continuació com són percebuts els serveis d’anàlisi de substàncies en espais festius.

Atesa la condició d’il·legalitat de la gran majoria de substàncies psicoactives, els relats expliquen que el coneixement de la qualitat de les substàncies és quelcom que, generalment, no està a l’abast de les persones que en puguin fer ús. Els joves entrevistats semblen ser força conscients del seu desconeixement respecte a la qualitat de les substàncies que poden arribar a consumir, “yo por la evidencia, ya te lo digo, por la evidencia, y no sé, te fías de alguien que te dice que esto lleva tanto de esto y no sé qué... es que no lo sabes.”³⁴⁸ Aquesta consciència del desconeixement es trasllada i transforma també en una mena de convicció respecte al fet que s’estan consumint contínuament substàncies adulterades. En paraules d’un dels joves

348 (6:1027)

entrevistats: "A tu et donen un pollo de farlopa i tu no saps quanta farlopa té allò, allò té més guix que una paret. [...] És evident, i tu també saps que t'estàs fotent aquest guix."³⁴⁹

Atesa la impossibilitat de conèixer la qualitat d'allò que es consumeix, es consolida sovint un sentiment de **resignació**, de manera que s'accepta l'adulteració com a quelcom amb el que s'ha de conviure. Els joves i adolescents entrevistats són conscients que el consum de substàncies adulterades adquireix un *caràcter d'inevitabilitat*. Aquesta qüestió es manifesta en alguns relats com una important font de neguit, atès que s'aprecia l'existència d'un seguit de riscos per a la salut que són difícilment calculables. En altres ocasions però, es despleguen discursos que proven de normalitzar aquesta situació amb diversos arguments. Cal destacar, en aquest sentit, aquells relats que expliquen que l'adulteració és una forma de reduir els riscos associats al consum.

"Tu et fots una ratlla de coca pura i la palmes, saps? Per això l'hem de barrejar amb algo, saps? Tu ja saps que l'han de barrejar amb merda. I quan el moment que t'estàs fent la ratlla saps que et fotràs merda pel nas, és que no sé... vull dir, qui no ho sàpiga, llavors, no ho sé."
(1:515)

Atesa la dificultat per conèixer el grau de qualitat de les substàncies consumides, els joves que sí aspiren a reduir els riscos associats al consum de substàncies adulterades, relaten

349 (1:453-457)

diferents criteris emprats per tal d'establir aquesta qualitat. En trobem dos principalment:

La **confiança en el proveïdor de la substància**. El grau de confiança en el proveïdor, o camell, sembla ser directament proporcional al grau de confiança dipositada en la qualitat de la substància.

"P3: Hombre, jo sé la gent qui és i... sí que tinc confiança.

E: Confiança en què?

P3: En lo que em foto." (3:1319-1323)

D'aquesta manera, s'assumeix que la qualitat de la substància serà probablement menor a mesura que hi hagi menys confiança en les fonts de proveïment de la substància. En altres paraules, "és depenent de a qui li pillis, si és un lloc de confiança o no; si vas a un puesto on no et coneixen, mira, això és lo que et donen..."³⁵⁰

El **grau d'afectació de la substància**. El grau d'afectació de la substància sobre l'individu sembla ser directament proporcional al grau de confiança dipositada en la seva qualitat. Això és, la substància serà de més qualitat en tant que afecti en major mesura l'estat d'ànim i consciència de la persona que la consumeix i en tant que li proporcioni més plaer. En altres paraules, "tú ya lo sabes por lo ciego que vas,"³⁵¹ de manera que si una substància és de qualitat significa que és bona, i una substància és bona quan "saps de la substància que et pujarà i que et

350 (3: 1345)

351 (3:1298)

farà el morat.”³⁵² La triangulació entre allò que és bo, allò que afecta i allò que és de qualitat es connecta circularment per proporcionar elements referencials de criteri.

Amb tot, aquestes estratègies no satisfan a tothom, i és que un bon nombre de relats expressen una preocupació per la impossibilitat de conèixer la qualitat dels productes que consumeixen.

“Jo crec que hi ha molta informació realment, hi ha moltíssima informació. Però el tema és que tu no saps si quan t'estan passant un pollo de farlopa t'estan passant cianur que... que et matarà, o si t'estan passant guix que simplement no et pillarà morat. Llavors jo, a mi el que m'agradaria és, bueno, pues et passo farlopa i aquesta farlopa pues pot ser més bona o menys bona, però dintre d'uns límits, saps?” (1:503)

Així, en alguns relats es fa palesa una demanda en el sentit de poder conèixer la qualitat d'allò que es consumeix, la qual està estretament vinculada a la reducció dels riscos associats a aquest consum. I és en aquest sentit que s'aprecien els serveis d'anàlisi de substàncies oferts en els estands que les entitats de reducció de riscos situen en espais festius. Amb tot, els serveis d'anàlisi de substàncies no sempre resulten atractius per als joves i adolescents entrevistats que se'ls troben en festes.

Ens trobem, doncs, amb relats en els que es despleguen tot un reguitzell d'arguments de rebuig davant l'opció de visitar els

serveis d'anàlisi de substàncies situats en espais festius. Veiem que, tot i portar substàncies psicoactives, molts joves i adolescents no estan gens interessats en utilitzar els serveis d'anàlisi. Ens trobem amb diferents arguments que expliquen perquè el servei d'anàlisi no resulta interessant en una situació de consum. En primer lloc, ens trobem amb joves i adolescents que afirmen sortir de festa amb **dosis petites**. En tant que no s'ha acudit mai als serveis d'anàlisi de substàncies no se sap com es duu a terme el procés i, per tant, no és fàcil fer-se una idea de quin haurà de ser el volum de la mostra necessària per a realitzar l'anàlisi. De vegades, es considera que difícilment es podrà analitzar en profunditat la substància fent servir petites quantitats, amb la qual cosa s'assumeix que potser caldrà fer un sacrifici important, i d'entrada el context no sembla el més adequat per fer sacrificis.

“Hombre, si te'n sobre li en pots portar una però...”
(3:1373)

D'altra banda, i com hem explicat anteriorment en aquest capítol, molts dels joves i adolescents entrevistats mostren un ferm convenciment que no existeixen substàncies pures en el mercat i que, per tant, tot allò disponible està sens dubte adulterat. D'aquesta manera, entenen el servei com una manera més de recordar a la gent que consumeix substàncies psicoactives il·legals que aquestes són dolentes, “clar, te diran que són

352 (1:1266)

dolentes.”³⁵³ En aquest cas però, l’argument serà que estan adulterades i que per tant, millor si no les consumeixen.

Així mateix, sembla que el fet de pensar que les substàncies de les que es disposa durant la festa estan, molt probablement adulterades, no és el mateix que tenir la certesa científica que efectivament és així. En alguns relats s’explica que allò que més amoïna és precisament el fet que l’adulteració s’expliciti, ja que “quan et donen una mala notícia, què? Saps? Ja, allí en plena fiesta, en pleno... no sé.”³⁵⁴ Tot i que es sospita, una explicitació que, efectivament, allò que s’està consumint en el context de la festa no és de bona qualitat, es contraposaria als objectius de diversió i plaer propis de la festa i pels quals s’està realitzant el consum. Sembla que molts dels joves i adolescents entrevistats entenen que, en cas de rebre aquesta informació, cosa que és molt probable que passi, tampoc disposarien de gaire alternatives per resoldre-ho, “et donaria mal rotllo fotre-t’ho... i llavors què, tio?”³⁵⁵

Com veiem en els relats, la manca d’alternatives té a veure amb una qüestió econòmica, ja que els recursos són limitats, “i ho acabo de pagar, saps?”³⁵⁶ Aquesta qüestió amoïna, atès que “ja ho has pillat, no tens més pasta, què faràs? No et fotràs més?”³⁵⁷ En aquesta situació, tot i que l’opció més assenyada seria deixar de

participar en la festa de la forma en què s’havia decidit fer-ho, en cap cas es contempla com una alternativa possible.

Així mateix, i segons aquests arguments, podríem pensar que en el cas que es disposés de més recursos econòmics es podria optar per adquirir noves substàncies i assegurar-se, així, que s’està efectuant un consum de qualitat. Amb tot, la festa ha de durar, i la nit no sempre s’acaba quan surt el sol.

“Si jo haig de pillar les dos coses i portar-les a analitzar... i esperar-me allà, i vengà, i que em diguin lo que és, i vale, llavors... però clar, llavors dius, «vale, pues em foto això». Però clar, tens les dos coses i... et fots la bona primer i lo dolent pues t’ho deixes a la butxaca. I... i després dius «bueno, pues m’ho foto», no? M’entens? O sigui és com molt... ja que ho compres t’ho fots i punto.” (1:1339)

Vegem ara, doncs, quines són les principals valoracions que emergeixen dels relats al voltant de l’**impacte i l’efectivitat immediata** atribuïda a aquests serveis d’anàlisi. Per un costat ens trobem amb relats que atorguen al servei d’anàlisi de substàncies un baix grau d’efectivitat immediata. Mentre no es coneix de forma directa aquests serveis, s’assumeix que el fet de certificar que una substància està adulterada no evitarà que se’n produeixi el consum, motiu pel qual el servei ofert no tindria cap sentit, més enllà de promoure un sentiment de ‘mal rotllo’ davant la certificació que s’està consumint una substància de mala qualitat.

“Tu si pilles cinc pastilles per esta nit, saps? I vas allí i et diuen que estan ruïnes te les fotras igual perquè les has

353 (3:1283)

354 (1:1369)

355 (3:1259)

356 (1:1363)

357 (2:987)

pagat. O sigui, per a això no vagis a veure si són bones o ruïnes. No cal.” (8:916)

En d'altres casos però, es qüestiona seriosament la manca d'efectivitat immediata atribuïda a les actuacions d'anàlisi de substàncies; en aquests casos, se'n fa una valoració en un sentit completament invers. D'aquesta manera, no només es valora molt positivament l'impacte sobre el consum que pot tenir aquesta mena de serveis sinó, especialment, el fet que aquesta anàlisi es realitzi en el mateix moment en què s'ha de produir el consum. Així, en quin altre moment se li podria fer més cas a una actuació d'aquest tipus que no fos el del consum? S'argumenta que no és el mateix saber les coses a través de referències teòriques que veure-les amb els propis ulls. D'aquesta manera, l'anàlisi de substàncies es converteix en una demostració empírica que, efectivament, es pot estar consumint substàncies de molt mala qualitat. En aquest sentit, com no hauria de presentar un impacte immediat una anàlisi d'aquesta mena?

“P9: Te lo dicen en directo y en el horario de cuando se toma ¿sabes?

P7: Y en el momento que lo necesitas.” (6:1203-1205)

La valoració respecte a l'**impacte a mig i llarg termini** també és valorada en diversos sentits. Amb tot, cal dir que sembla que en aquest cas hi ha un major consens respecte al fet que difícilment serveis d'aquesta mena poden deixar indiferents a aquelles persones que en fan ús.

Així, els mateixos relats que comencen afirmant que l'impacte del servei d'anàlisi de substàncies no es pot detectar de forma

immediata –atès que el consum es produirà igualment si no és que ja s'ha produït–manifesten l'alta probabilitat que es presenti un impacte important en la presa de consciència a mig termini dels riscos associats a la **gestió del consum**.

“Entras un poco en el juego, en el rollo, pues ya te enteras, ya te preocupas, ya no haces así [fa petar els dits] y te desentienes. No. Haces así y dices «hostia, vamos a ver qué me estoy metiendo».” (8:920)

El coneixement del fet que un està consumint una substància adulterada pot no ser motiu suficient com per no realitzar el consum de forma immediata però, segons aquests relats, pot despertar la consciència respecte al fet que la gestió del consum pot tenir implicacions sobre la salut. Es genera doncs, a mig termini, un desvetllament de la consciència de risc i, amb ella, un augment de comportaments dirigits a reduir aquests riscos, especialment pel que fa a consumir qualsevol substància acríticament.

Trobem d'altres relats que –més enllà dels efectes positius que aquestes actuacions poden tenir sobre la gestió del consum en termes de presa de consciència vers un consum més responsable– atorguen a aquests serveis una efectivitat a curt i mig termini més relacionada amb l'impacte que pot tenir sobre la regularització informal del mercat, i per un altre,

Com sabem, actualment no hi ha cap instrument de **control de qualitat del mercat** de substàncies psicoactives. La manca de regularització institucional del mercat de substàncies psicoactives desprotegeix les persones consumidores –així com aquelles que poden realitzar un consum esporàdic– davant possibles

adulteracions que es puguin produir, i aquest fet pot derivar en perjudicis sobre la salut d'aquestes persones. L'anàlisi de substàncies, en aquest sentit, pot ajudar a monitoritzar el mercat i, per tant, a controlar-lo.

“Teniu un lloc on fan anàlisis, tu has pillat a la festa, vas a una rave, pilles, fas la teva anàlisi i et diuen: «Esto no está bueno». Home, és interessant poder anar a buscar el camell i dir-li: «¡Oye! ¿iQué pasa!?»” (1:1380)

Algunes de les persones entrevistades afirmen boicotejar aquells proveïdors que no distribueixen un producte de qualitat i que, per tant, són responsables de part dels riscos sanitaris que puguin recaure sobre els consumidors. D'altra banda, el fet que es facin públics alguns formats de substàncies –com pastilles d'èxtasi– dels que s'ha detectat un grau important d'adulteració fa que puguin ser rebutjades i, per tant, deixin de circular més fàcilment. En un context en què la qüestió de l'adulteració –com hem vist– és viscuda amb angoixa per algunes persones degut al seu impacte 'no controlat' sobre la pròpia salut, el control de la qualitat i la persecució dels abusos del mercat esdevé un factor altament valorat.

5. AVALUACIÓ EXTENSIVA DE L'IMPACTE DE LES CAMPANYES DE REDUCCIÓ DE RISCOS

Introducció

A la tercera secció presentarem l'avaluació de l'impacte extensiu de les campanyes de reducció de riscos, temàtica que hem abordat a partir d'una metodologia quantitativa. Aquest capítol centra la seva atenció en *l'anàlisi del sentit atorgat pels joves a les polítiques i intervencions de reducció de riscos dirigides a l'oci nocturn a Catalunya*. Per tant, la seva població està composta per dones i homes de 15 a 24 anys que han residit a Catalunya en els últims 12 mesos, i que freqüenten espais de festa d'oci nocturn com discoteques, festes majors, raves, festivals o concerts de música, o bé que consumeixen begudes alcohòliques en el carrer –*botellón*–.

Puntualment, ens hem plantejat, per una part, conèixer l'autopercepció dels joves respecte al grau d'informació sobre cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina i nexus; així com a identificar les necessitats d'informació vers aquestes substàncies. Al mateix temps, hem treballat per detectar els mitjans d'informació a través dels quals preferirien rebre la informació sobre aquestes substàncies, així com el tipus d'informació que els agradaria obtenir. Finalment, hem consultat la seva opinió per conèixer com valoren l'estratègia utilitzada per les campanyes de reducció de riscos, desenvolupades per les organitzacions SOM.NIT i Energy Control, així com de la informació que els hi transmeten.

Per complir amb aquests objectius, s'ha treballat amb una mostra semiprobabilística composta de dos grups: consumidors –aquells que han provat en els últims 12 mesos alguna de les següents substàncies: cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus– i un altre de no consumidors [cons. OH-C]–aquells que no han provat les substàncies abans esmentades en els últims 12 mesos–. Per a cada grup, s'ha consultat a un percentatge d'homes, de dones, d'adolescents –15 a 19 anys– i de joves –20 a 24 anys– proporcionals a la població general.

Aquesta secció es desenvolupa en sis parts: en primer lloc, descriurem la població enquestada segons el tipus de grups amb el que surten i segons quines són les pautes de consum dels grups i dels enquestats. En segon lloc, detallarem quin es el grau d'informació sobre les substàncies que diuen tenir els distints grups. Parlarem també sobre les necessitats i el tipus d'informació que desitgen tenir. En quart lloc, analitzarem el pes atorgat a cadascun dels mitjans a través dels quals els agradaria aconseguir informació sobre les substàncies.

Aquesta anàlisi ens condueix a indagar sobre les campanyes de reducció de riscos. En aquest sentit, en el cinquè lloc, descriurem qui les coneix, com les coneixen i com valoren la informació que distribueixen aquestes organitzacions. Per últim, presentarem una síntesi sobre els principals resultats extensius obtinguts.

Caracterització de la població enquestada

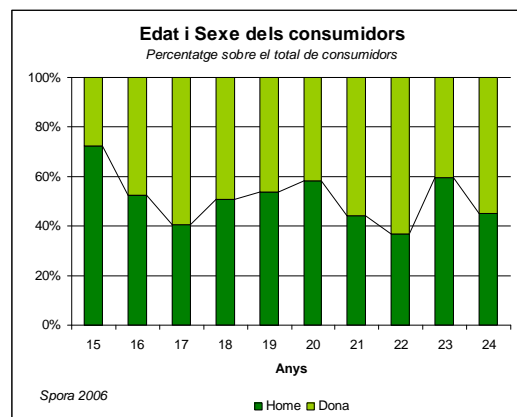
Com ja hem esmentat, la mostra està composta per dos grups: d'una banda, aquells que afirmen que han provat almenys una de les substàncies -cocaïna, èxtasi, speed, bolets, LSD, GHB, ketamina o nexus- en els últims 12 mesos; per una altra, el grup d'aquells que no les han provades durant aquest període. Al primer grup l'anomenarem **consumidors** i al segon **no consumidors [cons. OH-C]**. La mostra total està composta per un 50% de cada grup.

Ara bé, segons les quotes establertes per a aquestes submostres, trobem que la proporció de dones en la població general és de 49%, de manera que així es representa en la mostra. Pel que fa a la variable edat, mesura en anys complerts, hem definit dos grups quinquennals que coincideixen amb els establerts per les principals estadístiques oficials³⁵⁸. Segons aquest criteri, hem obtingut dos grups d'edat: *adolescents*, de 15 a 19 anys, i *joves*, de 20 a 24 anys³⁵⁹. De la mateixa manera que per a la variable sexe, la distribució dels grups d'edat respecta les proporcions poblacionals segons els registres del padró d'habitants a desembre de 2005.

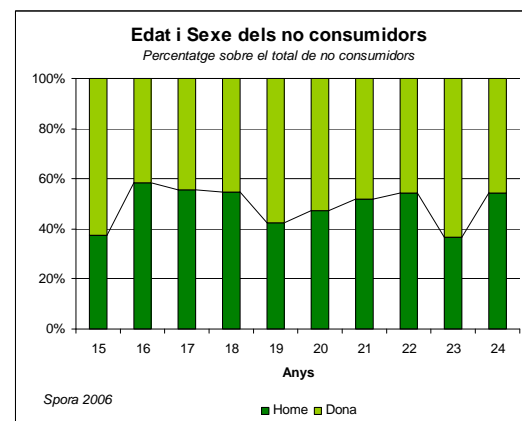
358 Tant de Catalunya com de l'Estat espanyol: www.idescat.net/www.ine.es

359 Utilitzarem també els termes 'menors de 20 anys' i 'de 20 i més' com a sinònims d'ambdós grups.

Gràfic 3



Gràfic 4

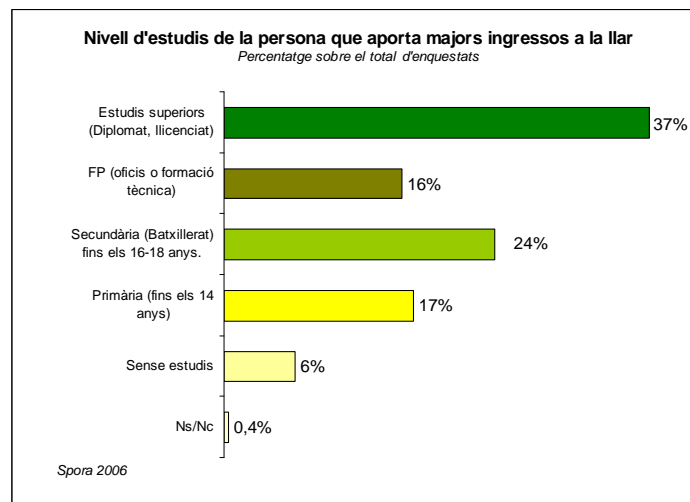


D'altra banda, hem contextualitzat les opinions dels enquestats segons el nivell sociocultural de la llar en el qual viuen. Donada la franja d'edat dels enquestats, no és pertinent consultar-los sobre el seu nivell d'estudis³⁶⁰. En aquest sentit, hem decidit indagar sobre el *nivell d'estudis de la persona que aporta majors ingressos econòmics a la llar* per determinar el nivell sociocultural de la llar.

Com podem observar en el gràfic 5, trobem que un 37% de la població consultada afirma que els estudis de la persona que aporta majors ingressos a la seva llar són de nivell superior (llicenciatures o diplomatures, estudis de postgrau).

En segon terme, trobem que un 16% declara que el nivell més alt d'estudis finalitzats és la formació professional (FP 1 i 2, oficis, formació tècnica). Un 24% ha finalitzat el *nivell secundari* (batxillerat), mentre que un 17% ha arribat fins al *nivell primari*. Només un 6% afirma que la persona que aporta els majors ingressos a la llar no posseeix estudis.

Gràfic 5



Les pautes de consum

En aquest apartat busquem caracteritzar la població consultada en relació al consum de substàncies. Això ens permetrà tenir una idea més acabada de les seves pautes de consum i alhora ens facilitarà la interpretació de les opinions referides a la informació sobre les substàncies i les valoracions fetes respecte a les campanyes de reducció de riscos.

360 Atès que els més joves disposaran suposadament d'un menor nivell educatiu que els de més edat, per tant no ens permetria caracteritzar la població d'una forma útil per a l'anàlisi.

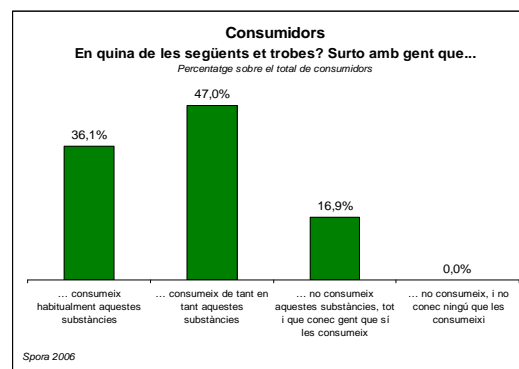
El grup d'iguals

Començarem l'anàlisi pel grup amb el qual comparteixen els espais d'oci nocturn. Les pautes de consum individual, en aquests àmbits, estan relacionades amb les pautes del grup d'iguals amb el que es conviu³⁶¹. Seguint aquest plantejament, hem consultat els enquestats –distingint entre els que consumeixen i no consumeixen– sobre les pautes de consum del grup amb el qual comparteixen els espais de festa.

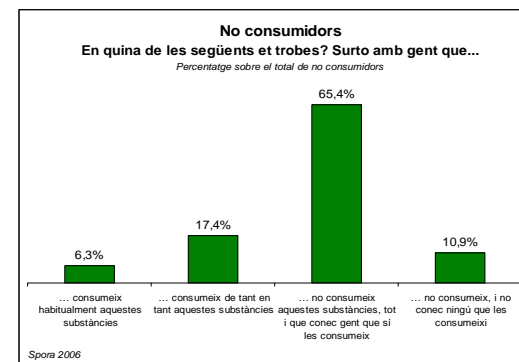
Dintre del grup d'enquestats **consumidors**, un 36,1% afirma que surt de festa amb un grup en el qual es consumeixen substàncies habitualment i un 47% sosté que consumeixen de tant en tant. El 15,9% dels consumidors surten de festa amb gent que no consumeix. Com podem veure en el gràfic 6, els consumidors surten amb –o almenys coneixen gent– que consumeix. Al consultar-los sobre el seu grup d'iguals, cap d'ells ha esmentat l'opció 'no conec gent que consumeixi'.

Els **no consumidors [cons. OH-C]** presenten una distribució inversa a la del grup anterior. Si observem el gràfic 7, observem que un 23,7% sosté que surt amb un grup que consumeix, ja sigui de forma *habitual* (6,3%) o *esporàdicament* (17,4%). Ressalta un 66,4% que sosté que, si bé surt de festa amb un grup en el qual no es consumeix, coneix gent que sí consumeix. Mentre que un 10,9% afirma que no surt amb gent que consumeix, ni coneix gent que ho faci.

Gràfic 6



Gràfic 7



361 Veure Faura, R. i Caussa, A. (2005).

Analitzant les respostes dels **consumidors**, distingint per sexe i edat, trobem que existeixen lleus diferències entre els grups. Un 77% de les dones adolescents –menors de 20 anys– assegura sortir amb gent que consumeix –ja sigui de forma habitual o esporàdica–, enfront d'un 88% de les joves –de 20 a 24 anys–. En el cas dels homes: un 77% dels adolescents afirma compartir espais d'oci amb gent que consumeix, mentre que pel que fa als joves ho afirma un 87%.

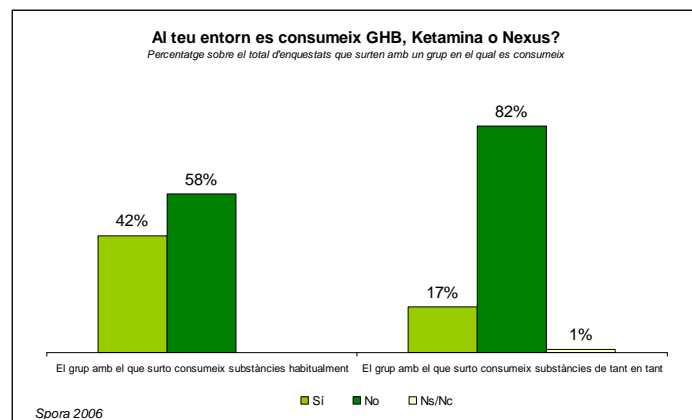
Dintre dels consumidors hi ha una major proporció d'adolescents (23% dels homes i de les dones d'aquest grup) que de joves (13% dels homes i 12% de les dones) que afirma sortir amb gent que no consumeix. Entre les persones enquestades que **no han consumit** en els últims 12 mesos, observem que els joves (un 24,5% de les dones i un 27% dels homes) asseguren, en major proporció que els adolescents, compartir els espais de festa amb gent que consumeix (20% de les dones i un 22% dels homes, ambdós grups d'adolescents). Un 81% de les dones adolescents i un 78% dels homes, afirmen que comparteixen els espais de festa amb gent no consumidora. Mentre que els joves ho assenyalen en un 75,5% entre les dones i un 73% dels homes.

Consum de substàncies en el grup d'iguals

En aquest punt, descriurem quines substàncies es consumeixen entre les persones del grup d'iguals amb el que comparteixen els espais de festa les enquestades. Per a això hem consultat a aquelles persones que surten de festa amb gent que consumeix sobre quines són les substàncies que utilitzen en el grup.

En aquest sentit, observem que un 100% sosté que en el seu grup d'iguals es consumeix cocaïna, èxtasi o speed, ja sigui de forma habitual –una o més vegades al mes– o esporàdica –menys d'una vegada al mes–. Al distingir els grups d'iguals segons la freqüència de consum, observem que, respecte al consum de GHB, ketamina o nexus, existeixen diferències significatives. Entre els que asseguren sortir de festa amb grups en els quals es consumeixen habitualment substàncies vinculades a l'oci nocturn, un 42% afirma que en aquests grups es consumeix GHB, ketamina o nexus. Mentre que en aquells grups que consumeixen de manera esporàdica, el consum d'aquestes substàncies es redueix fins a un 17%.

Gràfic 8



Pautes de consum dels enquestats

Com hem esmentat, la mostra obtinguda està composta per un 50% de persones que consumeixen i un altre 50% que no consumeixen. Ara bé, segons els criteris utilitzats per a fer aquesta distinció, s'han considerat no consumidors [cons. OH-C] aquells que no han provat cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus en els últims 12 mesos, tot i que ho hagin fet en un període anterior al mencionat.

Per una altra part, resulta clau diferenciar, dins dels consumidors, els que ho fan habitualment dels que ho fan de forma esporàdica. Per a detectar aquests matisos hem inclòs la variable 'freqüència de consum'³⁶², la qual ens ha permet distingir quatre 'pautes de consum'.

D'una banda, respecte a les persones que han provat les substàncies en els últims 12 mesos, situació que definirem com a **consum actual**, diferenciem entre un consum **habitual** –una vegada o més al mes en els últims 12 mesos- i consum **esporàdic** –menys d'una vegada al mes en l'últim any-. Després, dintre del grup que **no consumeix actualment** –és a dir que no han provat les substàncies en els últims 12 mesos- diferenciem el **no consum** i l'**exconsum**: el primer cas fa referència a les persones que no haurien provat mai les substàncies; mentre que el segon, agrupa persones que no les

han provat en els últims 12 mesos, però sí que ho han fet amb anterioritat. En la taula 1 es resumeixen les categories obtingudes:

Taula 1

Tipologia Pautes de consum

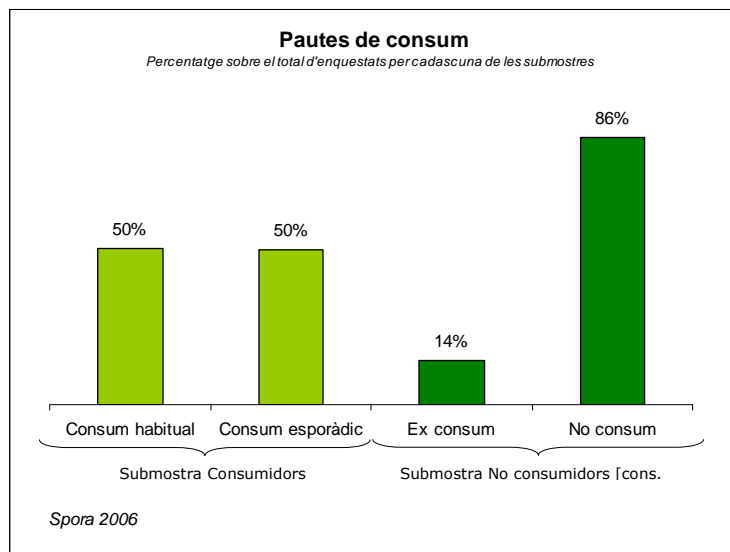
Han provat las substàncies en els últims 12 mesos		No han provat las substàncies en els últims 12 mesos	
Una o més vegades al mes	Menys d'una vegada al mes	Alguna vegada a la vida	Mai
Consum actual habitual	Consum actual esporàdic	'Exconsum'	No consum

La submostra de **consumidors** està composta per un 50% de persones per a qui el consum és *habitual* i un altre 50% per a qui el consum és *esporàdic*. Mentre que entre els que afirmen **no haver consumit** en els últims 12 mesos, l'*exconsum* representa un 14% i el *no consum* un 86%. Cal aclarir que per a l'*exconsum* no realitzem diferències per freqüència de consum ja que trobem

362 Per a definir 'freqüència de consum' hem utilitzat els criteris de European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. <http://www.emcdda.europa.eu> (última visita 22/11/2006)

una alta variabilitat de freqüències³⁶³ per a un grup amb una proporció reduïda dins del total de la mostra.

Gràfic 9



Si distingim les distintes pautes de consum segons el sexe i edat de la persona, trobem que no existeixen diferències significatives entre els que **consumeixen actualment**.

Mentre que entre les persones que **no consumeixen actualment**, incloent-hi aquells que anteriorment han consumit,

363 Les respostes obtingudes van des d'una vegada en la vida a tots els dies durant 5 anys.

trobem que les diferències més significatives s'observen entre els grups d'edat. Com veiem en la Taula 2, un 97,5% de les dones adolescents i un 96,3% dels homes de la mateixa edat sostenen que mai han consumit substàncies. Mentre que entre el grup de 20 a 24 anys la proporció és d'un 80% entre les dones i d'un 76,1% entre els homes. Per la seva banda, són els joves els que afirmen, en major proporció que els adolescents, haver consumit anteriorment: un 23,9% dels homes i un 20% de les dones, davant d'un 3,7% dels homes i un 2,5% de les dones adolescents.

Taula 2

Pautes de consum segons sexe i edat

Percentatge sobre el total de consumidors i no consumidors [cons. OH-C]

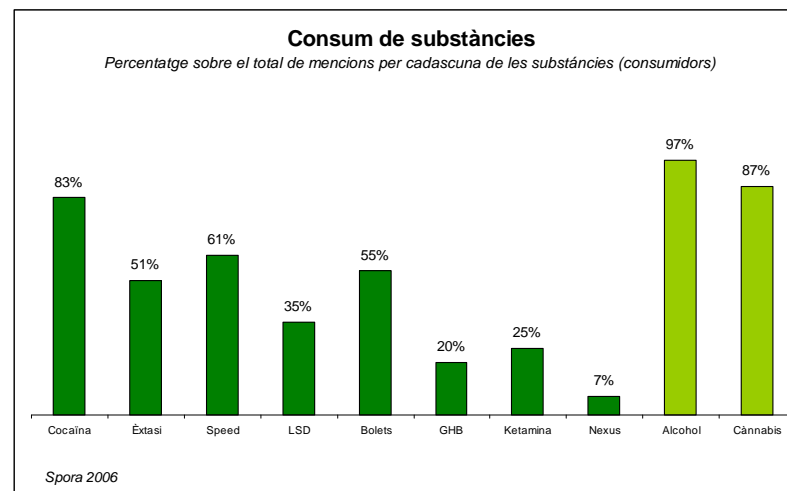
Pautes	Home		Dona		
	De 15 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 15 a 19 anys	De 20 a 24 anys	
Consum actual	Freqüent	48,3% (42)	55,5% (61)	46,7% (35)	48,7% (55)
	Esporàdic	51,7% (45)	44,5% (49)	53,3% (40)	51,3% (58)
	Total	100% (87)	100% (110)	100% (75)	100% (113)

No consum actual	No consum	96,3% (78)	76,1% (86)	97,5% (78)	80,0% (88)
	'Exconsum'	3,7% (3)	23,9% (27)	2,5% (2)	20,0% (22)
	Total	100% (81)	100% (113)	100% (80)	100% (110)

Consum actual

En aquest apartat centrarem l'anàlisi en la submostra de **consumidors actuals**. Per a aquest grup detallarem quines són les substàncies que diuen haver provat i diferenciarem d'acord a la freqüència de consum: habitual i esporàdica. En termes generals, per al grup que ha provat les substàncies en els últims 12 mesos, observem que més del 60% consumeix almenys cocaïna i/o speed, i més de la meitat anomena els bolets i/o l'èxtasi. Més específicament, un 83% afirma consumir cocaïna, un 61% speed, un 55% bolets, un 51% èxtasi. En menor mesura s'esmenta el LSD (35%), la ketamina (25%), GHB (20%) i nexus (7%). Cal destacar que entre els consumidors un 97% afirma consumir, a més, alcohol i un 87% també cànnabis.

Gràfic 10



Centrant l'atenció de les pautes de consum en les substàncies en estudi, trobem que si distingim segons la 'freqüència de consum' les diferències entre els grup són significatives.

Observem que un 95% de les persones que consumeixen de forma habitual alguna de les substàncies d'interès per a l'estudi, assenyalen haver provat la **cocaïna**. Mentre que els que consumeixen de forma esporàdica ho afirmen en un 71%, és a dir un 24% menys que el grup anterior.

En segon lloc, veiem que un 68% dels que consumeixen de manera habitual, assenyalen haver provat **èxtasi**, mentre que els consumeixen esporàdicament ho afirmen en un 34%. Una

situació similar es presenta en el cas de l'**speed**, en què un 78% dels consumidors habituals esmenta aquesta substància, davant d'un 43% dels consumidors esporàdics, és a dir un 35% menys que el grup anterior.

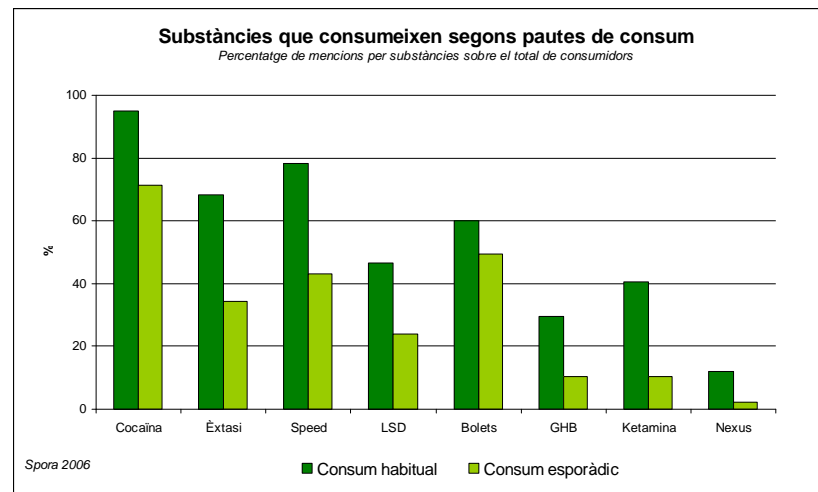
Un 47% de consumidors habituals afirmen haver provat **LSD**, mentre que un 24% dels que consumeixen esporàdicament ho assenyalen. És a dir un 23% menys que aquells que fan un consum habitual de les substàncies.

Per una altra part, si ens referim a **bolets**, trobem que un 60% dels que consumeixen habitualment afirma haver provat aquesta substància, mentre que assenyalen haver-ho fet 49% dels consumidors esporàdics.

El **GHB** és esmentat per un 29% dels que consumeixen substàncies habitualment, davant d'un 10% dels consumidors esporàdics, és a dir que la diferència entre el primer i segon grup és d'un 19%.

Un 40% dels consumidors habituals ha assenyalat consumir **ketamina**, davant d'un 10% dels consumidors esporàdics. És a dir que, la diferència entre ambdós grups, ascendeix a un 30%. En el cas del **nexus**, un 11% dels que consumeixen habitualment afirmen haver provat aquesta substància, mentre que un 2% dels consumidors esporàdics també ho ha fet.

Gràfic 11

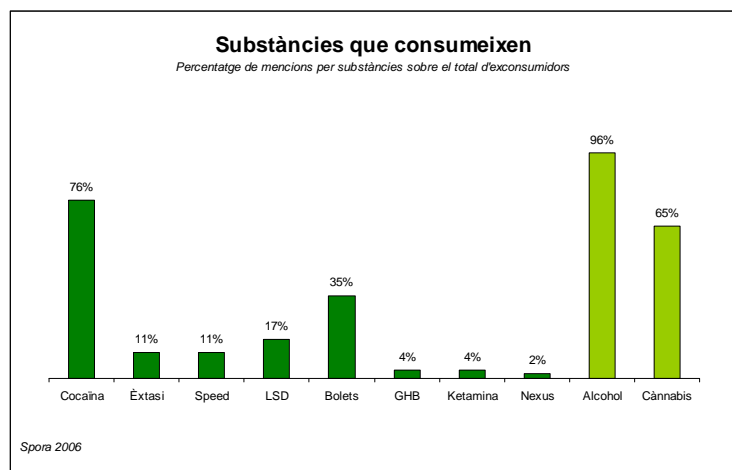


'Exconsum'

Mantenint la distinció segons les pautes de consum, resulta interessant analitzar quines substàncies han provat aquells que no consumeixen actualment, però que si ho han fet en un període anterior. Trobem que, en aquest grup, la substància més assenyalada és la cocaïna (76%), en segon terme s'assenyala el consum de bolets (36%), després el LSD (17%), l'èxtasi i l'speed en un 11% respectivament, mentre que, en menor mesura, s'anomenen el GHB, ketamina i nexus (4% per a les dues primeres i un 2% en el cas del nexus). Cal ressaltar que es

manifesta el consum d'alcohol en els últims 12 mesos en un 96% dels exconsumidors, mentre que el cànnabis, per al mateix període, és manifestat per un 65%.

Gràfic 12

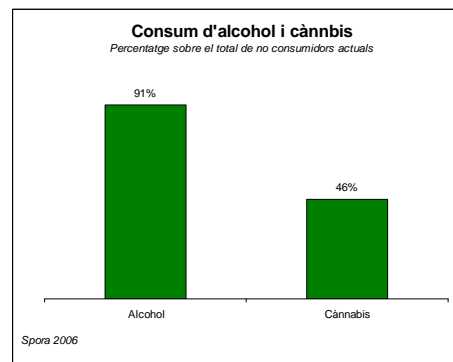


No consum

Com hem esmentat abans, quan distingim entre consum i no consum, és en referència a determinades substàncies: cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus. Ara bé, el grup que queda definit com 'no consumidor', pot fer ús d'altres substàncies com poden ser l'alcohol o el cànnabis. Dintre d'aquest grup, trobem que un 91% afirma haver consumit

alcohol en els últims 12 mesos i un 48% menciona també el cànnabis.

Gràfic 13



'Policonsum'

Fins al moment hem descrit les pautes de consum dels distints grups per a cadascuna de les substàncies. Tanmateix, observem que en preguntar quines substàncies consumeixen, o han consumit, solen fer referència a més d'una. En aquest sentit, definirem com a **policonsum** aquells casos en els quals es diu haver provat més d'una substància. Cal aclarir que en tots els casos, a més de les substàncies esmentades, està present el consum d'alcohol i cànnabis.

Si distingim segons les *pautes de consum* (taula 3), veiem que un 59% dels que ho fan habitualment assenyalen 4 o més de les substàncies. Per la seva banda un 32,8% dels consumidors

esporàdics menciona de 2 a 3 substàncies, mentre que un 66,7% dels exconsumidors indiquen haver consumit una substància. Entre els no consumidors [cons. OH-C], un 45,5% consumeix alcohol i un 45,2% consumeix a més cànnabis. Només un 8,2% d'ells afirma no consumir cap substància.

Taula 3

Nombre i tipus de substàncies que consumeixen segons Pautes de consum. Percentatge sobre el total d'enquestats

Nombre i tipus de substàncies que consumeix	Pautes			
	Consum habitual	Consum esporàdic	'Exconsum'	No consum
Cap				8,2% (27)
Només alcohol				45,5% (150)
Només cànnabis				1,2% (4)
Només Alcohol i cànnabis				45,2% (149)
Una substància (A+C) ³⁶⁴	10,9% (21)	43,8% (84)	66,7%% (36)	
De 2 a 3 substàncies (A+C)	30,1% (58)	32,8% (63)	25,9%% (14)	
4 o mes substàncies (A+C)	59,1% (114)	23,4% (45)	7,4%% (4)	
Total	100% (193)	100% (192)	100%% (54)	100% (330)

364 Alcohol i cànnabis.

Els espais de festa i d'oci nocturn

Com hem esmentat en la definició de la població estudiada, les persones consultades freqüenten diversos espais de festa. Hem centrat l'atenció en aquelles persones que assisteixen amb freqüència a Discoteques, Festes Majors, *Raves*, Festivals o Concerts, o bé consumeixen begudes alcohòliques al carrer, pràctica més coneguda popularment com '*fer botellón*'.

Els espais de festa són entesos com un context propici per al consum de substàncies psicoactives –com la cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus-. Això ha convertit a aquests espais en un escenari privilegiat per al desenvolupament de les campanyes de reducció de riscos.

Quan analitzem els espais de festa més freqüentats pels enquestats, observem que, a excepció de les festes *raves*, no es visualitzen diferències significatives entre els diferents espais d'oci nocturn. Les discoteques i les festes majors són els espais de festa més esmentats³⁶⁵ (83% i 85% respectivament), seguits pels festivals o concerts i el consum de begudes alcohòliques en la via pública (76% en cada cas). Fins i tot quan distingim segons les pautes de consum de les persones, aquests percentatges es mantenen amb lleus variacions (veure gràfics 14 a 17).

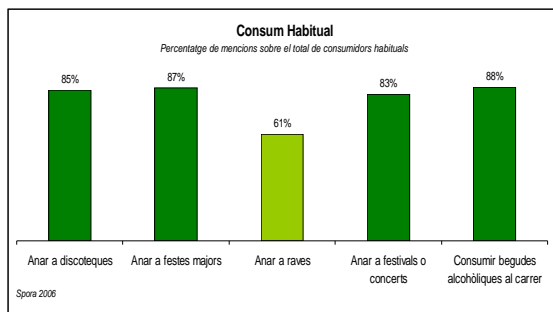
365 Cada enquestat podia mencionar més d'un espai de festa alhora, per tant els percentatges es refereixen a la quantitat de vegades que ha estat mencionat l'espai i no al nombre d'enquestats.

Per contra, al observar les *raves* trobem diferències significatives entre les persones amb distintes pautes de consum. Com veiem en els gràfics abans presentats, entre els que consumeixen habitualment, un 61% diu haver assistit a *raves*. Al mateix temps, entre els que consumeixen de manera esporàdica, un 41% freqüenta aquests espais de festa. Aquest percentatge es redueix a un 17% entre els que assenyalen que han consumit en el passat, però no ho han fet en els últims 12 mesos. La proporció és encara menor entre els que no consumeixen ni han consumit, que les anomenen en un 12%.

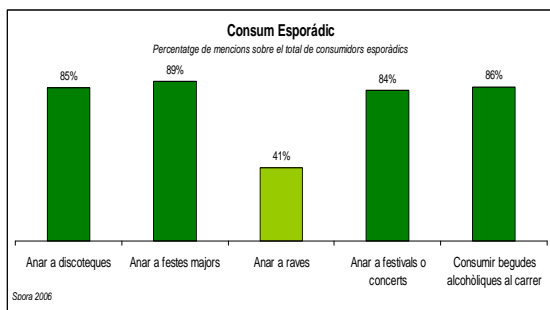
En aquest sentit, les festes *Raves*³⁶⁶ mereixen un comentari a part. En primer lloc, es tracta d'un espai on el tipus de música el defineix com un context particular. Es tracta de festes no convencionals que, a diferència de les discoteques o concerts, no es desenvolupen en un local específic ni d'una manera regular i, en la majoria dels casos, se solen celebrar en espais oberts o abandonats. Solen realitzar-se esporàdicament i amb una duració de més d'un dia, sense dates preestablertes en el calendari –a diferència de les festes majors—, i la seva promoció es fa mitjançant *flyers*, per Internet o per boca-orella. En aquest sentit, a diferència dels altres espais de festa, accedir a la informació sobre les *raves* requereix estar en contacte amb 'gent d'aquest ambient'.

366 Les *raves* es poden definir com festivals d'accés públic, en els quals la música predominant és el Techno o l'Electrònica. Aquest tipus de festes solen ser esporàdiques, semiclandestines, no contenen un lloc físic fix en el qual desenvolupar-se cada cap de setmanes. Per a participar de les mateixes és necessari estar inserit en grups que accedeixin a la informació sobre el lloc i les dates de realització de les mateixes.

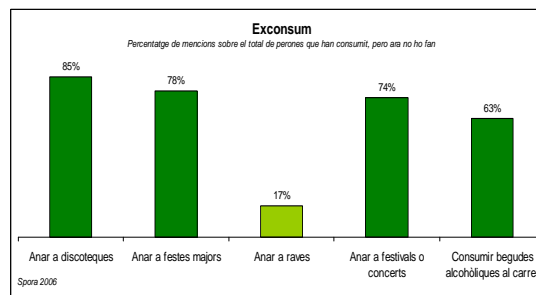
Gràfic 14



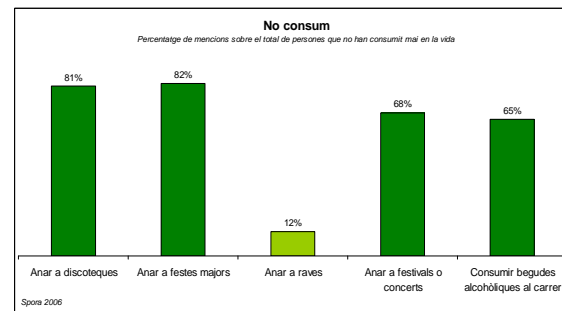
Gràfic 15



Gràfic 16



Gràfic 17



Cal ressaltar, que al distingir les submostres –consumidors i no consumidors [cons. OH-C]- per sexe i edat no trobem diferències significatives entre els comentaris de cada grup respecte als espais de festa.

Informació sobre les substàncies

La informació sobre *'què prenen, quant prenen, com ho prenen, en quina quantitat, què saben i què no...'*³⁶⁷ és un element central per a les campanyes de reducció de riscos, ja que les mateixes apunten a proveir d'eines que permetin realitzar eleccions, avaluant avantatges i inconvenients del consum³⁶⁸.

En aquest sentit, una de les principals variables d'anàlisi d'aquest estudi és la autopercepció respecte al grau d'informació que tenen els enquestats sobre les substàncies. Per a mesurar aquesta variable, hem proposat a les persones enquestades que triïn, dintre d'una graduació, quin és el grau d'informació que creuen tenir sobre cadascuna de les substàncies d'interès per a l'estudi.

Cal aclarir, que hem decidit preguntar sobre la informació 'en general', tenint en compte les conclusions obtingudes en la prova pilot realitzada prèviament. En aquest sentit, es va detectar que quan es preguntava l'opinió al voltant d'informacions específiques sobre substàncies, com per exemple els riscos associats al consum, aquesta i la resta de respostes quedaven esbiaixades en referir-se únicament al tema plantejat a l'inici. Per aquest motiu, a l'hora de dissenyar el qüestionari s'ha decidit formular la

qüestió sobre l'autopercepció sobre el grau d'informació en termes generals.

En aquest apartat, per tant, analitzarem l'autopercepció sobre el grau d'informació per a cadascuna de les substàncies, distingint entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C] actuals. Això ens permetrà comparar el grau d'informació que cada grup diu tenir sobre les substàncies així com detectar grups definits que podrien ser destinataris de futures campanyes.

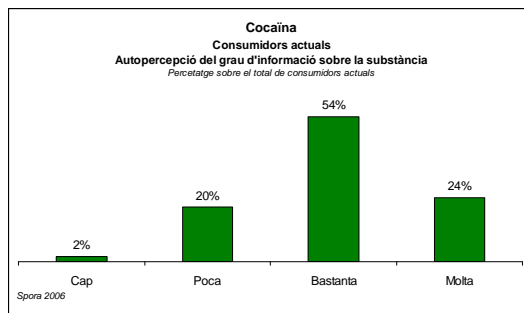
Tal com s'observa al gràfic 18, entre les persones que han consumit en els últims 12 mesos, un 54% afirma posseir bastanta informació sobre la **cocaïna** i un 24% contesta que en posseeix molta. Si agrupem ambdues categories trobem que la xifra ascendeix a un 78%. El 22% restant sosté que posseeix poca o cap informació sobre aquesta substància.

Entre els 'no consumidors [cons. OH-C]' actuals, trobem que aquestes proporcions varien lleument: un 61,5% afirma que posseeix bastanta o molta informació sobre aquesta substància. Mentre que un 34,3% afirmen posseir poca informació, és a dir ascendeixen un 14,4% respecte al grup de consumidors, i fins a un 4% pel que fa als que no posseeixen informació.

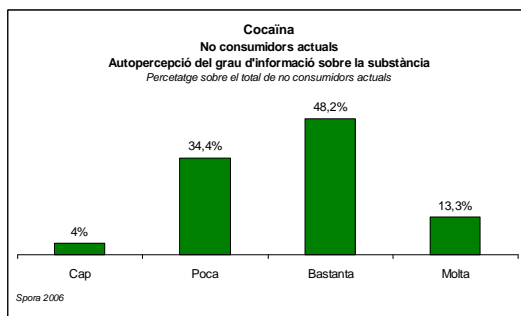
367 http://www.energycontrol.org/jml/index.php?option=com_content&task=view&id=69&Itemid=41&lang=es_ES (últim ingrés 27/11/06)

368 Ídem anterior y <http://www.creuroja.org/cat/crj/somnit/somnit0a3.asp> (últim ingrés 27/11/06)

Gràfic 18



Gràfic 19

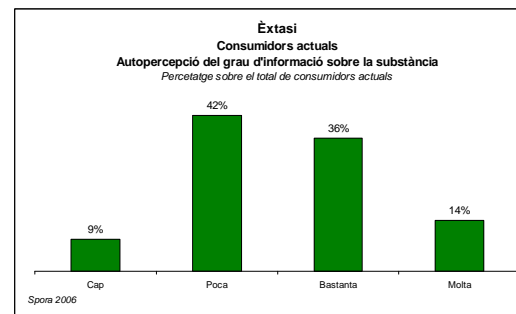


Pel que fa a l'èxtasi, trobem que un 50% dels consumidors actuals sosté que posseeix poca o cap informació sobre la substància. Tot i així, el percentatge dels que van seleccionar l'opció bastanta informació és d'un 36% i els que van triar molta informació són un 14% d'aquest grup.

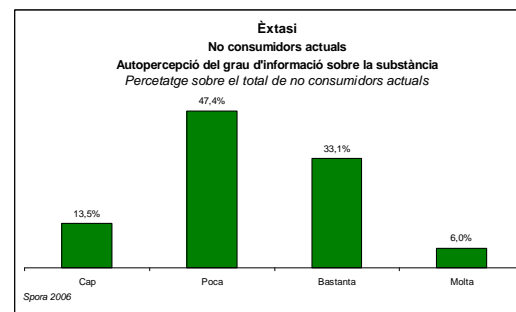
Els no consumidors [cons. OH-C] presenten una lleu diferència en relació al grup de consumidors. En aquest grup, gairebé un 61%

esmenta que posseeix poca o cap informació sobre l'èxtasi, mentre que un 33% diuen en tenir bastanta i un 5% molta informació.

Gràfic 20



Gràfic 21

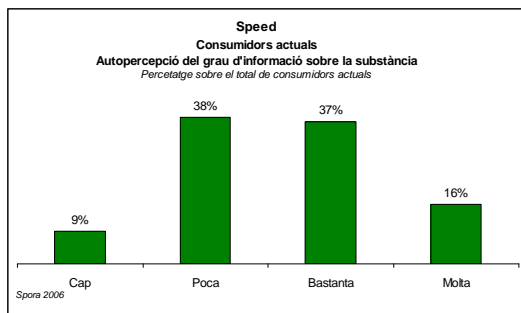


En referència a l'èxtasi, observem que la distribució és similar a la de l'èxtasi. Entre els consumidors actuals gairebé un 47% sosté que posseeix poca o cap informació sobre la substàncies,

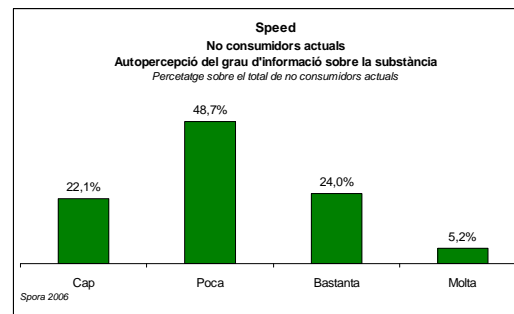
un 37% en posseeix bastanta i un 16% posseeix molta informació.

Pel que fa als no consumidors [cons. OH-C] actuals, observem que el percentatge de persones que no compta amb informació sobre l'speed ascendeix a un 71%, és a dir 24% més que entre els consumidors, mentre que els que posseeixen bastanta o molta informació no arriba al 30%.

Gràfic 22

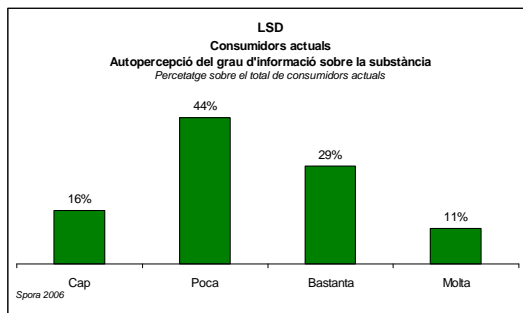


Gràfic 23

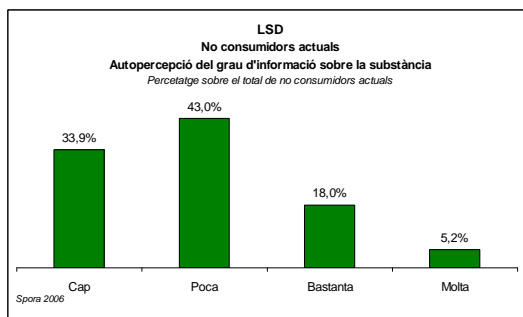


En el cas de l'**LSD**, 6 de cada 10 persones que han consumit en els últims 12 mesos afirma que el seu coneixement sobre la substància és poca o nul·la. Tot i això, un 40% assenyalava que posseeix bastanta o molta informació. Entre els no consumidors [cons. OH-C], un 34% sosté que no compta amb informació sobre aquesta substància, percentatge que ascendeix a un 77% si hi afegim el grup que valora com a poca la informació que té. Els que sostenen que posseeixen bastanta o molta informació descendeixen un 16% respecte als consumidors, ja que sumen un 23,3%.

Gràfic 24



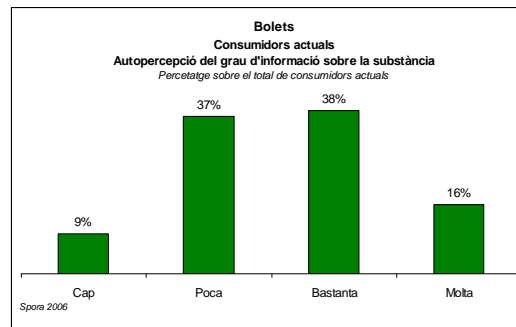
Gràfic 25



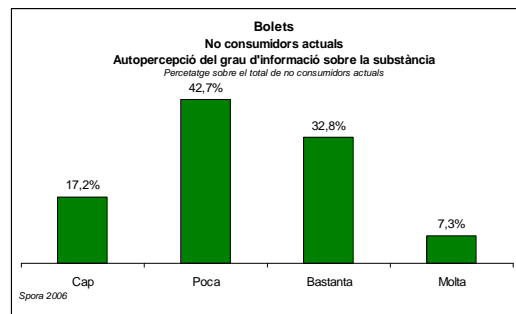
Respecte als **bolets**, un 46% dels consumidors actuals assenjala que no compta amb informació, mentre que entre els no consumidors [cons. OH-C] el percentatge és d'un 60%. Cal destacar que, per a ambdós grups, el percentatge de casos que sosté que posseeix bastanta informació és alt: un 38% dels consumidors i un 33% dels no consumidors [cons. OH-C]. Valors

que ascendeixen a un 54% en el primer grup i a un 40% en el segon si l'hi afegim la categoria molta informació.

Gràfic 26



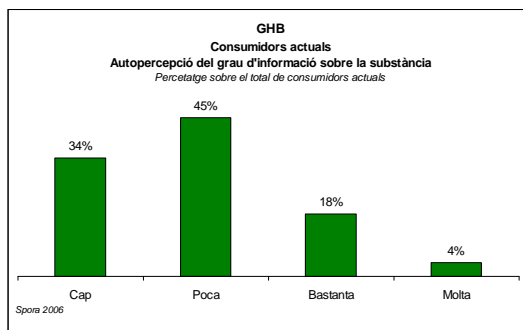
Gràfic 27



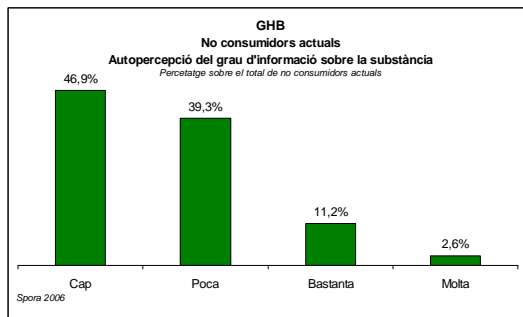
Pel **GHB**, l'autopercepció referida al grau d'informació sobre la substàncies evidencia una clara diferència respecte a les anteriors. Entre els consumidors actuals, observem que un 78% sosté que posseeix poca o cap informació, mentre que els no

consumidors [cons. OH-C] actuals ho afirmen en un 86%. El percentatge de consumidors que afirma posseir bastanta o molta informació és un 22%, mentre que aquells que no han consumit en els últims 12 mesos ho afirmen en un 14%.

Gràfic 28



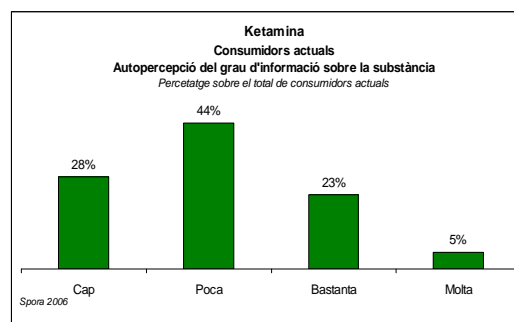
Gràfic 29



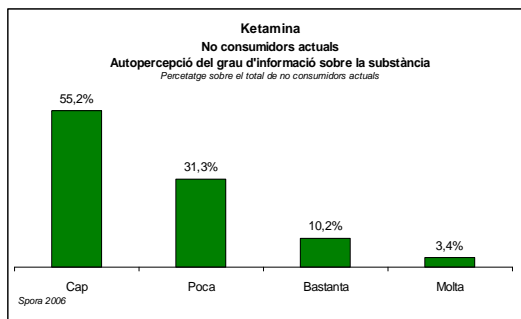
Les opinions sobre la **ketamina** presenten lleus diferències si es compara amb el GHB. Entre els consumidors actuals observem

que un 28% afirma que no posseïx informació, un 44% creu que la que posseïx és poca, mentre que els que consideren que compten amb bastanta o molta informació són un 28%. Entre els no consumidors [cons. OH-C] actuals observem que un 55% considera que no posseïx informació, un 27% més que en el cas dels consumidors. Els que assenyalen que posseïxen poca informació representen un 31% dels no consumidors [cons. OH-C] enquestats. Un 13,6% d'aquest grup sosté que posseïx bastanta o molta informació.

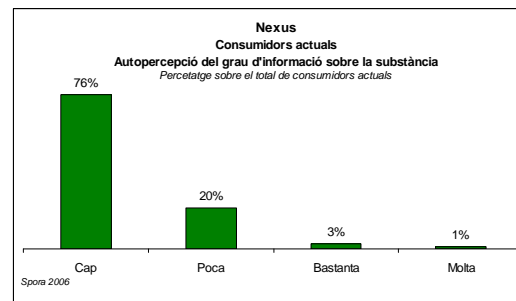
Gràfic 30



Gràfic 31

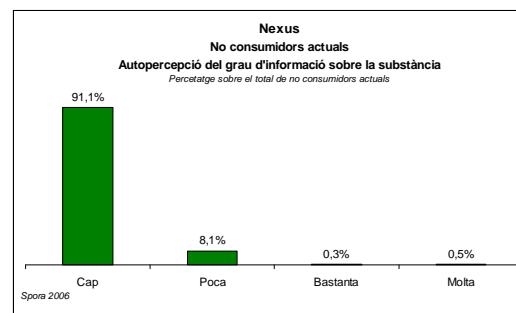


Gràfic 32



Finalment, l'autopercepció del grau d'informació sobre el **nexus** és, en termes generals, baixa per a ambdós grups. En el grup de consumidors, trobem que un 76% afirma que no posseeix informació sobre la substància, un 20% assenyalava que posseeix poca, mentre que només un 4% menciona tenir bastanta o molta. Dada que coincideix amb el percentatge de persones d'aquest grup que diu haver-la consumit. En el cas dels no consumidors [cons. OH-C], un 99% assenyalava que no compta amb informació sobre la substància.

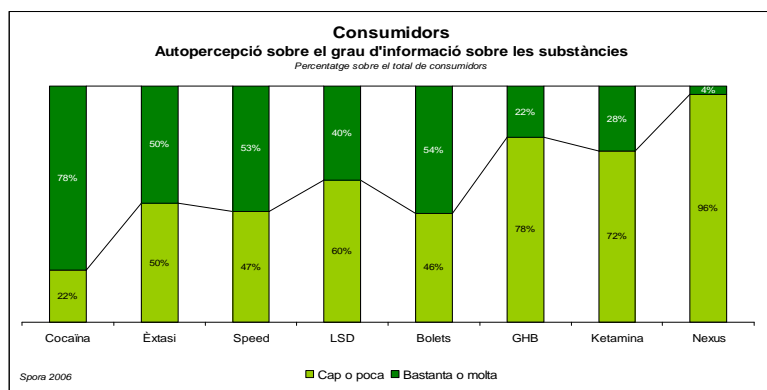
Gràfic 33



En els gràfics que segueixen (34 i 35), podem observar comparativament el grau d'informació que afirmen tenir ambdós grups per a cada substància. En el grup de **consumidors**, exceptuant la cocaïna, el percentatge de persones que afirmen tenir poca o cap informació de les substàncies, supera en tots els casos un 47%, arribant al seu màxim en el cas del nexus (96%).

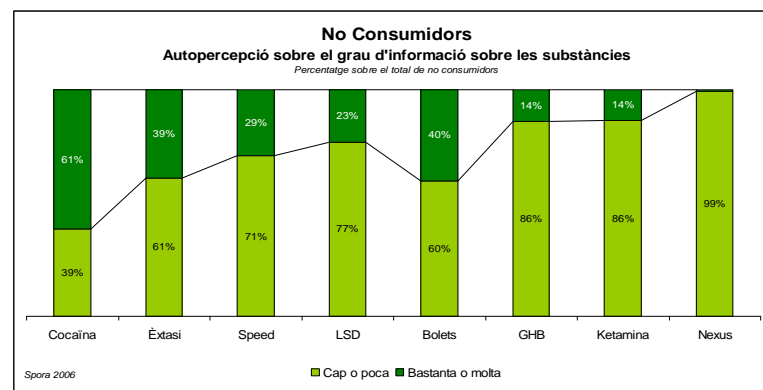
Entre els **no consumidors [cons. OH-C]** els que posseeixen poca o cap informació són un 60% o més per a cada substància, exceptuant, novament, la cocaïna.

Gràfic 34³⁶⁹



369 La línia traçada no implica una tendència, només s'ha inclòs per a poder visualitzar més clarament la proporció que assumeix l'autopercepció sobre la poca o nul·la informació.

Gràfic 35³⁷⁰



Autopercepció sobre el grau d'informació segons sexe i edat

Fins al moment, hem analitzat la percepció de consumidors i no consumidors [cons. OH-C], sense distingir per edat i sexe. En aquest apartat, ens centrarem en les diferències presents entre els grups a l'hora d'avaluar el grau d'informació que diuen tenir les persones enquestades sobre cadascuna de les substàncies. Centrarem l'atenció en els que afirmen posseir poca o cap informació sobre les substàncies, amb l'objecte d'identificar qui

370 Ídem anterior

són els que asseguruen no comptar amb cap mena d'informació. (veure Taula A en l'annex)

Consumidors actuals

Pel que respecta a la **cocaïna**, trobem que les diferències més significatives es donen entre els grups d'edat, i lleument més entre les dones que entre els homes: un 29,3% de les dones adolescents asseguruen posseir poca o cap informació sobre la substància, davant d'un 15% de les joves; mentre que entre els homes, trobem que un 28,7% dels adolescents i un 19% dels joves sostenen aquesta mateixa opinió.

Quan es consulta sobre l'**èxtasi**, novament és entre els grups d'edat que veiem les majors diferències. Un 60% de les dones adolescents posseeix poca o cap informació sobre aquesta substància, davant d'un 49,5% de les dones joves. Un 58,6% dels homes adolescents assenyala no comptar amb cap mena d'informació, mentre que entre els joves ho afirma 38,2% d'aquests.

En el cas de l'**speed**, la major diferència es presenta entre les dones: un 53,3% de les adolescents avaluen que la informació que posseeixen és poca o nul·la, davant de gairebé un 40% de les dones joves. Entre els homes, les diferències són menors: un 50,5% dels adolescents i un 47,2% dels joves manifesten que no compten amb informació sobre l'speed.

Centrant l'atenció en el **LSD**, les principals diferències s'observen en els grups d'edat: entre les dones, un 72% de les adolescents assenyalen no comptar amb informació, o bé avaluar com poca la que tenen, davant d'un 53% de les joves que sostenen la mateixa opinió. Mentre que entre els homes, un 69% dels adolescents i un 52% dels joves coincideixen en considerar-la com a poca o nul·la.

No s'evidencien diferències significatives per sexe i edat quan es consulta sobre **bolets**. Exceptuant a les dones adolescents, de les quals un 54,7% assegura no comptar amb cap mena d'informació, els altres grups afirmen posseir bastanta o molta informació sobre aquesta substància.

El **GHB** és la primera substància respecte de la qual s'observa una baixa percepció del grau d'informació en tots els grups. Entre les dones, són les adolescents qui afirmen en major proporció no comptar amb cap mena d'informació (86,7%), mentre que de les joves ho assenyala un 77%, és a dir gairebé un 10% menys que les anteriors. Entre els homes, si bé la diferència és menor, és destacable: un 80,5% dels adolescents davant d'un 72,7% dels joves.

L'autopercepció sobre el grau d'informació referida a la **ketamina** presenta una distribució similar al GHB. Un 80% de les dones adolescents manifesta no comptar amb cap mena d'informació sobre aquesta substància, davant d'un 65,5% de les joves. Entre els homes, trobem que un 76% dels adolescents i un 71,7% dels joves afirmen tenir poca o cap informació.

Finalment, entre els consumidors, observem que els homes joves són els que afirmen conèixer una mica més que la resta de les persones consultades el **nexus** (7,3%). Els altres grups afirmen no comptar amb informació sobre aquesta substància.

No consumidors [cons. OH-C] actuals

Quan s'analitza l'opinió dels no consumidors [cons. OH-C], trobem que les diferències entre els grups són més clares que en el cas dels consumidors.

En el cas de la **cocaïna**, les majors diferències es presenten per edat, mentre que per sexe les diferències són menors. Veiem que un 48,7% de les dones adolescents sosté que no compta amb informació sobre aquesta substància, davant d'un 38,2% de les joves; entre els homes un 41% dels adolescents sosté que no compta amb informació sobre aquesta substància, davant d'un 30,1% dels joves.

Si ens referim a l'**èxtasi**, trobem que no es presenten diferències significatives entre els grups d'edat i sexe. En termes generals, més de la meitat sosté que no compta amb informació sobre aquesta substància: 65% de les adolescents, davant d'un 63,6% de les joves; mentre que entre els homes, un 65% dels adolescents coincideixen amb aquesta opinió, davant d'un 52,2% dels joves.

De les dones adolescents 8 de cada 10 afirmen que no compten amb informació sobre el **speed**, davant de 7 de cada 10 dones

joves; aquesta diferència de 10% incrementa 9 punts entre els homes: un 72,8% dels adolescents afirmen tenir poca o cap informació, davant d'un 63,7% dels homes joves.

Quan consultem sobre el **LSD**, les diferències més significatives es presenten entre els grups d'edat: un 85% de les dones adolescents sostenen que no posseeixen informació, davant d'un 72% de les joves. Mentre que gairebé un 83% dels homes adolescents ho afirmen, davant de gairebé un 72% dels homes joves.

Entre les dones adolescents trobem que gairebé un 69% percep que posseeix poca o cap d'informació sobre **bolets**, davant d'un 61% de les joves. La diferència entre els dos grups d'edat en els homes és similar (8%), ja que un 60,5% dels adolescents i un 52,2% dels joves coincideixen amb aquesta opinió.

Respecte al **GHB**, observem que un 91,2% de les adolescents afirmen no posseir informació sobre aquesta substància, o bé valorar com poca la que tenen, davant a un 86,4% de les joves. Entre els homes, 9 de cada 10 adolescents, sostenen que posseeixen poca o cap informació, mentre que un 79,6% dels joves coincideixen amb aquesta opinió.

Quan consultem sobre la **ketamina**, no s'observen diferències significatives entre homes i dones dels diversos grups d'edat. D'igual manera succeeix amb el **nexus**, on gairebé el 98% dels casos assenyalen que no posseeixen cap informació sobre aquesta substància.

Autopercepció segons la regió en què viuen

En aquest apartat, analitzarem la distribució geogràfica de la població consultada que afirma posseir poca o cap informació sobre cadascuna de les substàncies.

Consumidors actuals

En el cas de la **cocaïna**, els que resideixen en municipis mitjans afirmen, en major proporció que els altres grups, no comptar amb cap mena d'informació: un 35% d'aquests. Observem poques diferències entre els que resideixen a Barcelona ciutat i Regió Metropolitana de Barcelona (RMB), on un 22% de les persones sosté que no compta amb informació sobre aquesta substància. Proporció que es redueix a un 11% entre els que resideixen en municipis petits³⁷¹.

Pel que fa a l'**èxtasi**, les variacions són menors: els que diuen tenir menys informació resideixen en ciutats mitjanes (55%) seguits d'aquells que viuen en la RMB i en municipis petits (51% i 50% respectivament). Un 45% dels que viuen a Barcelona ciutat afirmen no comptar amb informació sobre aquesta substància.

Sobre l' **speed**, igual que amb l'èxtasi les diferències són lleus entre les zones. Els que afirmen tenir menys informació són els que resideixen en la RMB i Barcelona (52% i 47%

respectivament). En menor proporció ho afirmen els que resideixen en ciutats mitjanes (un 44%) i petites (un 36%).

Un 63% dels que resideixen en la RMB diuen tenir poca o cap informació sobre el **LSD**, percentatge que es redueix al 59% en el cas dels municipis petits i a un 58% als mitjans. A Barcelona un 54% de la població consumidora enquestada assenyala posseir poca o cap informació sobre aquesta substància.

Centrant l'atenció sobre els **bolets**, observem que hi ha lleus variacions per zona: un 52,3% dels que resideixen en municipis mitjans i un 50% dels que viuen en municipis petits sostenen posseir poca o cap informació sobre aquesta substància. En RMB és sostingut per un 45,8% i a Barcelona un 37,6%.

Un 87% dels residents de Barcelona assenyala que no compten amb informació sobre el GHB, mentre que en les altres zones les diferències són lleus: un 75% en RMB, un 79% en municipis mitjans i un 78% en els petits.

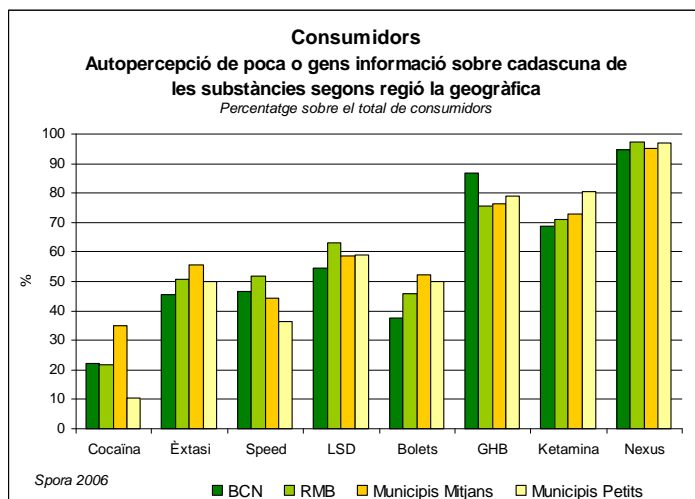
Al consultar sobre la **ketamina**, observem que, a mesura que ens allunyem de Barcelona ciutat, menor és el grau d'informació que diuen tenir sobre aquesta substància. Veiem que un 69% dels que resideixen a Barcelona afirmen no posseir informació sobre aquesta substància, o bé valorar com poca la que tenen, davant d'un 71% dels que viuen en la RMB, un 73% d'aquells que resideixen en municipis mitjans i un 80% dels quals viuen en els petits.

Pel que fa al **nexus**, trobem que els que resideixen a Barcelona o en ciutats mitjanes –com són Girona i Tarragona– són els que

371 Amb menys de 2.000 habitants de 15 a 24 anys.

afirmen en major proporció conèixer aquesta substància (un 5% en el primer cas i un 4,7% en el segon).

Gràfic 36



No consumidors [cons. OH-C] actuals

Quan analitzem les respostes sobre el grau d'informació dels que no han consumit les substàncies en els últims 12 mesos observem que, en termes generals, existeixen majors diferències per regió que en el grup de consumidors actuals.

Si parlem de **cocaïna**, un 45% dels que viuen en els municipis mitjans afirmen posseir poca o cap informació sobre la mateixa.

Els residents de la RMB, per la seva banda, ho afirmen en un 38%, mentre que aquells que viuen en municipis petits i a Barcelona ho sostenen en un 37% i un 36% respectivament.

En les zones més allunyades de Barcelona i Regió Metropolitana de Barcelona és on s'assenyala en major proporció no comptar amb cap mena d'informació sobre **èxtasi**: 68% en municipis mitjans i un percentatge similar en els petits. Davant d'un 59% dels que resideixen a Barcelona i un 57% dels que viuen en la RMB.

Quan se'ls consulta sobre l'**speed**, observem que un 84% dels que han residit en els últims 12 mesos en municipis mitjans sosté que posseeix poca o cap informació sobre aquesta substància. Davant d'un 76,5% dels que viuen en la RMB, un 61,5% dels que habiten a Barcelona i un 54% dels que resideixen en municipis petits. El **LSD** segueix un patró similar a l'**speed**. Veiem que en les ciutats mitjanes un 84% assegura no tenir informació sobre aquesta substància, mentre que un 80% dels que resideixen en la RMB, un 71% dels que viuen en ciutats petites i un 70% dels residents de Barcelona mantenen la mateixa opinió.

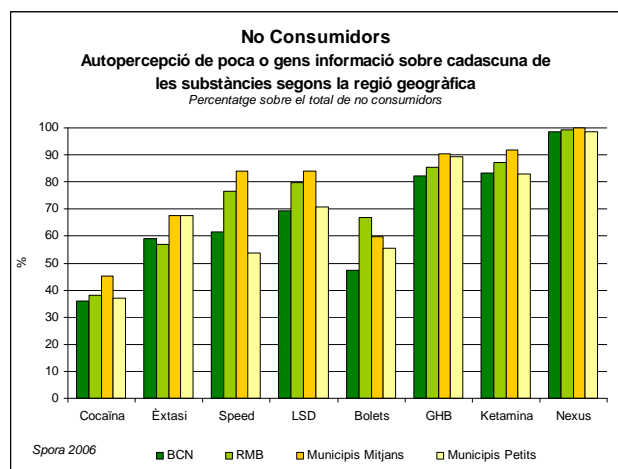
En la RMB és on més s'afirma no comptar amb informació sobre **bolets** (67%), davant d'un 60% dels que resideixen en ciutats mitjanes, un 55% dels que viuen en ciutats petites i un 47% dels joves consultats de Barcelona.

El **GHB**, la **ketamina** i el **nexus** presenten una distribució similar, on les diferències es redueixen del GHB a la ketamina i d'aquesta al nexus. Com veiem en el gràfic 37, en els tres casos

és a Girona i Tarragona on menys es coneixen: un 90% pel cas del GHB, un 91% si ens referim a ketamina i 100% en el nexus.

En segon terme és en la RMB on menys es coneixen: 85,5% per a la primera substància, 87% en el cas de la segona i 99% per al nexus. Pel GHB, un 89% dels que viuen en municipis petits i 82% dels que resideixen a Barcelona afirma no comptar amb informació. Mentre que en el cas de la ketamina i el nexus no s'evidencia diferència entre els municipis petits i Barcelona: un 83% per a cada zona pel cas de la ketamina i un 98% pel cas del nexus.

Gràfic 37



Necessitats d'informació

Fins al moment, hem analitzat l'autopercepció referida al grau d'informació sobre les substàncies que manifesten els distints grups. Ara bé, en els grups focals es va plantejar que posseir informació sobre les substàncies no implica necessàriament considerar aquesta com a suficient.

En els mateixos, algunes persones van assenyalar "És que hi ha molta informació, és que ara no ens podem queixar de la informació! (...) Hi ha mil."(1:499) No obstant això, entren en joc les valoracions sobre la 'qualitat' de la informació i sobre el 'tipus' d'informació del que es disposa. Com manifesten altres participants dels grups focals:

"La manca de informació, i bona informació..."(8:1405)

"Que o sigui, sí, ens podin informar molt i el qual la teva vulguis, no? Però realment potser no ens diuen tot el qual hi ha." (4:1013)

En aquest sentit, s'ha consultat als enquestats sobre si consideren que la informació que posseeixen és *suficient* o *insuficient*. Per a analitzar aquestes opinions, hem distingit entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C] segons els grups d'edat i sexe.

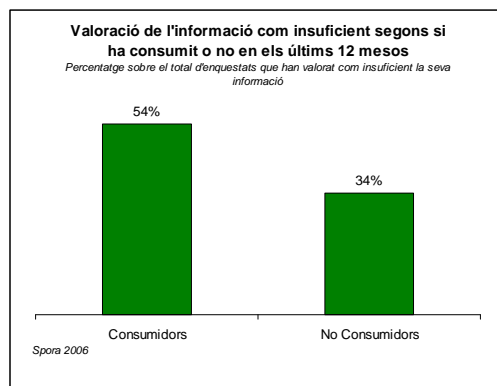
Segons les dades obtingudes en l'enquesta, un 53,8% dels que han consumit alguna de les substàncies consideren que la informació que posseeixen els resulta insuficient, davant d'un 34,4% dels que no han consumit. Aquesta dada destaca, ja que,

com hem vist, és el grup de consumidors el que més informació diu posseir (veure gràfics 34 i 35).

Quan fem la distinció entre sexe i grups d'edat, observem que, per al grup de **consumidors**, són les dones les que afirmen en major proporció que els homes que la informació que posseeixen els resulta insuficient: un 65% de les joves i un 61,3% de les adolescents, davant d'un 45% dels homes de 20 a 24 anys i un 47% dels menors de 20 anys.

Mentre que entre els **no consumidors [cons. OH-C]**, les dones sostenen -lleument més que els homes- que la informació amb la qual compten els resulta insuficient, sent les adolescents les que més ho afirmen -49% d'aquestes, davant d'un 34% de les joves-

Gràfic 38



Tipus d'informació

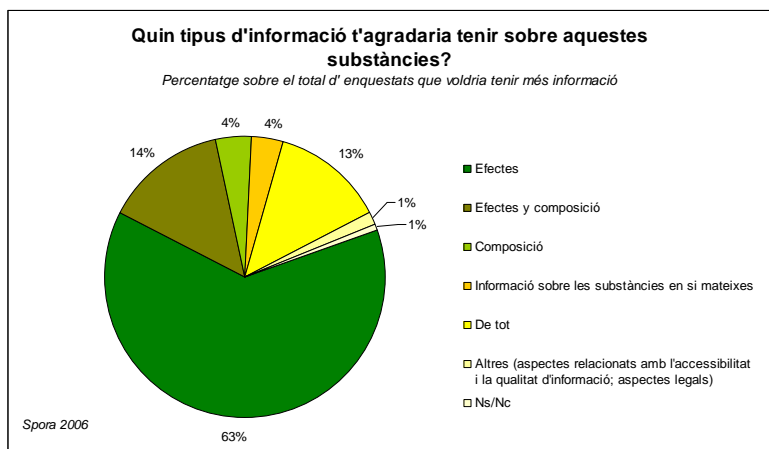
Com a part dels objectius de l'estudi, hem explorat les necessitats d'informació de les persones de 15 a 24 anys. En aquest sentit, el tipus d'informació que desitgen obtenir, ens pot aportar elements per al desenvolupament de noves campanyes de reducció de riscos. Igualment, identificar qui demanda un tipus d'informació específica, ens permetrà definir grups de destinataris per a aquestes campanyes.

A les persones enquestades que han valorat el grau d'informació que tenen com insuficient se'ls ha consultat respecte al tipus d'informació que els agradaria tenir sobre les substàncies.

Dintre d'aquest grup, trobem que la majoria afirma de manera espontània³⁷² que desitjaria tenir més informació sobre els 'efectes' relacionats a les mateixes (63%). En segon lloc, mencionen conjuntament 'els efectes i la composició' (14%). Després, sorgeix en menor proporció la necessitat d'informació sobre la 'Composició' i 'Sobre les substàncies en si mateixes (què són)' -4% dels enquestats per a cada categoria-. Un 13% no ha volgut especificar temàtica alguna.

372 En el qüestionari, aquesta temàtica s'ha indagat mitjançant una pregunta oberta. Això significa que no es van oferir opcions de resposta entre les quals triar, sinó que es va registrar la resposta literal dels enquestats.

Gràfic 39



Tal i com podem veure en la taula que segueix, si realitzem la distinció entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C], observem que un 73% dels no consumidors [cons. OH-C] assegura estar interessat en rebre informació sobre els efectes, davant d'un 56% dels consumidors. Mentre que respecte als 'efectes i la composició' ho afirmen un 20% dels consumidors.

Taula 3

'Quin tipus d'informació t'agradaria tenir sobre aquestes substàncies?' segons si ha provat o no les substàncies

Percentatge sobre el total de persones que desitgen més informació

Tipus d'informació	Consumidors	No consumidors [cons. OH-C]
Efectes	56,0%	72,9%
Efectes/ composició	20,3%	5,3%
Composició	4,3%	3,8%
Aspectes relacionats amb la qualitat y accessibilitat a la informació	1,0%	1,5%
Aspectes legals	0,5%	
Informació sobre las substàncies	3,9%	3,0%
Ns/Nc	1,0%	0,8%
Altres	13,0%	12,8%
Total	100,0%	100,0%

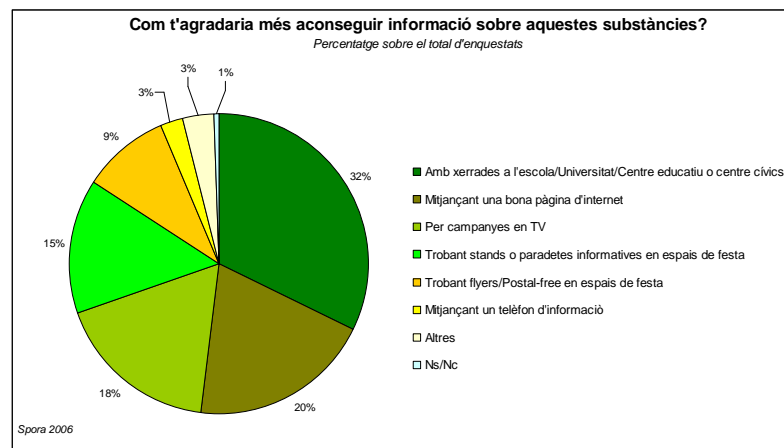
Mitjans d'informació

Un tercer objectiu de l'etapa quantitativa apunta a detectar els mitjans d'informació que major recepció tenen en la població de 15 a 24 anys.

Abans de descriure les dades obtingudes, cap fer una distinció entre fonts d'informació –concepte utilitzat en l'anàlisi quantitatiu de dades- i mitjans d'informació. Les **fonts d'informació** es refereixen a l'agent –persones, grups, institucions, entitats privades, ONG's, etc.- que construeix un missatge, defineix un grup destinatari i selecciona un canal pel qual es difondrà aquesta informació. En aquest sentit, els **mitjans** els definim com els canals a través dels quals es distribueix la informació –televisió, *flyers*, Internet, llibres i revistes, de persona a persona, telèfon, etc.-

En el qüestionari aplicat, hem consultat sobre els mitjans pels quals els agradaria rebre informació referida a les substàncies d'interès per a l'estudi. Per a això es va sol·licitar a les persones enquestades que triessin una única opció de resposta. Això ens permet atorgar, a cada mitjà d'informació, un pes en relació als altres, el qual està definit per la proporció de persones que han seleccionat cada opció.

Gràfic 40



Com veiem en el gràfic anterior, un 32% de les persones consultades destaca les 'Xerrades en escoles, universitats, centres d'estudi o centres cívics' com el mitjà o espai que prefereixen per a accedir a la informació sobre les substàncies. En segon lloc, es mencionen les 'pàgines d'Internet' –amb un 20%–, després les 'campanyes mitjançant la televisió' i 'estands o paradetes informatives en llocs de festa' –18% i 15% respectivament–. El lliurament de 'flyers i postal-free' és valorada per un 9% dels enquestats, mentre que una 'línia d'informació telefònica' la destaca un 3%.

Al no tractar-se de categories exhaustives, s'ha proposat com opció de resposta la categoria 'Altres'. Dintre de la qual s'han mencionat fonts com 'llibres i revistes especialitzades', així com

els 'testimonis de persones amb experiència o properes'. Si bé resulten opcions d'interès, amb l'objectiu de realitzar una anàlisi estadística es presenten d'una manera agrupada, ja que en conjunt representen tan sols un 3% de la població consultada.

Quins mitjans trien dels grups

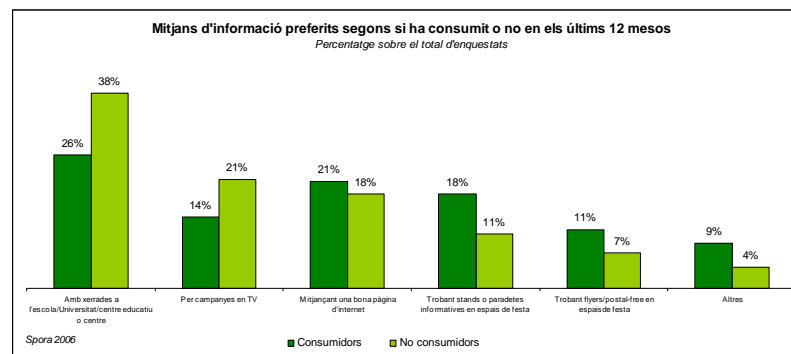
Considerem que val la pena distingir entre les dues submostres – consumidors i no consumidors [cons. OH-C]-, ja que presenten algunes diferències.

Si ens referim a les xerrades en institucions, trobem que un 26% dels que han **consumit** en els últims 12 mesos mencionen aquest espai com un mitjà adient per a la distribució d'informació, davant d'un 38% dels no consumidors [cons. OH-C].

Un 14% dels consumidors mencionen les campanyes de televisió, mentre que, entre els que no consumeixen actualment cap substància, les mencionen un 21%.

Per contra, trobem que un 21% dels que consumeixen actualment prefereixen una bona pàgina d'Internet, opció mencionada per un 18% dels no consumidors [cons. OH-C]. Aquesta diferència s'amplia entre els que trien un stand informatiu en espais de festa: un 18% dels consumidors davant d'un 11% dels no consumidors [cons. OH-C]. Igualment, ocorre que quan es mencionen els *flyers* o postal-free, els consumidors trien aquest mitjà un 5% més que els no consumidors [cons. OH-C].

Gràfic 41

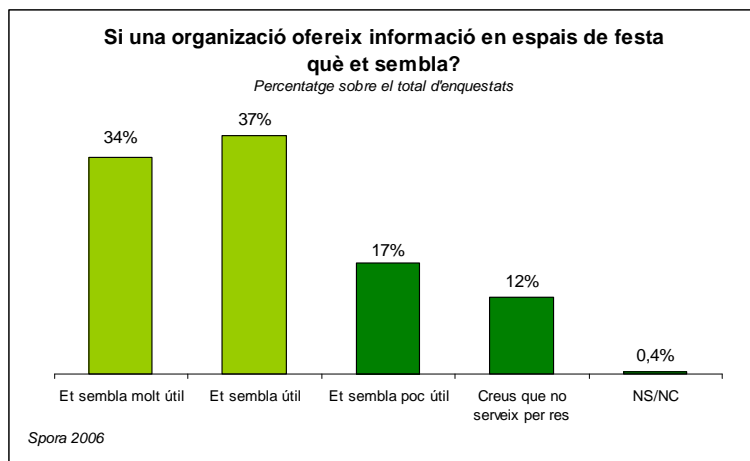


Quan diferenciem a l'interior dels consumidors i no consumidors [cons. OH-C] segons sexe i edat dels enquestats, no trobem diferències significatives entre els grups.

Informació en espais de festa

Després d'avaluar el pes assignat a cada mitjà d'informació, s'ha sol·licitat una valoració particular sobre les campanyes que difonen informació en espais de festa. Al consultar als enquestats sobre el grau d'utilitat que li assignen a aquesta estratègia per a difondre informació, trobem que 7 de cada 10 persones opinen que és útil o molt útil.

Gràfic 42



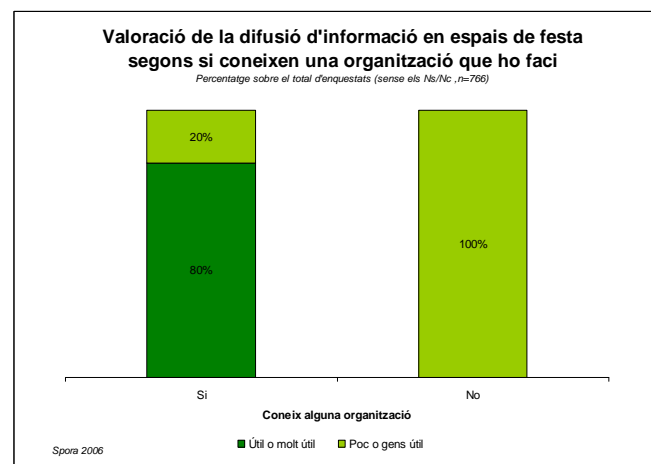
Ara bé, cal preguntar-se qui són els que consideren aquesta estratègia com a poc o gens útil. En primer terme, observem que un 32% dels no consumidors [cons. OH-C], afirma que li sembla poc o gens útil aquesta metodologia, davant d'un 26% dels consumidors.

Si distingim entre grups d'edat i sexe, els homes adolescents no consumidors [cons. OH-C] són els més escèptics respecte a aquesta metodologia: un 39,5% d'aquests la considera poc o gens útil, davant d'un 32,5% dels seus parells dones i un 30% de dones i dels homes joves respectivament.

Al diferenciar les opinions segons si s'han trobat o no una organització que distribueixi informació en espais de festa,

ressalta que 8 de cada 10 persones que les han trobades, o bé les coneixen, assenyalen que els sembla útil o molt útil com mitjà per a fer arribar la informació a la població. En contrast, el 100% dels que no s'han trobat amb aquestes organitzacions en espais de festa, valoren aquest mètode com poc o gens útil.

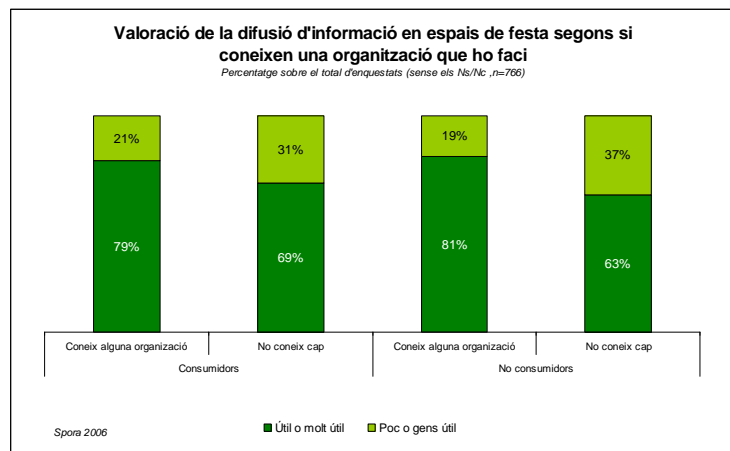
Gràfic 43



Ara bé, si dividim aquestes opinions segons si la persona ha provat o no substàncies en els últims 12 mesos, observem que un 79% dels consumidors i un 81% dels no consumidors [cons. OH-C] valoren aquesta metodologia com *útil o molt útil*. Mentre que, entre qui no coneixen aquesta modalitat de difusió d'informació, un 69% dels consumidors valoren aquest mètode

com *útil o molt útil*, davant d'un 63% dels no consumidors [cons. OH-C] que coincideixen amb aquesta mateixa opinió.

Gràfic 44



Campanyes de reducció de riscos

El Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya actualment està desenvolupant el Programa Nit Segura, en el qual es proposa convocar a les persones involucrades en el sector de l'oci nocturn per a treballar de manera conjunta en el desenvolupament d'un entorn més segur i saludable en aquests espais³⁷³. Una de les línies d'acció del programa se centra en el desenvolupament de campanyes de reducció de riscos mitjançant stands informatius en espais d'oci nocturn. Les campanyes desenvolupades fins al moment han estat a càrrec de les organitzacions SOM.NIT i Energy Control, però també existeixen experiències promogudes pels ajuntaments de Catalunya.

En l'enquesta realitzada, hem avaluat l'impacte³⁷⁴ que han tingut aquestes campanyes. Per a això s'ha optat per preguntar, no únicament al voltant d'aquestes dues organitzacions, sinó que s'ha deixat oberta la possibilitat que anomenin altres experiències presents en el territori català.

En aquest punt cal fer un aclariment. En primer lloc, s'ha preguntat a les persones enquestades si coneixen alguna organització que distribueixi material informatiu en espais de

373 Veure <http://www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/html/ca/dir451/index.html> (últim ingrés 04/12/06)

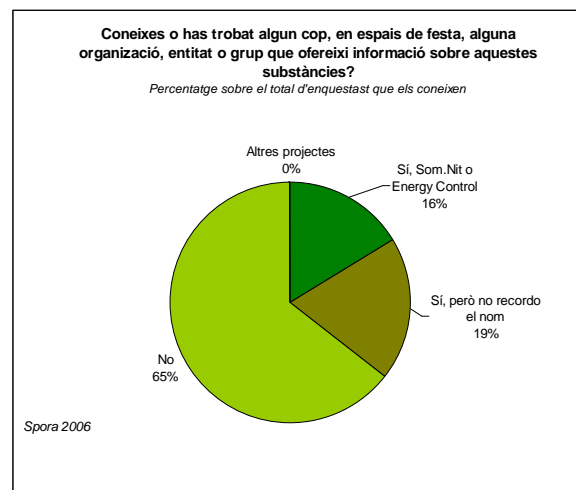
374 Per avaluar l'impacte ens referim a detectar a quantes persones els ha arribat la informació subministrada per aquestes campanyes, sigui d'una manera directa –la persona ha rebut informació per distints mitjans directament de l'organització– com indirecte –ha rebut informació a través de tercers o per mitjans que no impliquen un contacte directe amb l'organització–.

festa. En segon terme, se'ls ha demanat que ens indiquin de quina manera les han conegudes: si les han vist en els espais de festa, en una xerrada en l'escola o universitat, si les han vist en Internet, televisió o per *flyers*, o bé els han parlat d'elles persones properes. Això ens ha donat un ventall d'opcions relatives a allò que podem definir com *'grau de proximitat'* d'aquestes campanyes respecte a la persona.

Per una altra part, i tenint en compte que segons les explicacions vistes en els grups focals realitzats prèviament la majoria de les persones recorden més la metodologia utilitzada en les campanyes –difusió d'informació sobre les substàncies en espais de festa- que el nom de la institució que la desenvolupa; hem optat per incloure dins les opcions de resposta la categoria *'sí, però no recordo el nom'*.

Com veiem en el gràfic 44, del 36% de les persones que coneixen alguna organització que realitza aquestes campanyes en espais de festa: un 16% esmenta el nom d'una d'aquestes (sigui SOM.NIT o Energy control), mentre que un 19%, no recorda el nom de l'organització. Només en un cas s'ha esmentat un altre projecte que utilitza aquesta metodologia sota el nom de *"Va de Joves"* (Casal de Joves de Badalona).

Gràfic 45



Qui les coneix?

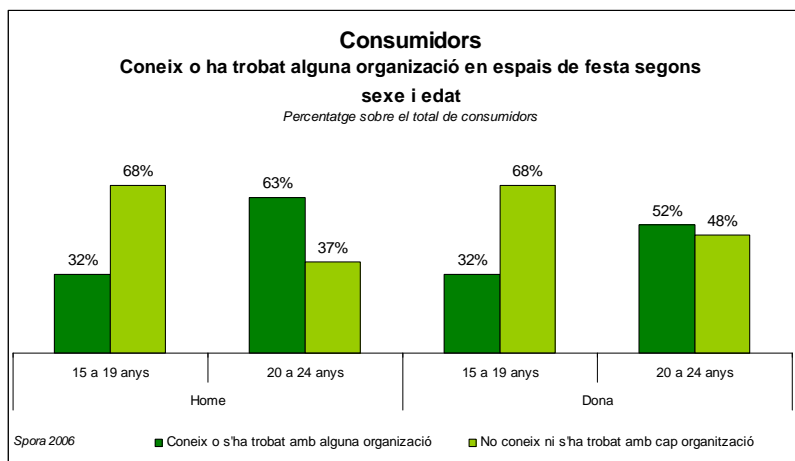
Per a analitzar més precisament l'impacte de les campanyes de reducció de riscos, ens interessa distingir qui són aquells que diuen conèixer les organitzacions.

Si distingim entre les persones que componen ambdues submostres, trobem que un 46,8% dels consumidors diu conèixer alguna organització que distribueix informació sobre les substàncies en espais de festa, davant d'un 24,7% dels no consumidors [cons. OH-C].

Consumidors

Entre les persones que diuen haver consumit en els últims 12 mesos, diferenciant per grups d'edat i sexe, observem que són els joves els que afirmen conèixer a alguna organització que distribueix informació sobre substàncies en espais de festa i en major grau els homes que les dones: un 62,7% dels homes joves, davant d'un 52,2% de les dones d'aquestes edats.

Gràfic 46

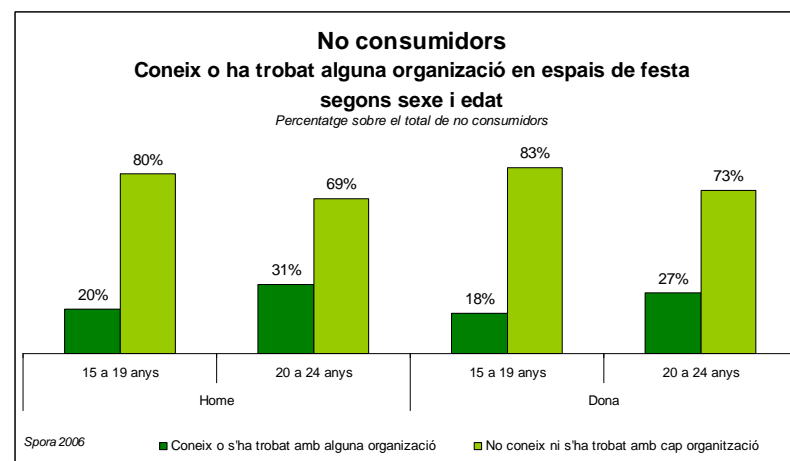


No consumidors [cons. OH-C]

Quan s'ha consultat a les persones que no han provat les substàncies en els últims 12 mesos, veiem que són els homes joves els que afirmen en major proporció conèixer aquestes campanyes (31% d'aquests) juntament amb les dones joves (27,3% d'aquestes).

En contrast, veiem que entre els adolescents, un 20% dels homes i un 17,5% de les dones, afirmen conèixer organitzacions que distribueixen informació sobre substàncies en espais de festa.

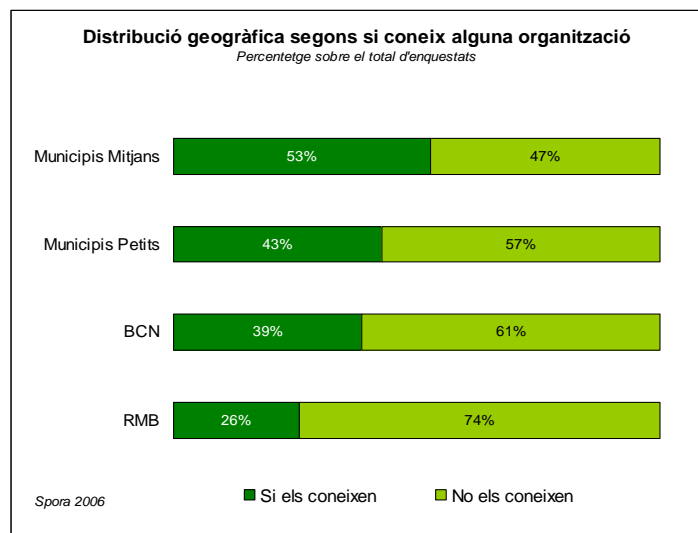
Gràfic 47



Zona geogràfica en la qual viuen

Si analitzem segons el lloc de residència de les persones enquestades, observem que la major proporció de persones que diuen no conèixer aquestes organitzacions es troba entre els que resideixen en la Regió Metropolitana de Barcelona (74%), seguits per un 61,3% dels que resideixen a Barcelona Ciutat. En menor mesura que en els casos anteriors, un 57% dels que resideixen en municipis petits i un 47% de municipis mitjans menciona no conèixer organitzacions que desenvolupin aquestes campanyes.

Gràfic 48



Com les coneixen?

Com hem esmentat a l'inici d'aquest apartat, un 36% de la població consultada coneix alguna de les organitzacions que realitzen campanyes de reducció de riscos. Dintre d'aquest grup, trobem a qui les ha trobades personalment –un 84%– i qui les coneixen, però no se les han trobat en espais d'oci nocturn –un 16%–.

Quan consultem a les persones que les han trobades personalment, observem que un 23% dels consumidors actuals assenyala haver-se-les trobat en una discoteca, davant d'un 28% dels no consumidors [cons. OH-C].

Un 23% dels consumidors i un 34% dels no consumidors [cons. OH-C] mencionen les festes majors, com l'espai en el qual s'han trobat amb organitzacions que difonen informació sobre substàncies.

En el cas de les raves, un 19% dels consumidors menciona haver-se trobat organitzacions en aquests espais davant d'un 2% dels no consumidors [cons. OH-C].

Entre els que han consumit en els últims 12 mesos, un 34% menciona els festivals o concerts, espais mencionats per un 9% menys dels no consumidors [cons. OH-C].

Si ens referim a festes en espais no comercials³⁷⁵, un 11% dels consumidors menciona aquest espai com el lloc en el qual s'han trobat amb organitzacions que ofereixen informació sobre substàncies, davant d'un 4% dels no consumidors [cons. OH-C]

Per contra, un 7% dels consumidors i un 13% dels no consumidors [cons. OH-C] afirmen haver-se-les trobat en les escoles o universitats.

Gràfic 49



Entre els que diuen conèixer a organitzacions que distribueixen informació en espais de festa tot i no haver-se-les trobat personalment, no veiem diferències entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C]. En els casos que mencionen el 'boca a boca', com mitjà a través del qual han rebut informació d'aquestes organitzacions, trobem un 24% de cada grup.

La diferència més pronunciada, entre ambdós grups, s'observa quan afirmen conèixer aquestes campanyes per televisió: un

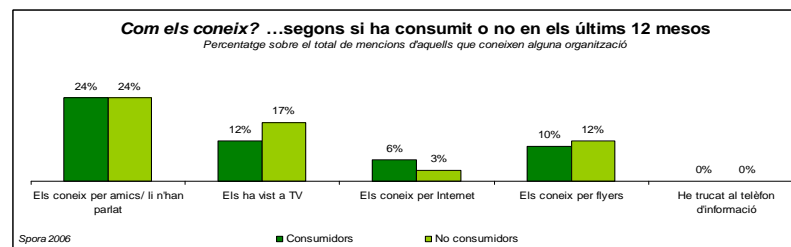
375 Com poden ser les festes en cases okupes.

12% dels consumidors, davant d'un 17% dels no consumidors [cons. OH-C].

Un 6% dels consumidors afirma conèixer aquestes organitzacions per Internet, mentre que, dels no consumidors [cons. OH-C], aquest mitjà és assenyalat per un 3%. Pel que fa als flyers o postal-free, són esmentats per un 10% dels consumidors i un 12% dels no consumidors [cons. OH-C] (veure gràfic 49).

Cap de les persones enquestades va mencionar haver accedit a informació utilitzant un telèfon d'informació.

Gràfic 50

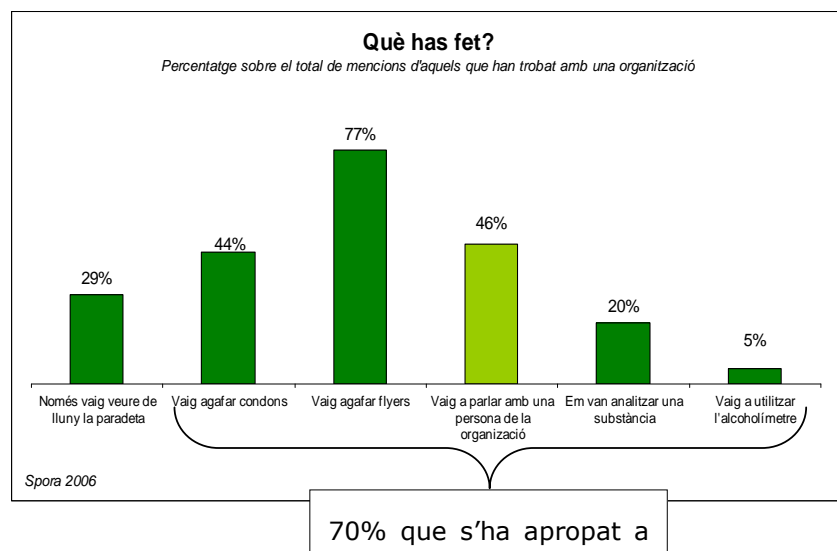


Tipus d'apropament

Cal aclarir que 'trobar-se' amb l'organització no implica, necessàriament, entrar en contacte i realitzar un intercanvi amb la mateixa. En aquest sentit, hem consultat a les persones que afirmen haver-se trobat personalment amb alguna organització que distribueix informació en espais de festa, per conèixer quin és el tipus d'apropament que han tingut amb l'organització.

Segons els enquestats, 3 de cada 10 persones assenyalen que han vist l'stand, però no han agafat informació, ni han entrat en contacte amb algú de l'organització. Per contra, del 70% restant, trobem que un 77% afirmen haver agafat *flyers*, un 46% indica que ha dialogat amb una persona de l'organització i un 44% que ha agafat condons. En menor mesura són mencionades la sol·licitud d'anàlisi de substàncies -2 de cada 10 persones que s'apropen a l'stand- i la utilització del alcoholímetre -esmentada pel 5%-.

Gràfic 51



Ara bé, podem diferenciar tipus d'apropament entre les persones i l'organització: aquests poden anar des d'una 'distància total' a

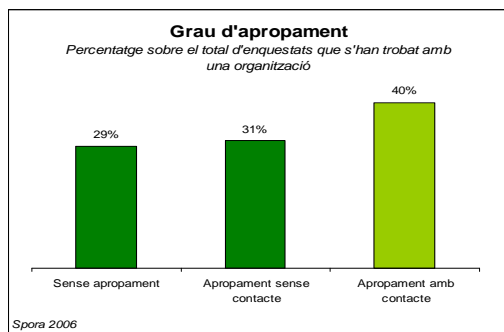
un 'apropament amb contacte'. En aquest sentit, en un extrem tenim aquelles persones que 'han vist de lluny l'stand informatiu', però no s'hi ha apropat (sense apropament); després estan els que s'han apropat per a 'agafar *flyers* i/o condons', els quals no han parlat amb gent de la organització (apropament sense contacte) i per últim aquells que 'han parlat amb una persona de l'organització, han analitzat una substància o han utilitzat el alcoholímetre' (apropament amb contacte).

Seguint aquesta graduació, ressalta que un 40% de les persones que s'han trobat amb alguna organització en un espai de festa, han tingut un apropament amb contacte amb l'organització: una vegada que s'han apropat a l'stand han parlat amb algú de l'organització, han analitzat una substància i/o han utilitzat l'alcoholímetre. (Gràfic 52)

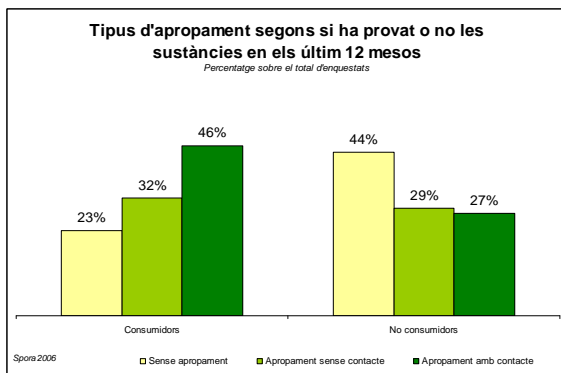
Ara bé, si distingim entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C], veiem que l'apropament d'ambdós grups segueix un patró invers. Segons afirmen els consumidors, observem que un 46% ha tingut un apropament amb contacte a l'stand informatiu, un 32% només ha agafat *flyers* o condons i un 23% no s'ha acostat l'stand. Per contra, els no consumidors [cons. OH-C] mostren un patró invers: un 44% no s'ha apropat l'stand, un 29% ha tingut un apropament sense contacte, i un 27% ha parlat amb algú de l'organització³⁷⁶.

376 Només un 2% assenyalen que han sol·licitat l'anàlisi d'alguna substància (per a un amic que si consumeix, per exemple) i un 7% ha utilitzat el alcoholímetre.

Gràfic 52



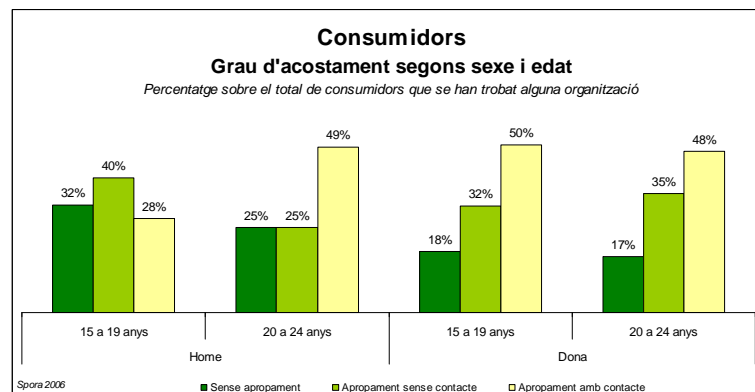
Gràfic 53



Consumidors

Centrant l'atenció en aquells que diuen haver provat les substàncies en els últims 12 mesos, distingint per grups d'edat i sexe, observem que, a excepció dels homes adolescents, tots els grups han tingut un apropament amb contacte amb l'organització: un 50% de les dones adolescents, un 49% dels homes joves i un 48% de les dones d'aquest mateix grup d'edat. En el cas dels homes adolescents, la major proporció (40%) ha tingut un apropament sense contacte: s'ha apropat a l'stand, però només ha agafat *flyers* i/o condons.

Gràfic 54

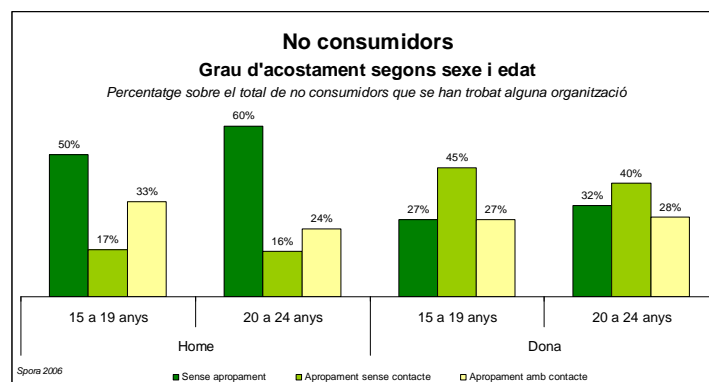


No consumidors [cons. OH-C]

En el cas dels no consumidors [cons. OH-C] el patró és bastant distint al del grup anterior. Com podem veure en el gràfic 53, en la majoria dels casos la proporció que ha tingut un apropament amb contacte és bastant menor. Són les dones les que més s'hi han apropiat: entre les adolescents un 45% s'ha apropiat a agafar *flyers* i/o condons, i un 27% ha parlat amb algú de l'organització o ha utilitzat el alcoholímetre. Entre les joves, un 40% ha tingut un apropament sense contacte i un 28% amb contacte.

Per contra, entre els homes no consumidors [cons. OH-C], observem que els joves són els que s'hi han apropiat en menor mesura: un 60% no s'ha apropiat a l'stand i un 16% ha agafat *flyers* i/o condons, només un 24% ha parlat amb algú de l'organització o ha utilitzat l'alcoholímetre. En el cas dels homes adolescents no consumidors [cons. OH-C], un 50% no s'ha apropiat a l'stand, un 17% ha tingut un apropament sense i un 33% un apropament amb contacte.

Gràfic 55



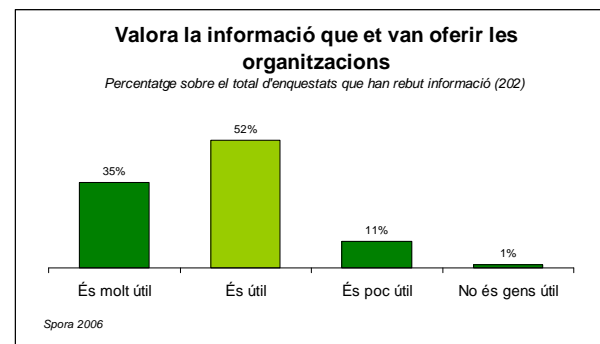
Valoració de la informació

En aquest apartat analitzarem com valoren la informació que distribueixen les organitzacions de reducció de riscos. Les persones consultades hi han accedit través de diferents mitjans. Com vèiem anteriorment, alguns s'han trobat directament amb l'organització en els espais de festa i han agafat informació o han parlat amb les persones que hi ha als stands informatius; uns altres han accedit a la informació a través d'alguna persona propera que els ha donat alguna referència sobre aquestes experiències; uns altres han accedit als *flyers*, a la pàgina d'Internet d'aquests projectes o n'han vist campanyes per la televisió.

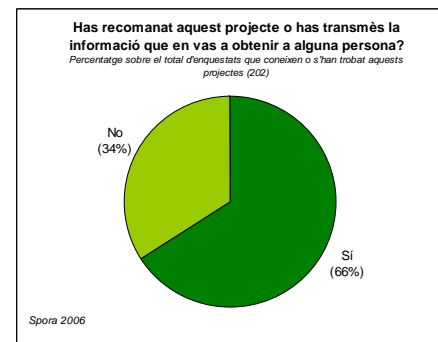
Per a aquells que han entrat en contacte amb la informació que ofereixen aquestes organitzacions, cal ressaltar que un 52% afirma que aquesta li ha resultat útil, i un 35% la cataloga com molt útil. És a dir, gairebé 9 de cada 10 persones que han rebut informació d'aquestes organitzacions la valoren positivament. Si analitzem l'opinió de consumidors i no consumidors [cons. OH-C], no s'evidencien diferències entre els grups, ambdós valoren positivament la informació a la qual han accedit.

Una valoració alta sobre la utilitat de la informació rebuda es correspon amb la motivació per a fer-la circular: trobem que un 65% li ha recomanat el projecte o ha transmès la informació rebuda a altres persones.

Gràfic 56



Gràfic 57



Síntesi

Aquest capítol de la investigació ha centrat la seva atenció en les persones de 15 a 24 anys, que han residit a Catalunya en els últims 12 mesos i que freqüenten espais d'oci nocturn com discoteques, festes majors, *raves*, festivals o concerts de música, o bé consumeixen begudes alcohòliques en el carrer *-botellón-*.

Els **objectius** d'aquesta exploració quantitativa s'orienten a conèixer l'autopercepció dels joves sobre el grau d'informació sobre cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina i nexus; així com a identificar les necessitats d'informació sobre aquestes substàncies. Al mateix temps, hem treballat per a detectar els mitjans d'informació a través dels quals preferirien rebre la informació sobre aquestes substàncies, així com el tipus d'informació que els agradaria obtenir. Finalment, hem consultat la seva opinió per a conèixer com valoren l'estratègia utilitzada per les campanyes de reducció de riscos, desenvolupades per les organitzacions SOM.NIT i Energy Control, així com de la informació que transmeten.

Per a complir amb aquests objectius, s'ha treballat amb una mostra composta de dos grups: un 50% de **consumidors** – aquells que han provat en els últims 12 mesos alguna de les següents substàncies: cocaïna, èxtasi, speed, LSD, bolets, GHB, ketamina o nexus- i un altre de **no consumidors [cons. OH-C]** –no han provat les substàncies abans esmentades en els últims 12 mesos–. Per a cada grup, s'ha consultat a un 51% d'homes i un 49% de dones; mentre que, per grups d'edat, la població

consultada es conforma d'un 42% d'adolescents –15 a 19 anys- i un 58% de joves –20 a 24 anys–.

El 53% d'aquestes persones viuen en llars en els quals, la persona que aporta majors ingressos econòmics ha finalitzat estudis de grau superior o formació professional com màxim **nivell d'instrucció**. Mentre que en un 24% han finalitzat el nivell secundari.

Pel que fa les **pautes de consum**, hem indagat, en primer lloc, les dels grups d'iguals i en segon ens hem centrat en les pautes que segueixen els enquestats quant al consum.

En indagar sobre el **grup d'iguals** amb el qual comparteixen els espais de festa, observem que el 83% dels consumidors surten amb grups que consumeixen, mentre que el 77% dels no consumidors [cons. OH-C] afirma sortir de festa amb gent que no consumeix.

Al distingir les respostes dels enquestats **segons edat i sexe**, no trobem diferències entre homes i dones. Entre els consumidors, en referència al seu grup d'iguals, observem que són els joves, en major proporció que els adolescents, els que comparteixen espais d'oci amb grups en els quals es consumeix. Pel contrari, són els adolescents consumidors els que afirmen, en major proporció que els joves, sortir amb grups en els quals no es consumeix. Si centrem l'atenció en els no consumidors [cons. OH-C], els adolescents, en major proporció que els joves, afirmen sortir de festa amb grups en els quals no es consumeix.

Pel que fa al **consum de substàncies en els grups d'iguals**, segons l'opinió de les persones consumidores consultades, el

100% dels casos menciona que es consumeix cocaïna, èxtasi o speed. Així mateix, entre els que surten de festa amb grups en els quals es consumeix habitualment, un 42% afirma que es consumeix GHB, ketamina o nexus; mentre que en els grups en els quals el consum és esporàdic, només un 17% diu que es consumeixen aquestes substàncies entre el seu grup d'iguals.

En una segona etapa, s'ha consultat sobre les **pautes de consum dels enquestats**. Hem distingit quatre grups: entre els consumidors actuals, un 50% correspon a persones el consum de les quals és habitual –una o més vegades al mes- i un 50% ho fa de forma esporàdica –menys d'una vegada al mes-. Per la seva banda, entre els no consumidors [cons. OH-C] actuals distingim un 14% d'exconsumidors i un 86% de no consumidors [cons. OH-C].

Entre els consumidors actuals, no trobem diferències significatives entre la proporció de dones i homes per grups d'edat respecte a les pautes de consum. Mentre que entre els no consumidors [cons. OH-C] actuals, els adolescents i, dintre d'aquests, les dones més que no pas els homes, afirmen no haver consumit substàncies en els últims 12 mesos.

Quan hem consultat als **consumidors sobre l'ús de substàncies**, observem que més del 60% afirma haver consumit cocaïna i/o speed, i més del 50% esmenta haver provat bolets i/o èxtasi. Cal ressaltar que, a més a més de les substàncies nomenades, un 97% consumeix també alcohol i un 87% cànnabis.

Els consumidors habituals afirmen fer ús les substàncies en estudi en major proporció que els consumidors esporàdics. Les majors diferències s'observen en el consum de l'èxtasi, el speed i ketamina, mentre que pel que fa als bolets s'observen lleus diferències entre els grups. És a dir que, el consum d'èxtasi, speed i ketamina té major presència entre els que prenen substàncies de forma habitual que entre els que realitzen un consum esporàdic, independentment de la substància que prenguin.

Entre els exconsumidors, observem que un 76% afirma haver provat la cocaïna, un 36% els bolets, un 17% LSD i un 11% èxtasi i speed. Les altres substàncies són mencionades per menys d'un 10% d'aquest grup. Igual que entre els consumidors actuals, un 96% dels exconsumidors menciona el consum d'alcohol i un 65% a més del cànnabis.

Quan centrem l'atenció en les pautes de **policonsum**, observem que els que consumeixen habitualment afirmen, en major proporció que els altres grups, incloure 4 o més substàncies en el seu consum. Mentre que les persones que ho fan de forma esporàdica mencionen, en major proporció que els altres, la utilització de 2 a 3 substàncies. Els exconsumidors assenyalen el consum d'una substància. Cal recordar que en tots els casos, els consumidors inclouen, a més de les substàncies esmentades, la utilització d'alcohol i cànnabis.

De les persones definides com a no consumidores [cons. OH-C] de les substàncies d'interès per a aquest estudi, un 92% afirmen haver provat alcohol, cànnabis o ambdues en els últims 12

mesos. Cal ressaltar que només un 8% d'aquest grup no ha consumit cap d'aquestes substàncies.

Un altra dels aspectes a partir dels quals s'ha caracteritzat a la població es relaciona amb els **espais d'oci que freqüenten**. Segons les persones consultades, les discoteques, les festes majors, els festivals o concerts, així com 'fer *botellón*', són els espais que més es freqüenten, indistintament per homes, dones, adolescents, joves, consumidors i no consumidors [cons. OH-C].

Les festes *raves* són l'únic espai en el qual observem diferències, particularment entre els grups amb pautes de consum diverses. Trobem que un 61% dels que consumeixen de forma habitual assegura freqüentar aquest espai, mentre que entre els consumidors esporàdics la proporció es redueix a un 41%, a un 17% pel que fa als exconsumidors i a un 12% dels no consumidors [cons. OH-C]. En aquest sentit, les festes *raves* mereixen un comentari a part. En primer lloc, es tracta d'un espai on el tipus de música defineix com un context particular. Es tracta de festes no convencionals que, a diferència de les discoteques o concerts, no es desenvolupen en un local específic ni d'una manera regular, i solen celebrar-se en espais oberts o abandonats. Solen realitzar-se esporàdicament, sense dates preestablertes al calendari –a diferència de les festes majors–, la seva durada és de més d'un dia i la seva promoció es fa mitjançant *flyers*, per Internet o de 'boca-orella'. En aquest sentit, a diferència dels altres espais de festa, accedir a la informació sobre la *raves* requereix estar en contacte amb 'gent de aquest ambient'.

Quan ens centrem en **l'autopercepció sobre el grau d'informació** al voltant de les substàncies, un dels eixos centrals d'aquest estudi, observem algunes diferències entre els consumidors i no consumidors [cons. OH-C]. En termes generals, els no consumidors [cons. OH-C] afirmen en major proporció que els consumidors posseir poca o cap informació sobre cadascuna de les substància.

Les diferències més notòries s'observen en el cas del speed: els no consumidors [cons. OH-C] afirmen, en un 24% més que els consumidors, no posseir informació sobre aquesta substància. En segon terme, destaquen el LSD -on la diferència entre ambdós grups és d'un 17%-, la cocaïna -amb un 16% de diferència-, els bolets i la ketamina –amb un 14% -.

En el cas de l'èxtasi, GHB i nexus, observem que la diferència entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C] és menor que en els casos anteriors. No obstant això, cal aclarir que en el cas de l'èxtasi el fet que aquesta diferència sigui menor es pot relacionar amb el consum estès d'aquesta substància. Pel contrari, en el cas del GHB i el nexus, el fet que s'observi una diferència lleu entre ambdós grups, es pot explicar, en canvi, pel seu baix consum.

Al distingir els consumidors per grups de sexe i edat, dins dels que afirmen no comptar amb informació sobre les substàncies s'observen les majors diferències entre els grups d'edat, més que no pas entre homes i dones. En aquest sentit, són els adolescents els que afirmen en major mesura no comptar amb informació sobre les substàncies. Si bé les diferències entre

homes i dones són lleus, en termes generals, les dones afirmen en major mesura no posseir informació sobre les substàncies.

L'autopercepció dels consumidors sobre el grau d'informació presenta majors diferències entre els grups d'edat en el cas del LSD: veiem que entre les dones, les adolescents assenyalen en major proporció que les joves no disposar d'informació (19% de diferència); entre els homes la diferència és lleument menor, ja que els adolescents, en un 17% més que els joves, mencionen no disposar d'informació.

En el cas de l'èxtasi i l'speed, la diferència s'evidencia per sexe i edat. En el primer cas, les dones adolescents afirmen en un 10% més que les joves no comptar amb informació sobre aquesta substància, mentre que entre els homes la diferència ascendeix a 20%. Pel que fa a l'speed, entre les dones, un 53% de les adolescents assenyalen no comptar amb informació sobre aquesta substància, enfront d'un 40% de les joves, és a dir un 13% menys que les anteriors; pel contrari, entre els homes, la diferència és significativament menor (3%): els adolescents afirmen en un 50% no tenir-ne informació mentre que els joves ho afirmen en un 47%.

Pel que fa a la resta de substàncies, observem que la diferència entre grups d'edat ronda el 10%: els i les adolescents són el grup que més afirma no tenir informació sobre les substàncies. En relació al sexe, si bé les diferències són menors que entre els grups d'edat, les dones són les que afirmen en major proporció no disposar d'informació.

Si distingim per sexe i grups d'edat, l'autopercepció dels no consumidors [cons. OH-C] sobre el grau d'informació presenta lleus diferències si es compara amb la dels consumidors. Novament, entre els grups d'edat s'observa que els adolescents afirmen en major proporció que els joves no disposar d'informació. Mentre que les diferències entre homes i dones es presenten solament per a algunes substàncies.

En el cas de la cocaïna, speed, LSD, bolets, ketamina i nexus, les diferències es presenten entre els grups d'edat. Pel que fa a aquestes substàncies, els i les adolescents afirmen en major proporció que no pas els joves, que no disposen d'informació sobre aquestes substàncies.

Per la seva banda, quan es consulta sobre l'èxtasi, observem que entre les dones no es presenten diferències per edat, és a dir que tant les adolescents com les joves afirmen en igual proporció (gairebé un 65% de cada grup) no disposar d'informació sobre aquesta substància. Mentre que entre els homes, els adolescents afirmen en un 13% més que no pas els joves no disposar d'informació.

En el cas del GHB, observem un patró similar al de l'èxtasi. Les adolescents mencionen en major proporció que les joves (en un 5% més) no disposar d'informació. Entre els homes aquesta diferència ascendeix, en la mateixa direcció, a un 10%.

Una segona distinció que hem realitzat per a analitzar l'autopercepció sobre el grau d'informació per a cadascuna de les substàncies, fa referència a la zona geogràfica de residència de les persones enquestades. Segons les dades obtingudes, en la

subpoblació de consumidors no trobem diferències significatives entre zones. Pel contrari, entre els no consumidors [cons. OH-C], observem que, en termes generals, aquells que resideixen en ciutats mitjanes, afirmen en major proporció que els altres grups no comptar amb informació sobre les substàncies. En segon lloc, els que resideixen en la regió metropolitana de Barcelona. I en menor mesura, aquelles persones que viuen en ciutats petites i a Barcelona ciutat.

Quan ens referim a les **necessitats d'informació** sobre les substàncies, observem que són els consumidors, més que no pas els no consumidors [cons. OH-C], els que valoren la informació que posseeixen sobre les substàncies com insuficient. És a dir, independentment de la quantitat d'informació que creuen tenir, consideren que aquesta no és suficient per a ells. Si distingim per sexe i edat, trobem que les dones joves són les que sostenen aquesta opinió en major proporció que les adolescents, després els homes adolescents i en menor mesura els joves.

Per una altra part, als que assenyalen que la informació amb la qual compten és insuficient els hem consultat sobre quina informació els agradaria tenir respecte a les substàncies. Sobre això, un 63% afirma estar interessat en conèixer aspectes relatius als 'efectes' de les substàncies i un 14% sobre 'els efectes i la composició'. Cal ressaltar que, al distingir entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C], són aquests darrers els que assenyalen, en major proporció que els anteriors, tenir interès per conèixer els 'efectes' de les substàncies; mentre que els consumidors demanden en major proporció informació sobre 'els efectes i la composició', conjuntament.

Al consultar sobre els **mitjans d'informació** a través dels quals prefereixen accedir a la informació sobre les substàncies, observem que els no consumidors [cons. OH-C] prefereixen en major mesura que els consumidors les xerrades en institucions – educatives, cíviques o culturals- i les campanyes televisives. Pel contrari, els consumidors afirmen, en major proporció que els no consumidors [cons. OH-C], els stands informatius en espais de festa i els *flyers* o postal-free. Pel que fa a les pàgines d'Internet són mencionades amb una proporció lleument superior pels consumidors que pels no consumidors [cons. OH-C].

Respecte a les **campanyes de reducció de riscos** mitjançant els stands informatius en espais d'oci, observem que un 70% de la població consultada els valora com útils o molt útils. Sent els consumidors, en major proporció que els no consumidors [cons. OH-C], els que les valoren positivament.

Si distingim per sexe i edat, observem que els homes adolescents són els més escèptics respecte a aquesta metodologia i en menor mesura les dones d'aquest mateix grup d'edat.

Ara bé, la **valoració d'aquest mètode de difusió de la informació** –distribuir informació en espais de festa- varia segons si la persona coneix o no alguna organització que ho faci. En aquest sentit, les persones que no coneixen organitzacions que utilitzin aquesta metodologia les valoren com poc o gens útils, mentre que entre aquells que sí les coneixen, 8 de cada 10 les valoren com útils o molt útils. Tant els consumidors com els no consumidors [cons. OH-C], quan coneixen alguna organització que difon informació en espais de festa, la valoren com útil o

molt útil. Mentre que entre les persones que no coneixen a cap organització que ofereixi aquesta informació, els consumidors són els que, en una proporció lleument superior als no consumidors [cons. OH-C], les valoren més positivament.

Si ens centrem en les campanyes de reducció de riscos, observem que són els consumidors els que assenyalen, en major proporció que els no consumidors [cons. OH-C], conèixer organitzacions que distribueixen informació en espais de festa. Al distingir per grups d'edat i sexe, observem que tant entre els consumidors com entre els no consumidors [cons. OH-C], són els joves els que més afirmen conèixer aquestes organitzacions; i, dintre d'aquests, els homes lleument més que les dones.

Si diferenciem per zones geogràfiques, són les persones que resideixen en les ciutats mitjanes i, en menor mesura, els viuen en ciutats petites, les que afirmen conèixer aquestes organitzacions.

Val a dir que, segons les dades de les intervencions realitzades per organitzacions de reducció de riscos en el període 2005-2006, la majoria s'han realitzat en les ciutats mitjanes, fet que pot explicar que sigui en aquestes on més diuen conèixer-les. Per una altra banda, en les ciutats petites és, proporcionalment, on menys intervencions s'han fet en el període esmentat. No obstant això, les persones que hi viuen assenyalen conèixer aquestes organitzacions més que les que resideixen en altres zones. Aquesta dada pot atribuir-se al fet que, per la reduïda quantitat de població de 15 a 24 anys d'aquestes ciutats, les accions realitzades han estat visualitzades per bona part d'aquesta

població. Aquest fet explica perquè és en aquestes zones on més recorden haver-les vist.

Al preguntar sobre quin és l'espai on s'han trobat personalment amb aquestes organitzacions, els consumidors mencionen, en major proporció que els no consumidors [cons. OH-C], les *raves*, els festivals o concerts, i, en menor mesura les festes no comercials com les realitzades en cases *okupes*.

Per la seva banda, els no consumidors [cons. OH-C] mencionen les discoteques, festes majors i institucions educatives, en major proporció que els consumidors, com els llocs en els quals s'han trobat amb aquestes organitzacions.

Les persones que coneixen aquestes organitzacions tot i que no se les han trobat personalment –tant si són consumidores com si no–, afirmen, en major proporció, que ha estat per comentaris de terceres persones –de boca-orella–.

Un dels elements que hem analitzat es relaciona amb el **tipus d'apropament** que han establert les persones que s'han trobat amb una organització en espais de festa. Partim del supòsit que 'veure l'stand', 'ingressar i agafar *flyers* o preservatius' o 'parla amb algú de l'organització, fer analitzar una substància o utilitzar l'alcoholímetre' són tres nivells diferenciats d'apropament a la informació que distribueixen aquestes organitzacions. En el primer cas parlem que no existeix apropament a la informació (sense apropament), en el segon que l'apropament és sense contacte personal, i en el tercer parlem d'un apropament amb contacte amb el personal de la organització. En aquest sentit, observem que dels que afirmen haver-se trobat amb una

organització en un espai de festa, un 30% ha vist l'stand informatiu però no s'hi ha aproximat, un 31% s'hi ha apropat a agafar *flyers* o condons i un 40% ha parlat amb algú de l'organització, ha analitzat alguna substància o bé ha utilitzat l'alcoholímetre.

Ara bé, si distingim entre consumidors i no consumidors [cons. OH-C], veiem que el tipus d'apropament d'un i un altre grup segueixen patrons inversos. Segons el que mencionen els consumidors, observem que un 46% ha tingut un apropament amb contacte amb gent de la organització, un 32% només ha agafat *flyers* o condons i un 23% no s'hi ha apropat. En canvi, els no consumidors [cons. OH-C] mostren un patró invers: un 44% no s'ha apropat a l'stand, un 29% ha tingut un apropament sense contacte, i un 27% ha parlat amb algú de l'organització.

En analitzar per grups d'edat i sexe, observem que entre els consumidors, són les dones –tant adolescents com joves– i els homes joves, els que han realitzat un apropament amb contacte. És a dir que aquests grups han parlat amb algú de l'organització, han analitzat una substància o han utilitzat l'alcoholímetre.

Tot i que el grup d'adolescents no presenta un apropament amb contacte, un 40% s'hi han aproximat a agafar *flyers* o condons. En menor mesura, afirmen no haver-se'n ni apropat.

Entre els no consumidors [cons. OH-C] observem un patró ben diferent. Els homes adolescents són els que afirmen, en major proporció que els altres grups, haver-se apropat a l'stand informatiu i haver parlat amb algú de l'organització. Tanmateix, els homes d'ambdós grups d'edat afirmen, en major proporció

que les dones, no haver-se apropat a l'stand. Les dones, per la seva banda, afirmen en major proporció que els homes, haver-se apropat a agafar *flyers* o condons.

Per a concloure, hem consultat a les persones enquestades que han accedit a **la informació elaborada per les organitzacions** de reducció de riscos sobre quina **valoració** en fan. Segons les opinions analitzades, el 90% de les persones que han rebut informació sobre les substàncies la valoren com útil o molt útil.

Oci nocturn i substàncies psicoactives. Una recerca psicosocial

6. CONCLUSIONS

El present capítol presenta un conjunt de **conclusions** que es deriven de l'anàlisi desenvolupada al llarg de l'informe. Si fins ara l'informe s'ha estructurat principalment al voltant de dues seccions que es corresponen amb les diferents poblacions entrevistades –per una banda, els promotors de l'oci nocturn i, per una altra, les persones joves i adolescents– el present apartat no contempla aquesta distinció. És a dir, les conclusions faran esment a un conjunt de temes que es deriven de l'anàlisi i l'encreuament de les dades obtingudes a partir d'ambdues poblacions. Així mateix, aquestes conclusions incorporaran, com a element vertebrador, els resultats a nivell quantitatiu de "L'avaluació de l'impacte de les campanyes de reducció de riscos".

Els apartats que desenvolupen aquest capítol condouen tot allò que s'ha analitzat al llarg de l'informe a partir de cinc grans qüestions:

1. L'oci nocturn és un fenomen en xarxa.
2. Límits i possibilitats d'intervenció sobre la xarxa de l'oci nocturn.
3. La invisibilització del consum: l'estratègia dominant.
4. La reducció de riscos com a estratègia en relació al consum.
5. Polítiques públiques, oci nocturn i reducció de riscos.

Aquestes qüestions ens permeten analitzar de manera concloent el conjunt d'anàlisis que hem estat desenvolupant al llarg de l'informe i assentaran les bases i les premisses necessàries per donar pas al capítol de "Propostes d'actuació".

L'oci nocturn és un fenomen en xarxa

Sortir de festa el cap de setmana, divertir-se, consumir drogues, relacionar-se, assumir riscos... són alguns dels conceptes que al llarg de l'informe hem analitzat: de quina manera es defineixen, es comprenen i es valoren. Els capítols següents plantegen les característiques de cadascun d'ells i ens permeten comprendre que quan parlem d'oci nocturn ens estem referint a un fenomen en xarxa. Com veurem, la diversió, el consum, i el risc són elements que funcionen, s'expressen i han de comprendre's conjuntament, com a peces que conformen una xarxa d'elements interdependents ubicades cada cop més en el cap de setmana i la nit.

Hem desenvolupat el següent apartat com un relat en què els conceptes que formen part del fenomen de l'oci nocturn van apareixent i conformant el teixit que desplega la xarxa. Per explicar aquesta xarxa hem elaborat el present apartat a partir d'un conjunt de títols específics, com si dels fils de la mateixa xarxa es tractés. Així, aquests títols presenten, en forma de conclusions, les relacions entre els elements que conformen els vincles constitutius tant de l'extensió de la xarxa com dels nodes que la conformen.

La **metàfora de la xarxa** té com a objectiu evitar les interpretacions reduccionistes o simplificades que defineixen l'oci

nocturn mitjançant elements concrets que no permeten centrar la mirada en les relacions que el conformen. Allò que volem posar de manifest és que l'oci nocturn no és un conjunt de factors, sinó més aviat un conjunt de relacions que han de ser contemplades com un fenomen complex i amb entitat pròpia. Obviar alguna de les relacions, com ara diversió i consum, o consum i pràctiques grupals, implicaria estar parlant d'una cosa diferent a l'oci nocturn. En aquest sentit, sempre que parlem d'oci nocturn ens estarem referint alhora al fet de divertir-se, als processos de sociabilitat, al consum de substàncies i a l'assumpció i la gestió de riscos.

L'oci, un espai per a la diversió

Un dels aspectes que constitueix el marc contextual d'aquest informe és l'oci. L'origen etimològic del terme oci es connecta a la forma *otium* del llatí, i una de les principals accepcions d'aquest terme és el **repòs** o el descans.

Segons aquesta accepció, l'oci es contraposa al temps de treball, entès com aquell moment en què la persona té una responsabilitat o una obligació social orientada a la producció i centrada en la realització de les tasques laborals (del llatí *labor*, fatiga). L'oci, a dia d'avui, és sinònim de lleure, o en altres paraules, de **temps lliure**; un temps en el qual la persona desenvolupa un seguit d'activitats que no estan orientades a la productivitat o al negoci. L'oci, doncs, en termes generals, és un espai i un temps de repòs de les normes socials que regulen la quotidianitat productiva i, per tant, de **diversió**.

La diversió està vinculada a la possibilitat de 'lliure albir'

Tot seguint els objectius d'aquest informe, centrarem la nostra atenció en el vessant de diversió que es pot donar en el temps d'oci. Originàriament, el terme diversió prové de *divertere*, i el seu significat ens remet a '*portar per diferents costats*' o a allunyar. Podríem relacionar, precisament, aquesta definició amb el fet que la diversió engloba un seguit d'activitats que 'allunyen' la persona del temps de treball. Aquest '*portar per diferents costats*' ens remet a la primera característica de la diversió exposada en l'informe: la diversió com a '**lliure albir**'.

La diversió és una pràctica agradable, voluntària i col·lectiva

La diversió es defineix com a quelcom **agradable**, ja que remet a un estat de benestar i de *cerca de plaer*. També és un fenomen **voluntari**, ja que la persona entén que és ella mateixa qui organitza la gestió d'aquest moment. Alhora, la diversió també incorpora un vessant **col·lectiu**, és a dir, pren el seu sentit dins les pràctiques i significats compartits per grups de persones. La diversió, doncs, es defineix com una activitat grupal que es basa en el fet de compartir experiències.

Per definició, el temps d'oci és percebut com a contraposat al temps de treball, i això és precisament el que alimenta la seva possibilitat d'esdevenir un temps de diversió, de dissolució de les normes socials que regulen la quotidianitat productiva.

El cap de setmana i la nit conformen el principal moment del temps d'oci

L'estructuració del temps, en el nostre context sociolaboral, porta a organitzar la setmana principalment en cinc dies laborables i dos de festius. Aquesta distribució del treball i del temps lliure fa que la realització d'activitats d'oci es circumscriui al cap de setmana i, específicament, a la nit.

La setmana laboral concentra tot un conjunt de responsabilitats i obligacions que no són tant presents (o que senzillament es dilueixen) al llarg del cap de setmana. Les normes i rutines que regeixen la vida laboral deixen de funcionar quan arriba la nit del cap de setmana. La percepció de control, de rutina i de vida normativitzada desapareix en els moments d'oci nocturn, i és això el que aporta a aquest espai una sensació de llibertat i de diversió molt superior a les que es poden produir en l'espai laboral. La rutina laboral no és divertida, i sembla que no ho ha de ser. En canvi, el temps d'oci és un espai de diversió, i sembla que així ha de ser.

Aquest temps d'oci, com hem dit, es condensa en el cap de setmana i, concretament, en la nit. Així, el temps per a poder allunyar-se de l'àmbit laboral és escàs i molt esperat, i se n'ha de poder "treure el màxim profit". És per això que l'oci nocturn del cap de setmana és viscut amb una clara voluntat d'*intensitat* que garanteixi assolir l'esperat contrast amb la vida laboral.

El temps d'oci esdevé un moment de trobada i de vivència de noves experiències.

Un altre efecte d'aquesta normativització del temps té a veure amb les formes de socialització pròpies dels entorns laborals i del context de l'oci nocturn. En el temps de treball la socialització es troba estretament dissenyada de cara a uns objectius de producció o de cara a la realització d'unes tasques laborals. Cada individu es relaciona amb el seu temps de treball sota unes condicions particulars exposades en el contracte laboral, definides pel grau de responsabilitat i pel control del seu temps.

Així, en els entorns sociolaborals predominen les relacions fortament estructurades i definides per la posició que s'hi ocupa. Podem imaginar, en aquest sentit, quines són les relacions socialment possibles que es poden establir amb la persona que ens trobem darrera d'un taulell qualsevol a l'hora d'oferir-nos algun servei o producte.

D'altra banda, la socialització en el temps d'oci se sustenta en la **contingència**, amb allò inesperat que pot esdevenir fruit de la col·lectivitat. Així, la diversió queda cada cop més emmarcada en aquest moment de socialització, que a diferència de l'individualisme predominant en l'àmbit de treball, tendeix a crear nous llaços i noves experiències amb el conjunt de persones que coparticipen d'aquests moments.

En els espais d'oci les relacions socials es troben diferentment normativitzades, afavorint-se la sociabilitat, el trencament de les barreres interpersonals o el fet de compartir experiències. Podem imaginar, en aquest sentit, les relacions socialment possibles que

podem establir, ara, amb aquella persona que estava darrera del taulell si ens la trobem en un local d'oci nocturn.

L'oci i la festa com a context de consum.

Molt vinculada a la música i a les activitats col·lectives, *la festa* és defineix com a context de consum de **substàncies psicoactives**. És a dir, parlar de festa implica, molt sovint, parlar de consum.

Val a dir, però, que el consum és quelcom que forma part de la nostra societat, una 'societat de consum'. Tots en som de consumidors. El consum és, en primer lloc, la condició necessària per a sobreviure, si entenem consum com a sinònim d'ingesta (consum d'aliments o de líquids), i és, més àmpliament, la base de l'economia contemporània (el consumisme).

El consum, d'altra banda, també és una manera de gaudir de plaers i desigs, si s'entén en relació a tot allò que adquirim per tal de gaudir en la nostra vida quotidiana. En molts casos, a més, un tipus de consum o altre esdevé una manera de viure i de configurar una personalitat i una identitat col·lectiva.

El consum de drogues no es diferencia tant de la resta de formes de consum. Les substàncies psicoactives constitueixen una part més del conjunt d'objectes 'consumibles' de la nostra societat. Per exemple, de totes les persones enquestades, pràcticament el total de persones (un 94%) consumeix alcohol, dues terceres parts (un 68%) consumeix cànnabis i una vasta majoria (un 82%) dels enquestats que es declaren consumidors de les

substàncies d'interès per l'estudi, consumeix cocaïna en els contextos de festa.³⁷⁷ Per tant, podem concloure que tant en els relats de les entrevistes com en les dades que ens ofereix l'exploració quantitativa, s'estableix un vincle entre els espais festius i el consum de substàncies psicoactives.

Podem dir, a més, que la diversificació i varietat dels espais de festa (espais festius 'formals' o bé 'informals') no modifica el vincle entre festa i consum de substàncies psicoactives. Com observem en les dades quantitatives, el consum és una pràctica que es troba present en tots els contextos de festa freqüentats per les persones enquestades.³⁷⁸

La droga es defineix de diferents maneres

'La droga', 'les drogues', són definides i categoritzades de diferents maneres en funció de tres gran criteris: pels seus **efectes** sobre l'organisme, per la **intensitat** d'aquests efectes i pel fet que generin **dependència** o no. Ens sembla molt interessant remarcar que la condició legal de la substància no apareix com a tal com a criteri a l'hora d'identificar-la com a droga. Així, dins el concepte 'droga' hi apareix l'alcohol, la cocaïna, el cafè o l'èxtasi, per exemple, agrupats i definits en funció dels criteris que exposem a continuació, i no pas per la seva condició legal.

377 Veure "Pautes de consum". Gràfics 10, 12 i 13.

378 Veure "Espais de festa i oci nocturn". Gràfics 14, 15, 16 i 17.

La definició de droga a partir dels seus efectes concep que 'droga' és tota aquella substància que altera l'organisme i el comportament fora de tot allò que és considerat com a normal. Aquesta definició contempla diferents matisos, un dels més importants és el que fa referència a què la droga és aquella substància el consum de la qual altera específicament la percepció i la consciència de la persona. L'habitual diferència entre drogues 'dures' i drogues 'toves' és present en la caracterització sobre les drogues. Així, la intensitat dels seus efectes, i el greuge potencial sobre l'organisme, esdevé un criteri per a parlar de les diferents substàncies que es poden considerar 'drogues'. La dependència que genera o que pot generar el consum reiterat d'alguna substància funciona també com a criteri definitori. D'aquesta manera, podríem considerar 'droga' tot allò que genera addicció i que esdevé necessari per a fer certes coses.

El consum de drogues és percebut amb molts atractius.

Com hem vist, el consum de determinades substàncies es relaciona de forma directa amb el fet de divertir-se.³⁷⁹ Gaudir de la vida, experimentar amb allò prohibit i obtenir noves sensacions són els principals atractius que s'esmenten per a consumir. El fet de desconnectar, d'evadir-se de la realitat i de relacionar-se de manera desinhibida també apareix com a part

379 Una relació que queda explicitada clarament en la definició de l'espai de festa com a context de consum.

de l'atractiu per a consumir. En aquest sentit, el consum de substàncies psicoactives esdevé un element que imprimeix intensitat a la desconexió que ja suposa el cap de setmana. En altres paraules, el fet de consumir ofereix més intensitat a un espai breu que cal aprofitar al màxim.

El consum és una pràctica col·lectiva.

Com també hem anat veient, el **grup d'iguals** juga un paper molt rellevant en tot allò que tingui a veure amb l'oci i la diversió. Així mateix, també juga un paper fonamental en les pràctiques de consum. Tant pel que fa al fet d'iniciar el consum, de no iniciar-lo mai o de deixar de consumir, les pràctiques que formen part de les dinàmiques col·lectives juguen un paper fonamental. Com comenten diversos autors, allò que més influencia els adolescents a l'hora d'establir les seves pautes de consum és el grup d'iguals.³⁸⁰ El consum és una pràctica col·lectiva, una manera compartida de sortir de festa i divertir-se. Com indica Funes (1996) "*els usos de drogues acostumen a ser potents generadors d'identitat (...) a l'interior d'un grup*".³⁸¹

De fet, l'anàlisi de les dades ens indica que la majoria de les persones que consumeixen alguna substància psicoactiva acostumen a sortir conjuntament amb grups de persones que també consumeixen la mateixa substància i, de la mateixa

380 Carter, Bennets i Carter. 2003.

381 Funes, J. 1996.

manera però a la inversa, les persones que no consumeixen acostumen a sortir amb grups de persones que tampoc no ho fan.³⁸² En els contextos de festa, però, coincideixen grups de persones que consumeixen amb d'altres que no consumeixen, i això ens permet comprendre el fet que moltes de les persones que afirmen consumir asseguruen conèixer i sortir –tot i que en menor mesura– amb grups de persones que no consumeixen, i a l'inrevés.³⁸³

D'altra banda, les **pautes de consum** –el tipus de substàncies que es consumeix i la freqüència del consum–, precisament per produir-se en el marc d'una lògica col·lectiva, tendeixen a assimilar-se de forma conjunta entre els membres que formen el grup.³⁸⁴ Així, aquestes dades recolzen la idea que la relació que s'estableix entre la substància, el consum i l'espai de festa no es fonamenta en una pràctica individual, sinó amb una **pràctica social, contextual i col·lectiva**.

El consum és una pràctica molt estesa i generalitzada.

L'oci nocturn esdevé un context en què el consum de determinades substàncies està molt generalitzat i acceptat. Molta gent consumeix, i és molta la diversitat de substàncies que es consumeix quan se surt de festa. Del conjunt de substàncies

382 Veure "El grup d'iguals". Gràfics 6 i 7.
383 Ibid
384 Veure Taula 3.

analitzades en el present estudi, la **cocaïna** és aquella que compta amb una presència més important en els espais de festa. Com veiem en les dades quantitatives, la majoria de persones que mencionen consumir alguna substància afirma haver tastat la cocaïna. De fet, fins i tot una important majoria (73%) d'aquelles persones que actualment no consumeixen cap d'aquestes substàncies però que ho han fet en major o menor mesura en el passat (exconsumidors) comenta que en algun moment han tastat la cocaïna.³⁸⁵

Pel que fa al tipus de consum, trobem que el **policonsum** (el fet de consumir més d'una substància) es troba estretament relacionat amb la freqüència del consum. En altres paraules, com més freqüent és el consum, més tipus diferents de substàncies es consumeixen. Aquesta dada ens ofereix una informació que reforça la idea que les pautes de consum formen part de lògiques grupals. Tant el tipus de substància que es consumeix com la freqüència d'aquest consum són elements molt relacionats amb les dinàmiques col·lectives del grup d'iguals.

Es reconeix el consum com a risc

La població entrevistada reconeix que consumir determinades substàncies és un **comportament arriscat** que pot comportar conseqüències molt negatives. Els adolescents i els joves assenyalen quines serien aquestes conseqüències: un possible

385 Veure G10 i G12.

dany físic, un seguit de patiments i problemes psicosocials i el problema de l'addicció. Igualment, les persones entrevistades reconeixen que hi ha determinats factors que fan impossible evitar la incertesa pròpia del risc de consumir. Així, aquests efectes 'incerts' poden ser deguts a la substància (per ella mateixa o pel seu grau d'adulteració), a la persona que les pren (per la seva constitució física, per les característiques pròpies del seu metabolisme o pel seu estat d'ànim), o a les pautes de consum (per la quantitat que es consumeix, per la freqüència de consum, pel policonsum o per determinades barreges).

Hem de recordar, així mateix, que a major freqüència de consum major és la probabilitat de policonsum i majors les probabilitats de patir algun dels riscos que se'n deriven. És a dir, com més usual es el fet de consumir més tipus de substàncies es tasten i més riscos s'assumeixen.³⁸⁶

El risc suposa una decisió amb conseqüències

El risc apareix lligat a la presa de decisions. És a dir, es parla de risc en el cas que aparegui una **elecció** que requereix d'una decisió que, d'alguna manera, pot modificar l'avenir. Es parteix d'una certesa, i és que aquest avenir –allò que estar per venir– és **incert**. El risc pren un sentit de contingència, en tant que obre la possibilitat que succeeixi allò que no s'espera o quelcom del que no se'n coneixen les conseqüències amb seguretat. Això

porta molt sovint a associar el risc amb l'**atzar**. Igualment, s'identifica el risc com a quelcom omnipresent, en tant que es pot derivar de tot allò que fem en la nostra vida quotidiana. Definit així, se sent el risc com a quelcom força incalculable, incontrolable o, fins i tot, inevitable.

Tanmateix, també s'associa el risc a la idea de **responsabilitat**, atès que tot allò que es derivi d'una determinada elecció és, en part, conseqüència dels propis actes o decisions. Així, el risc és percebut com a conseqüència directa d'una presa de decisions, i és aleshores quan és valorat com a quelcom **gestionable** i subjecte a la pròpia responsabilitat.

El significat del risc es construeix col·lectivament

El conjunt de significats que envolten els conceptes de risc, de consum i de diversió es construeix col·lectivament, no només pel fet de tractar-se d'activitats que s'acostumen a realitzar en grup, sinó també perquè en si mateixes donen suport a la comunitat del grup d'iguals. Es tracta de components que conformen el context de trobada del jovent i de les seves experiències. Així, l'assumpció i la gestió dels riscos també es defineix col·lectivament.

Per tal d'exemplificar aquesta afirmació podem recordar que les pautes de consum individual, en aquests àmbits, estan relacionades amb les pautes del grup d'iguals amb el qual es

386 Veure "Policonsum". Taula 3.

conviu.³⁸⁷ Com ja hem vist, una immensa majoria d'adolescents i joves acostuma a sortir de festa amb grups de persones que comparteixen les seves pràctiques.

Definir el consum com a activitat arriscada pot fer-lo atractiu

Un altre element que constitueix la percepció del risc és el seu paral·lisme amb els conceptes de límit o frontera. Els límits, les fronteres, poden servir tant per a deturar-se com per a plantejar-se la seva transgressió. Segons sigui el sentit col·lectiu que s'atribueixi a un límit, aquest pot arribar a generar una gran curiositat, o fins i tot una fascinació pròpia de l'experimentació vers allò prohibit i desconegut. Això es posa especialment de relleu dins el col·lectiu adolescent, en el qual la transgressió juga un paper fonamental en els processos de creació d'identitat.³⁸⁸ Dins d'aquest univers de significacions compartides, l'assumpció de riscos esdevé molt atractiva. En un context en què el consum de determinades substàncies –com l'alcohol, el cànnabis i la cocaïna– està generalitzat i normalitzat, el paper del grup d'iguals alimenta la recerca col·lectiva d'allò prohibit i desconegut.

387 Veure "Grup d'Iguals". Gràfics 6 i 7.
388 Funes, J. 1996.

El coneixement dels riscos, amb el temps, millora la capacitat de gestió.

Finalment, el coneixement dels riscos, tot i que sovint pugui no afectar la decisió de consumir de manera immediata en el mateix espai d'oci, pot influir en la gestió de les pautes de consum amb el transcurs del temps. Els coneixements adquirits en un moment donat poden influir en les **pràctiques a mig i llarg termini**. Aquesta situació s'explica per la relació dinàmica que s'estableix entre el coneixement i l'experiència. En primer terme, perquè les significacions es construeixen dins d'un context col·lectiu que canvia i evoluciona amb el temps. I en segon terme, per la importància que adquireix l'experiència en la construcció de les significacions que funcionaran com a guia de conducta.

El consum de substàncies planteja una necessitat de gestió

Pels seus efectes negatius, el consum de determinades substàncies requereix d'alguna mena de gestió vinculada amb el tipus de substàncies que es consumeix, amb la manera com es barregen diferents substàncies, amb la freqüència del consum i amb els comportaments necessaris derivats d'una mala experiència. Les persones entrevistades afirmen que el consum de determinades substàncies pot provocar alguna mena de greuge per a l'organisme, de manera immediata ('xungos', 'mal viatge'), a curt termini ('bajón') o a llarg termini (addicció i dependència). És per això que el **control** apareix com un

element necessari a l'hora de gestionar el propi consum i els riscos associats.

Troblem dues postures clarament definides a l'hora de plantejar el control del consum. D'una banda s'afirma que controlar el consum no resulta complicat. Conèixer el propi cos i els propis límits i consumir amb consciència i moderació apareix com una possibilitat factible i habitual. D'altra banda, però, es manifesta una postura ben contrària, que afirma que a l'hora de consumir el control és ben difícil de gestionar, i que molt sovint la percepció de control que es pot tenir sobre el consum és ingènua o irrealista.

Risc, diversió i consum són elements entreteixits

Arribats a aquest punt, es fa evident que per als adolescents i joves les significacions de diversió, consum i assumció de riscos es troben estretament entreteixides. Hi ha múltiples elements que, per la seva construcció de sentit, vinculen aquests tres processos.

En primer lloc, prendre la decisió de consumir és entès, de la mateixa manera que succeeix amb la diversió, com una forma de **lliure albir**. Ambdós tenen un sentit d'alliberació i suposen un allunyament del temps de treball –o d'estudi–, on existeix un imperatiu del que s'ha de fer en relació a les responsabilitats i obligacions.

En segon lloc, amb el consum s'introdueix un element d'**imprevisió**, d'incertesa, al mateix temps que es trenca amb

l'avorriment de la rutina. Tant la diversió com el consum suposen obrir la possibilitat d'allò inesperat.

En tercer lloc, quan la vida mateixa és entesa com a risc, i aquest se sent com un element omnipresent, el risc que suposa consumir no se surt d'allò que és **habitual i quotidià**.

Per finalitzar, volem remarcar que la metàfora de la xarxa en l'oci nocturn ens porta a ressaltar un seguit d'elements que constitueixen els vincles que es despleguen a la nit i al cap de setmana entre la **diversió**, el **consum** i el **risc**. Per començar, parlem de la sociabilitat com a element fonamental per entendre de quina manera les dinàmiques col·lectives i socials esdevenen el suport o la base de les relacions que constitueixen la xarxa de l'oci nocturn. El paper del grup d'iguals o les dinàmiques socials en el temps d'oci, com hem explicat, són factors que enllacen la diversió i el consum. És a dir, tant la diversió com el consum prenen el seu sentit en un conjunt de relacions socials que constitueixen allò que anomenem 'oci nocturn'.

Així mateix, aquestes relacions es troben travessades per tot allò que denominem com a risc, allò inesperat que es deriva de la presa de decisions. La gestió del risc també es mostra com una dinàmica social que estructura les relacions en l'oci nocturn. La cerca de control i la gestió del consum de substàncies psicoactives també formen part d'aquesta xarxa de relacions.

En definitiva, qualsevol intervenció orientada a la prevenció i a la reducció de riscos precisa d'una comprensió global de tot aquest entramat de relacions que conformen l'oci nocturn.

Límits i possibilitats d'intervenció sobre la xarxa de l'oci nocturn

Com hem vist, l'oci nocturn és un fenomen en xarxa que aglutina una multiplicitat d'elements heterogenis que s'entrellacen inextricablement. Per tant, tractar de comprendre el fenomen escindint algun dels elements per abordar-lo de manera independent suposarà un abordatge inadequat o fins i tot contraproduent del fenomen en qüestió. Vegem a continuació alguns exemples que il·lustren aquesta condició múltiple de la xarxa de l'oci nocturn, així com els dilemes que plantegen alguns abordatges que no tenen en compte aquesta característica.

La consciència del risc té efectes indeterminats

Com argumenta Rhodes,³⁸⁹ la "Teoria de l'Acció Raonada" i la "Presca Racional de Decisions" són teories predominants en relació al coneixement i la conducta. Aquestes teories tracten d'argumentar que l'avaluació raonada d'una situació de risc hauria de comportar canvis en els comportaments que provoquen aquest risc. Aquestes teories, però, no contemplen com cal el paper que juga el **context** en els comportaments de risc.

Reconèixer que un comportament és arriscat no suposa necessàriament evitar-lo. En relació al consum en espais de

festa, aquesta afirmació pren encara molt més sentit. En paraules dels joves: "quan estàs de festa, estàs de festa."

Dit en altres paraules, el coneixement que 'consumir comporta un risc' pot provocar un canvi en el comportament de 'consumir' en determinats contextos, però el context de festa no és un d'ells. En el context de festa, eminentment col·lectiu, el grup d'iguals és generador de coneixements experiencials propis al voltant del consum i els riscos que poden assumir-se. Les dinàmiques pròpies del grup d'iguals ofereixen als seus membres una interpretació compartida de la realitat que funciona per a comprendre, valorar i gestionar el risc associat als seus comportaments.

Per aquest motiu, aquelles actuacions preventives que no tenen en compte la dimensió experiencial, emotiva i afectiva fortament vinculada a la xarxa de l'oci nocturn poden tenir una efectivitat baixa.

Bona part de les campanyes informatives no tenen impacte

Moltes de les campanyes informatives que es realitzen sobre el consum de drogues tracten d'informar sobre temes que no es corresponen amb els valors, pràctiques i significacions³⁹⁰ dels

389 Rhodes, T. 2002.

390 Aquesta asseveració concorda amb Costa-Pau i Vendrell. (2001) quan afirmen que "Sovint, els missatges preventius 'contra' les drogodependències dictats per les autoritats sanitàries han estat percebuts per alguns (amplis) col·lectius juvenils com una amenaça

grups de joves i adolescents. En opinió de Mayock³⁹¹ els grups elaboren el que l'autora anomena un 'Guió de Risc', una explicació pròpia sobre les característiques del risc basada en la seva experiència acumulada. Els sentits i significats que es construeixen des de la pròpia experiència grupal es consideren els més vàlids com a guia de conducta davant la gestió del risc.

Moltes de les campanyes actuals no atenen a la complexitat d'aquests 'guions' col·lectius, i per tant són percebudes amb **escepticisme i desconfiança**. Com més allunyada se sent la informació rebuda d'aquella pròpia de l'experiència compartida amb el grup d'iguals, menys força persuasiva té la campanya per a incidir en les pautes de consum.

La majoria d'intervencions es dirigeixen a l'individu

Tot i que les pràctiques i valors en relació al consum de drogues es construeixen col·lectivament, l'enfocament de la majoria de campanyes i missatges que tracten d'incidir en la gestió del consum i dels riscos es dirigeixen encara a l'**individu**.

Tant pel que fa a la decisió de consumir o no consumir, com pel que fa a la gestió dels riscos associats al consum de substàncies, bona part de les polítiques (incloses les intervencions en reducció

de riscos) centren la seva atenció en la capacitat individual de prendre decisions i en la capacitat personal de gestionar responsablement els riscos.

Com afirma Rhodes (2002) en aquesta línia: "*mentre que els projectes de reducció de danys s'han desenvolupat paral·lelament al nou moviment de salut pública, ambdós pretenen impulsar la reducció de riscos promovent tant l'acció individual i comunitària com els canvis ambientals, però amb una sobredependència de concepcions individualistes dels canvis de conducta.*"

Així, bona part dels missatges s'encaminen a 'empoderar' els individus per tal que puguin prendre decisions de forma autònoma i se sobreposin a la pressió que el grup d'iguals pugui exercir a l'hora d'instaurar determinats patrons de consum.

La responsabilitat individual, doncs, segueix constituint l'eix vertebrador de la majoria de polítiques vinculades al consum de substàncies psicoactives, tot i que, com veiem, per les característiques en què es dona el consum en espais de festa, aquestes haurien de centrar-se en la '**responsabilitat col·lectiva**' del consum. D'aquesta manera, davant la idea que cal capacitar els individus perquè assoleixin determinats valors que els responsabilitzin del seu consum de forma individual, tal vegada caldria dirigir-se a les cultures grupals de consum i a l'adquisició de responsabilitats col·lectives.

contra la seva pròpia idiosincràsia i tarannà, denunciant-se alguns cops l'escassa sensibilitat cap a les normes grupals i en altres generant un efecte contraproductiu respecte dels objectius proposats."

391 Mayock, P. 2005.

No tota informació es útil per a gestionar el risc

Malgrat que són moltes les campanyes que es realitzen sobre consum, la meitat de la població consumidora enquestada (54%), i una tercera part de la població no consumidora enquestada (34%), tot i declarar que compta amb informació, considera que aquesta és insuficient.³⁹² Es pensa, sobretot, que no es compta amb prou dades sobre les diferents substàncies (a excepció de la cocaïna, molt estesa i coneguda).³⁹³

La informació derivada de la pròpia **experiència** és la que permet als grups atorgar un sentit de control a l'hora de gestionar el consum. Per contra, la **informació demandada** fa referència, fonamentalment, a dades respecte les composicions, efectes específics,³⁹⁴ efectes de les barreges de substàncies i pràctiques recomanables per contrarestar-ne els efectes. En definitiva, allò que s'està demandant és una informació que permeti saber com gestionar les conseqüències que es deriven dels usos de substàncies psicoactives. Així, és comprensible que es comenti que es rep molta informació sobre drogues, però que no a tota se li atorga valor 'd'informació útil'.

392 Veure "Necessitats d'informació". Gràfic 38.

393 Veure "Autopercepció del Grau d'Informació". Gràfics 34 i 35.

394 Veure "Necessitats d'informació". Gràfic 39.

La 'invisibilització' del consum: l'estratègia dominant

Un cop plantejats els principals elements constituents del consum i la sociabilitat en els espais de festa, en aquest apartat volem centrar-nos en explicar quina és la lògica dominant dins d'aquesta xarxa de relacions.

El fenomen del consum en espais de festa és percebut mitjançant un discurs socialment hegemònic que promou el que hem anomenat una estratègia d'invisibilització del consum de substàncies. Què significa que el consum de substàncies està invisibilitzat?

La conseqüència primera del fet de focalitzar la qüestió del consum exclusivament en la substància i d'entendre-la en termes de quelcom que cal prohibir mitjançant l'atribució de responsabilitats legals per la seva tinença és que cal evitar-ne el seu ús públic.

La forma socialment dominant de concebre el consum de substàncies tendeix a ocultar aquest fenomen. Bona part de les actuacions encaminades a incidir en els efectes que es deriven del consum se centren fonamentalment en ocultar la seva presència en lloc d'assumir que es tracta d'una pràctica estesa, generalitzada i altament normalitzada.

A tal efecte, es penalitza, se sanciona, es prohibeix i es coarta el consum de substàncies psicoactives il·legals. El consum d'aquestes substàncies, tanmateix, es manté, tot i que ocult de la mirada pública. Les condicions en què es dona el consum depenen d'aquest procés d'invisibilització al que és sotmès. Lluny

d'ésser eradicat o fins i tot atenuat, el consum roman sota determinades condicions que el reclouen a pràctiques gairebé clandestines que, a més, incideixen de forma decisiva en les seves pautes.

A continuació, explorarem els principals mecanismes que sostenen i reproduïxen aquesta estratègia d'invisibilització del consum: **el 'paradigma abstencionista' i les polítiques públiques sobre l'oci nocturn.**

El paradigma 'abstencionista'

Com hem vist al llarg de l'informe, els discursos i les polítiques d'intervenció dominants al voltant del consum de substàncies s'emmarquen en el que hem anomenat un 'paradigma abstencionista'.³⁹⁵ Tot seguit plantegem les característiques que defineixen aquest paradigma i de quina manera aquest contribueix al que hem anomenat la invisibilització del consum.

Les polítiques informatives 'abstencionistes' promouen un seguit de campanyes de sensibilització que compten amb un missatge clar: la droga 'sempre és dolenta i perjudicial'. L'**abstinència** (el no consum), doncs, és l'objectiu prioritari d'aquestes campanyes, i el consum es planteja sempre en termes problemàtics. Així, el seu missatge resa bàsicament: "Digues NO a les drogues". D'aquesta manera, tot allò que té a veure amb la gestió del

consum i/o amb l'experiència del consum no problemàtic queda completament omès, negat com a possibilitat i, per tant, invisibilitzat.

En conseqüència, aquesta mena de política sobre el consum invisibilitza tot allò que té a veure amb el **consum responsable**. Tant aquelles persones que s'autodefineixen com a 'consumidores' i poden desitjar gestionar millor els riscos associats al seu consum, així com totes aquelles polítiques i intervencions que plantegen la possibilitat de gestionar responsablement el consum, queden excloses, negades com a possibilitat.

Tot i que aquests missatges poden resultar coherents i efectius per a una part de la població, no reben cap mena d'atenció ni simpatia per part de la majoria de persones que s'autodefineixen com a 'consumidores'. És a dir, atès que el missatge abstencionista no s'adiu amb el coneixement experiencial de les pràctiques col·lectives de consum és rebutjat per la majoria de col·lectius de persones que afirmen consumir alguna mena de substància il·legal. Recordem que, per a aquest col·lectiu, el coneixement experiencial és, amb diferència, el més ben valorat.

Amb tot, i més enllà del fet que es consumeixi o no alguna substància psicoactiva, apareix de forma transversal un conjunt de consideracions que entenen que el gruix de les campanyes públiques en matèria de drogues són incorrectes (perquè no es corresponen amb l'experiència pròpia o vicària), distorsionen la veritat (perquè l'exageren), o senzillament menteixen respecte als efectes del consum.

395 Veure "Evolució dels Paradigmes en Matèria de Drogues".

Essent el discurs abstencionista el dominant en termes ideològics i culturals, no és d'estranyar que les persones que consumeixen afirmen que la principal font de coneixement amb què compten és l'**experiència** de consum amb el seu grup d'iguals. De fet, a falta d'altres fonts disponibles que no jutgin el seu comportament, l'experiència esdevé l'única font fiable i disponible.

A més, atès que el discurs abstencionista dominant no accepta la possibilitat de consumir determinades substàncies de manera responsable, aquest queda circumscrit a pràctiques quasi clandestines i ocultes a la mirada aliena. Això és, es fomenta una invisibilització de les pràctiques de consum.

En resum, les polítiques abstencionistes no aconsegueixen reduir efectivament el consum, allò que aconsegueixen és ocultar-lo. Les polítiques abstencionistes tenen un efecte que no és precisament la reducció del consum. Aquesta pràctica continua estesa i normalitzada però, amb la seva penalització i estigmatització, es produeix un efecte d'encobriment. El consum de substàncies psicoactives s'amaga doncs de la mirada pública, és un secret a veus que ningú vol fer visible.

Les polítiques públiques són una estratègia d'invisibilització del consum de substàncies

Les polítiques, les normatives i les sancions corresponents que regulen el consum de substàncies en els contextos d'oci nocturn, tal com hem vingut exposant, es despleguen tot focalitzant la seva atenció en un únic aspecte del fenomen: la **substància il·legal**. En definir el problema en termes estrictament legals

s'emfasitza la idea que cal buscar qui és el responsable del consum de les substàncies il·legals.

Es responsabilitza als promotors de locals d'oci nocturn del consum de substàncies

En el context de l'oci nocturn s'ha responsabilitzat els locals i, per tant, les persones promotores de l'oci, en considerar, a més, que adopten una actitud excessivament permissiva vers el consum de substàncies a dins dels locals d'oci. Conseqüentment, des del sector de l'oci s'ha reaccionat bo i incrementant els sistemes de control i vigilància, per tal de foragitar les substàncies de l'interior dels seus locals.

En els contextos d'oci, el consum és una pràctica generalitzada

Tanmateix, el consum de substàncies en els contextos de la festa, la nit i l'oci nocturn es troba cada cop més estès i generalitzat. No es pot dir que hi ha més consum ara que abans. El que sí es pot afirmar és que el consum de substàncies és enormement contextual, i que l'oci i la nit són un dels contextos privilegiats de consum. Les substàncies es desplacen dels locals d'oci cap a l'espai públic i a l'inrevés, però no deixen de consumir-se.

La reglamentació punitiva d'una pràctica estesa tendeix a invisibilitzar-la

Donat aquest escenari i la normativa vigent que el regula, l'efecte no és altre que el de la invisibilització del consum de substàncies. Allò important és que no es vegi el consum atesa l'amenaça que suposa rebre alguna sanció, tant per les persones usuàries com per les promotores de l'oci nocturn.

La invisibilització dificulta la implementació de polítiques de gestió del consum

A l'hora d'enfocar el fenomen del consum de substàncies psicoactives, l'estratègia governamental d'invisibilització provoca l'efecte contraproduent de reduir el ventall de possibilitats a aspectes estrictament legals. D'aquesta manera es releguen a un segon terme d'altres actuacions possibles com són, per exemple, les de tipus socio sanitari i les polítiques de reducció de riscos, que requereixen de l'acceptació prèvia del fet que el consum de substàncies en l'oci nocturn està generalitzat.

La reducció de riscos: una alternativa de visibilització

Les polítiques abstencionistes, com hem vist, no aconsegueixen reduir el consum. Simultàniament es comença a reconèixer la manca d'efectivitat que comporten. Així, malgrat el fet que la invisibilització del consum de substàncies és actualment l'estratègia dominant, aquesta conviu amb altres propostes més

minoritàries. Recentment estan sorgint propostes d'intervenció en el consum de substàncies que cerquen sortejar aquesta estratègia dominant per tal de reduir els riscos derivats del consum. Aquestes noves pràctiques coexisteixen en tensió amb les polítiques generals de caràcter abstencionista. Aquesta tensió entre les diverses actuacions defineix la situació actual del consum en els espais d'oci.

La Reducció de Riscos com a estratègia en relació al consum

Fins ara hem estat veient que l'oci nocturn és un fenomen que cal comprendre com a una xarxa d'elements interrelacionats, i hem vist, també, de quina manera s'invisibilitza el consum de substàncies dins d'aquesta xarxa mitjançant el discurs abstencionista i les polítiques públiques.

Les polítiques de reducció de riscos es presenten com una proposta que assumeix la complexitat del fenomen del consum i tracta de possibilitar noves formes de comprensió i de gestió del consum en els espais de festa.

La **informació** sobre les substàncies, sobre els efectes del seu consum i sobre les possibilitats d'una gestió responsable és un dels elements vertebradors de les polítiques de reducció de riscos. És per això que volem iniciar aquest apartat sobre la reducció de riscos fent una breu anàlisi sobre la informació de la qual disposen els adolescents i els joves, de quina manera la valoren, i quina afirmen requerir actualment.

Credibilitat de les vies d'accés a la informació

Els joves i adolescents entrevistats accedeixen a informacions relatives a les 'drogues' en diversos espais, per mitjà d'una multiplicitat de canals, i a través de diferents agents informatius. Per sobre de totes aquestes vies d'accés a la informació, destaca en primera instància l'**alta credibilitat atorgada al coneixement experiencial**. Aquest és configurat a partir de l'experiència pròpia, així com d'aquella compartida amb el grup d'iguals i amb els agents de referència més propers.

Més enllà d'aquest component experiencial, es fa palès que les valoracions que es fan de les diverses vies d'accés a la informació estan completament lligades al grau de credibilitat atorgada als discursos que s'hi despleguen. Aquests discursos són, en primera instància, els que se sostenen des del paradigma abstencionista, i en segona, els del paradigma de reducció de riscos.

En tot cas, més enllà de la informació experiencial, les persones 'no consumidores [cons. OH-C]' prefereixen, en major mesura que les 'consumidores', vies generalistes d'accés a la informació. Això és, els mitjans de comunicació (un 21%) i les institucions educatives (un 38%). Les persones consumidores, d'altra banda, prefereixen en una proporció major accedir a la informació en contextos festius (29%).³⁹⁶

³⁹⁶ Veure "Mitjans d'informació". Gràfic 41.

Com veiem a les entrevistes, els mitjans de comunicació, i l'escola en menor mesura, es vinculen fortament al discurs abstencionista, mentre que la informació lliurada en espais festius es vincula al discurs de reducció de riscos. Més endavant desenvoluparem amb detall la construccions de sentit que es fan al voltant d'aquests dos tipus de discurs.

Percepció d'informació disponible

Els adolescents i joves entrevistats manifesten distintes percepcions respecte al grau de coneixement sobre les diferents substàncies psicoactives. Ressalta el fet que **el grau de coneixement està directament relacionat amb el contacte que es té amb cada substància**.

En el cas dels joves i adolescents que es defineixen com a consumidors, veiem que manifesten disposar d'informació sobre cada substància sempre i quan n'hagin fet ús. Per exemple, un 83% dels consumidors afirmen consumir cocaïna i un 78% d'aquests afirmen disposar d'informació sobre aquesta substància.³⁹⁷

El mateix fenomen succeeix amb les altres substàncies (els bolets són consumits per un 55% dels joves enquestats, mentre que un 54% afirma que en té informació; el nexus l'ha consumit un 7% i un 4% disposa d'informació sobre la substància). En

³⁹⁷ Veure Gràfic 10 i Gràfic 34.

aquest sentit, i com veiem a les entrevistes, **el fet experiencial esdevé la principal font d'informació sobre substàncies per part de les persones consumidores**, i configura l'element clau per explicar la correspondència entre el grau de consum i el grau de coneixement percebut sobre cada substància.

Cal destacar així mateix que, en el cas dels joves i adolescents que 'no consumeixen' substàncies psicoactives, el grau de coneixement que afirmen tenir-ne, si bé és menor que la que sostenen els consumidors, segueix el mateix patró.. En altres paraules, que si un 78% dels consumidors afirmen disposar d'informació sobre cocaïna, aquest percentatge baixa només fins al 61% en el cas dels no consumidors. De la mateixa manera, mentre que els primers disposen d'informació sobre bolets en un 54%, els segons ho fan en un 40%; i fins i tot trobem un cert grau de correlació respecte a la substància més desconeguda, el nexus, amb un 4% i un 1% respectivament.

Es fa palès que la percepció de disponibilitat d'informació és efectivament menor entre els no consumidors [cons. OH-C] però, tanmateix, la diferència no és significativa. I és que **l'experiència compartida es manifesta, també, com la principal via d'accés a la informació sobre les diferents substàncies per part de les persones no consumidores.**

Així, si bé les pautes de consum es configuren dins del grup d'iguals proper, es posa de manifest que **els espais festius i de diversió en els que emergeix el consum són compartits per**

persones consumidores i no consumidores³⁹⁸ i, en aquests espais, la informació circula de manera fluïda.

Necessitat de més informació

Cal destacar, d'altra banda, que si bé es manifesta una percepció generalitzada respecte al fet que tothom creu saber molt sobre drogues, també s'afirma **que la informació disponible no és suficient**.³⁹⁹ I és que si bé l'experiència –pròpia o compartida– és la via d'informació que gaudeix de major credibilitat, aquesta no permet l'accés a tot un conjunt d'informacions 'no experiencials' que també es consideren rellevants.

Aquestes informacions que es desitja obtenir fan referència, en primer terme, als **efectes** que les diferents substàncies poden tenir a mig o llarg termini sobre la persona que les consumeix i, en segon terme, a la **composició** de les substàncies.

Ens trobem, doncs, amb l'emergència d'una **preocupació pels efectes a mig i llarg termini de les substàncies sobre l'organisme**. Les persones consumidores manifesten, en aquest sentit, una necessitat d'informació major que les no consumidores, i és que, com dèiem, l'experiència no és suficient, i la informació que poden aconseguir de forma genèrica a partir d'altres vies és, d'altra banda, considerada enganyosa per part d'alguns i poc o gens rigorosa per part d'altres. La qüestió clau

398 Veure "Els espais de festa i d'oci nocturn". Gràfics 14 a 17.

399 Veure "Necessitats d'informació". Gràfic 38.

aquí és que el missatge respecte al fet que les drogues són dolentes no ve acompanyat d'un argumentari sòlid que li pugui donar suport.

Quan aquest missatge no es correspon amb el coneixement proporcionat per l'experiència pròpia o compartida no es valora positivament. Aquest fet provoca una **manca de recursos argumentatius que donin suport a la convicció que el consum de substàncies és nociu**. Així, es pot estar d'acord amb què el consum de substàncies psicoactives és nociu, però no es disposa d'informació concreta per argumentar quan, com i per què ho és.

D'altra banda, aquest desconeixement dels arguments que puguin justificar la convicció que la droga és dolenta suposa per als adolescents i joves no consumidors [cons. OH-C] una dramàtica font de vulnerabilitat i feblesa, ja que es fa més difícil poder sostenir argumentativament davant els iguals la decisió de no consumir. I és que, com hem vist al llarg de les entrevistes, els contextos de diversió es vinculen cada cop més a l'oci nocturn, i en aquests espais el consum de substàncies psicoactives es troba cada cop més normalitzat. És així com, en aquest sentit, sembla que, majoritàriament, no es disposa d'elements sòlids per argumentar per què el consum de substàncies és nociu, i per tant, per què una persona pot decidir no consumir.

D'altra banda, i com hem vist a les entrevistes, cal destacar que **el grau d'adulteració de les substàncies és també una font de preocupació** per a una bona part dels joves i adolescents entrevistats. En aquest sentit, però, sobresurt el fet que si bé emergeix de forma generalitzada un interès pels efectes del

consum a mig i llarg termini, la composició de les substàncies és quelcom que només sembla preocupar a un sector de les persones consumidores (20,3%), mentre que les persones no consumidores no mostren un interès significatiu en la qüestió (5,3%).⁴⁰⁰

En aquest sentit, i com hem vist a les entrevistes, l'atribució de danys a mig i llarg termini pot atribuir-se d'una banda al grau d'adulteració de la substància i, d'una altra, a la 'droga' *per se*. En tot cas, una part important de les persones consumidores, i la pràctica totalitat de les no consumidores manifesten una preocupació pels danys que comporta el consum de 'drogues', però desvinculen aquesta preocupació del grau de qualitat de les diferents substàncies.

Les actuacions de Reducció de Riscos

La reducció de riscos es percep com a limitada respecte a la seva població destinatària

Tot i que en principi les polítiques de reducció de riscos tindrien com a població diana tota la població general, es percep genèricament com un paradigma dissenyat per a **persones consumidores**. La idea generalitzada és que el discurs de reducció de riscos vol incidir només en la gestió del consum quan aquest ja existeix. En aquest sentit, l'espai en què gaudeix de

400 Veure Taula 3.

major acceptació el constitueixen els espais festius vinculats al consum. Cal dir, però, que en aquests entorns, i un cop s'ha entrat en contacte amb els serveis, la reducció de riscos gaudeix d'una alta acceptació i valoració tant entre consumidors com entre no consumidors [cons. OH-C].

D'altra banda, el discurs de reducció de riscos presenta una **efectivitat** qualitativament diferenciada en funció de quines siguin les pautes de consum. El discurs de reducció de riscos posa de manifest diversos efectes sobre les persones que hi entren en contacte. Alguns, com els coneixements concrets en primers auxilis, són molt ben valorats per tothom. N'hi ha d'altres, però, que tenen un impacte més específic segons quina sigui la pauta de consum. Així, els efectes més rellevants que es manifesten sobre la població consumidora consultada són, en diferents graus:

- Produeix una reflexió sobre la gestió del consum.
- Produeix un desvetllament de la consciència de salut.
- Produeix una moderació en la intensitat i freqüència del consum.
- Proveeix d'eines i recursos per a defensar pautes de consum responsable.

Els efectes més rellevants que es manifesten sobre la població no consumidora consultada passen pel fet que:

- Proveeix de recursos argumentals per a defensar i consolidar la decisió de no consumir.

Aquesta qüestió és especialment rellevant, ja que manifesta la capacitat de les informacions en reducció de riscos per ampliar i consolidar les possibilitats de prevenció primària en persones no consumidores (Benschop, Rabes & Korf, 2002).

La 'visibilització' de les polítiques i intervencions de reducció de riscos

Les polítiques i intervencions de reducció de riscos tenen una visibilització reduïda. Només una tercera part dels joves i adolescents consultats coneixen els serveis de reducció de riscos (36%).⁴⁰¹ En aquest sentit, la principal via de coneixement de la reducció de riscos és **l'encontre directe i presencial** en espais d'oci nocturn (84%).⁴⁰² Resta una petita proporció de joves i adolescents que han conegut els serveis de reducció de riscos a través d'altres vies. D'aquesta manera, destaca **el boca-orella** com la primera via de difusió no presencial de la informació de reducció de riscos.

Aquest mitjà de difusió és, de fet, el que, més enllà de l'experiència pròpia, predomina entre joves i adolescents a l'hora de transferir i adquirir informacions fiables sobre drogues, operant en forma d'experiència compartida. Així, dues tercers parts dels joves i adolescents enquestats (66%)⁴⁰³ afirmen haver

401 Veure "Campanyes de reducció de riscos". Gràfic 45.

402 Veure "Campanyes de reducció de riscos".

403 Veure "Valoració de la informació". Gràfic 57.

difós les informacions de reducció de riscos entre els seus iguals mitjançant el boca-orella.

En aquest sentit, es fa palès que les informacions de reducció de riscos operen en el mateix espai de confiança que ocupen les **experiències compartides** sobre substàncies psicoactives. I és que els discursos de reducció de riscos tenen una molt bona acceptació entre les persones que els coneixen de forma directa.

La visibilització dels serveis de reducció de riscos presenta però, diferències en funció de variables com són l'edat, les pautes de consum o la distribució geogràfica.

Els serveis de reducció de riscos tenen un baix nivell d'accés als adolescents. Els joves consultats manifesten conèixer els serveis en major proporció que els adolescents.⁴⁰⁴ De fet, més de la meitat dels adolescents desconeixen els serveis, proporció que s'inverteix a mesura que ens trobem amb persones majors d'edat.

Els serveis de reducció de riscos tenen un baix nivell d'accés a la població no consumidora. Si encreuem l'edat amb les pautes de consum, veiem que si bé les persones consumidores afirmen conèixer més els serveis a mesura que augmenta l'edat, el nivell de coneixement expressat per part dels no consumidors [cons. OH-C] es manté baix de forma estable, independentment de la seva edat.⁴⁰⁵

404 Veure "Campanyes de reducció de riscos". Gràfic 46.

405 Veure "Campanyes de reducció de riscos". Gràfic 47.

Els serveis de reducció de riscos tenen un impacte baix en els territoris amb una alta densitat de població. Si analitzem el grau de coneixement segons distribució geogràfica, veiem que els serveis de reducció de riscos són més visibles en els municipis petits que en les localitats grans.⁴⁰⁶ Els grups de reducció de riscos fan, al llarg de l'any, tot un seguit de sortides, les quals estan força distribuïdes en termes de nombre i freqüència per tot el territori català. Amb tot, sembla que es planifica el nombre i la freqüència de les intervencions en funció d'alguns criteris, entre els quals impera la distribució geogràfica equilibrada en major mesura que no pas la densitat de població.

Això se suma al fet que, com ens expliquen els promotors privats d'oci nocturn, les actuacions d'aquests grups no es fan de forma sostinguda cada cap de setmana en els mateixos espais. Els espais festius d'oci nocturn situats en poblacions densament poblades acostumen a tenir una clientela diversificada i amb alts graus de mobilitat, de manera que una sola actuació arriba a una part relativament petita dels clients potencials de cada local.

Percepció d'utilitat de les intervencions en espais festius

La percepció d'utilitat que s'atribueix a les intervencions de reducció de riscos en espais festius depèn bàsicament de si es produeix un encontre presencial. El fet de consumir o no consumir no té cap mena d'incidència sobre la valoració dels

406 Veure "Campanyes de reducció de riscos". Gràfic 48.

serveis de reducció de riscos en espais de festa.⁴⁰⁷ De fet, més enllà de les diverses pautes de consum, el fet de no conèixer els serveis implica pensar que aquests són poc o gens útils per a un 100% de les persones consultades,⁴⁰⁸ mentre que el grau de valoració positiva puja fins al 80% en el moment en què es produeix un encontre presencial directe.

El paradigma abstencionista constitueix l'únic element pensable per a tothom qui no ha entrat en contacte amb el nou paradigma de reducció de riscos. Així, a l'hora de valorar la reducció de riscos, es pensa, en un principi, en variacions del model abstencionista o bé en una aplicació d'aquest en els espais de festa.

L'element més rellevant que explica la percepció dels serveis com a poc útils o inútils, quan encarar no s'hi ha entrat en contacte, és el fet que se'ls hi atribueixin els objectius abstencionistes. La percepció és que es tracta del mateix contingut encabut dins d'una nova forma. L'única diferència seria que es donaria informació sobre la nocivitat de les substàncies psicoactives en un espai de festa, la qual cosa, s'entén, encara li trauria més efectivitat. Així, es considera, genèricament, que les persones consumidores ja estan convençudes que la droga és dolenta i que, per tant, no cal insistir-hi més.

D'altra banda, s'entén que les persones consumidores no es preocupen pel missatge que afirma que la droga és nociva i que,

per tant, el seu consum es produirà igualment. Assumint que l'objectiu és l'abstinència, l'efectivitat atribuïda en un espai privilegiat de consum és nul·la. I és que es fa èmfasi en el fet que en un espai de festa allò més important és, precisament, la festa, que com hem vist apareix estretament lligada a la diversió, la desinhibició i la manca de regulacions socials.

Crida l'atenció també el 20% de persones que es troben amb els serveis en un espai de festa i els valoren com a poc útils o inútils. En les entrevistes veiem que es tracta, principalment, de joves o adolescents que els veuen però que no s'acosten als estands informatius. En aquests casos, a més de la manca d'efectivitat atribuïda al discurs abstencionista s'hi afegeix l'argument que les persones que interaccionen amb els serveis es troben en estat d'embriaguesa o d'afectació per substàncies i que, per tant, s'entén que l'impacte que es pugui tenir sobre elles serà necessàriament baix.

A més contacte en profunditat més alta és la valoració de la informació i dels serveis en espais de festa. En el cas que es produeixi un acostament als estands, es considera que els espais festius d'oci nocturn són els més apropiats per a donar informació, ja que aquesta s'associa a la pràctica directa i al moment en què més cal tenir en compte les recomanacions per al consum.

El canvi de percepció es deu al fet que s'entra en contacte amb el paradigma de reducció de riscos, i totes les atribucions de manca d'efectivitat que es feien als objectius abstencionistes es dilueixen. Veiem així mateix que, en el cas que s'hagi produït un

407 Veure "Informació en espais de festa". Gràfic 44.

408 Veure "Informació en espais de festa". Gràfic 43.

apropament amb contacte amb el personal tècnic, la valoració d'utilitat creix fins el 88%.

El flyer com a mitjà de difusió

Els flyers –o fulletons informatius– de reducció de riscos són el principal mitjà de difusió del discurs de reducció de riscos. Més de tres quartes parts de les persones que visiten els estands informatius n'agafen.⁴⁰⁹ Aquests fullets informatius omplen el buit de coneixement que no pot omplir l'experiència – pròpia o compartida– i que no s'aborda des de les perspectives abstencionistes.

Els flyers són l'element que desperta un interès major entre els individus que visiten els estands. Les seves informacions reben una valoració molt alta per part de les persones entrevistades però, tanmateix, no sempre generen modificacions rellevants en les pautes de consum. Ens trobem amb un parell d'elements que expliquen aquesta manca d'afectació:

El flyers presenten una baixa mobilitat (un 11%).⁴¹⁰ El format dels flyers resulta molt atractiu per als joves i adolescents que els agafen. Així mateix, cada unitat acostuma a contenir una gran quantitat d'informació que en moltes ocasions no es pot retenir en una única lectura. Tot plegat porta els joves i

adolescents a retenir els flyers i no mobilitzar-los gaire un cop se n'han apropiat.

El discurs de reducció de riscos dels flyers tenen l'individu com a únic interlocutor, això és, es dirigeixen al lector en segona persona del singular. De la mateixa manera que es fa des del paradigma abstencionista, el discurs de reducció de riscos desplegat en els flyers posa èmfasi en les actuacions i percepcions centrades en l'individu. D'aquesta forma, es posa èmfasi sobre la responsabilització individual del consum. Tanmateix, no acostumen a proporcionar pautes d'acció i reflexió dirigides als grups i, per tant, a la producció de canvis en la gestió col·lectiva del consum. Com hem vist, atès que les pautes de consum segueixen cultures grupals de consum i que aquesta és una pràctica col·lectiva, l'estratègia de responsabilitzar l'individu –entès com una entitat autònoma, racional i autoreflexiva– pot disminuir l'eficàcia del missatge.

L'amic expert' com a figura informativa

Com hem vist, malgrat que les persones consumidores entrevistades afirmen disposar de molta informació sobre substàncies, consideren, també, que aquesta no és suficient. Recordem que en l'apartat *Disponibilitat de la informació* hem explicat com, atès que la forma privilegiada d'obtenció d'informació és l'experiència pròpia o compartida, les informacions que es desitjarien obtenir remetent principalment als efectes a mig i llarg termini i a la composició de les substàncies.

409 Veure "Informació en espais de festa". Gràfic 43.

410 Veure "Com les coneixen". Gràfic 50.

En aquest sentit, es posa de manifest l'existència i obertura d'una escletxa que separa i fa irreconciliables el coneixement experiencial i aquelles informacions proporcionades pel discurs abstencionista. Mentre el primer queda relegat al context vivencial i immediat del consum, les segones sancionen o fins i tot neguen aquesta experiència. Com hem vist en diferents moments de l'anàlisi de les dades, aquest és un dels motius pels quals el discurs abstencionista queda deslegitimant i pels quals se li atribueix poca credibilitat. En l'escletxa que escindeix ambdós coneixements s'ha instal·lat una figura que respon a la necessitat d'obtenció d'informació expressada per les persones entrevistades: **l'amic expert**.

Aquesta figura està encarnada per les persones que ofereixen informació en els espais d'oci nocturn emprant un llenguatge i estil comunicatiu proper a les persones usuàries de l'oci nocturn, que mostren passió i interès pels temes respecte dels quals informa, que adopten un tarannà no invasiu, deixant un marge d'exploració sense envair l'espai de qui s'hi apropa i/o que no emeten un judici moral al voltant del consum de substàncies. Així mateix, i aquesta és la característica que ens interessa remarcar aquí, aquesta figura aconsegueix l'entrecruament dels coneixements i informacions pràctiques i experiencials amb les teòriques o expertes.

Motius per no apropar-se als estands informatius

Si centrem l'atenció, específicament, en els estands informatius trobem que, en termes generals, fins al voltant de tres quartes

parts de les persones que se'ls troben en espais festius s'hi ha apropiat a agafar materials, i gairebé la meitat d'aquests han interaccionat amb el personal tècnic.⁴¹¹ Això significa, per tant, que una quarta part no mostren cap mena d'interès per apropar-se als estands. En les entrevistes realitzades a joves i adolescents al voltant dels motius que poden explicar la manca d'interès pels estands informatius sorgeix la idea que, en el context de festa, apropar-s'hi suposa una interrupció en el decurs de la nit i la festa, un parèntesi que no es desitja fer.

Una altra forma d'explicar aquestes dades remet a l'estigmatització associada al consum de substàncies. Així, per exemple en els espais de festa multitudinaris com els festivals, els concerts o bé en les grans ciutats, s'assegura l'**anonimat** de les persones que s'hi apropen –fins i tot en el cas que l'estand es trobi situat en un lloc visible– fet que en facilita l'accés, el fa més amable. De manera inversa, en aquells contextos en què no s'assegura l'anonimat –com per exemple locals de poblacions petites– sorgeixen majors dificultats a l'hora d'apropar-s'hi per l'amenaça d'estigmatització que pot implicar per la persona que el visita.

Ara bé, si ens fixem en el grau d'apropament als estands segons si són consumidors o no veiem que un 44% dels joves que afirmen no consumir no s'hi apropen mentre que tan sols un 22% dels consumidors no s'hi apropen. Com hem vist en les entrevistes, una de les comprensions que emergeixen al voltant

411 Veure "Tipus d'apropament ». Gràfic 52.

de les actuacions de reducció de riscos en els espais d'oci fa referència al fet que es considera que aquestes **s'adrecen, exclusivament, a les persones consumidores** de substàncies. Aquesta concepció de les actuacions pot explicar el fet que les persones no consumidores entenguin que el servei no s'adreça a elles.

Pel que fa al percentatge de consumidors que hem vist que no s'apropen a l'estand, trobem diverses explicacions que poden justificar aquesta dada. Així, val la pena recordar que les persones entrevistades que afirmaven no conèixer les organitzacions de reducció de riscos ni les seves actuacions en espais de festa, consideraven que els estands s'adreçaven als no consumidors [cons. OH-C] ja que els associaven amb el 'Drogas NO' i, per tant, amb el discurs abstencionista.

En segon lloc, una altra explicació que connecta amb aquesta dada sorgeix d'alguns relats que identifiquen, exclusivament, els estands informatius amb l'anàlisi de substàncies. Recordem que en aquests casos, algunes de les persones entrevistades preferien no passar pels estands perquè no volien 'sacrificar' una part –potser prou important– de la substància en l'anàlisi.

Finalment, un tercer conjunt d'explicacions remetent a què s'entén que l'actuació d'anàlisi de substàncies tan sols pot servir per confirmar-los allò que ja saben: que estan adulterades. Rebre la confirmació en el context de la festa que, efectivament estan adulterades, tampoc els farà deixar-les de consumir. En tot cas podria 'tallar-los el rotllo' de la nit, motiu pel qual es veu com innecessari. De fet, aquest tercer argument també explica els

casos en què les persones consumidores s'apropen a l'estand però no interactuen amb el personal.

Si atenem ara a les diferències segons el gènere ens adonem que els homes no consumidors [cons. OH-C], sobretot els joves més que no pas els adolescents, tendeixen a no apropar-se als estands, mentre que les dones no consumidores tendeixen, majoritàriament, a apropar-s'hi però sense contactar amb les persones de l'organització.⁴¹² Si ens fixem en la població consumidora, veiem que els homes adolescents són els que genèricament menys s'apropen als estands i els que menys contacten amb el personal.

En aquest sentit, en els relats de les persones entrevistades sorgeix, igualment, la idea que, pel que fa al consum de substàncies, els nois s'associen a formes més impulsives, impetuoses o descontrolades de realitzar-lo, d'acord amb els estàndards i imaginaris de masculinitat heterocentrada i hegemònica. Aquests models de masculinitat imperants, presents en els relats, poden explicar el fet que els nois adolescents no s'apropin als estands, en considerar-los símbols de control, moderació o seny més associats a pautes pròpies de la feminitat.

Efectes de l'anàlisi de substàncies

Si ens centrem en conèixer quines valoracions fan les persones usuàries que han acudit als stands informatius de les

⁴¹² Veure "Tipus d'apropament". Gràfic 55.

organitzacions de reducció de riscos, veiem que gairebé la totalitat les valora com **útils** o molt útils.⁴¹³ L'anàlisi de substàncies és un servei que, com hem vist, genera certa controvèrsia entre els joves i adolescents.

Ja hem vist en apartats anteriors com alguns relats argumenten que aquesta actuació no sembla que hagi d'evitar el consum, sigui quin sigui el resultat de l'anàlisi. Segons aquests relats, la despesa econòmica ja realitzada i el fet de trobar-se en bell mig d'un context festiu procliu al consum fan que els resultats de l'anàlisi no puguin tenir efectes sobre el sentit final del consum.

El fet rellevant a tenir en compte en aquest punt és que aquests relats corresponen a persones que, consumeixin o no substàncies psicoactives en espais d'oci nocturn, no han utilitzat els serveis d'anàlisi de substàncies de forma directa. D'aquesta manera, ens trobem amb persones que afirmen haver-se topat amb els serveis d'anàlisi de substàncies en espais festius i que no s'hi ha acostat precisament per evitar la possibilitat d'haver-se d'enfrontar a una situació en què són coneixedors de l'adulteració de la pròpia substància que es pretén consumir. Ens trobem doncs davant d'una doble actitud: per un costat s'assumeix el fet que les substàncies de què es disposa es troben essencialment adulterades i, per una altra banda, s'evita accedir als serveis d'anàlisi argumentant que una confirmació 'experta' en aquest sentit pot implicar l'aparició de sensacions contradictòries no desitjades. Així, sembla que el fet de passar d'una mera projecció

genèrica –les substàncies que es troben en el mercat són essencialment adulterades– a una certesa en ferm sobre la pròpia situació concreta –la substància que un ha adquirit està altament adulterada davant d'altres que no ho estan– pot portar a haver de desfer-se de la substància o bé a consumir-la amb la incorporació d'una amarga sensació de 'mal rotllo'. En aquest sentit, s'explica la manca d'interès vers el servei d'anàlisi de substàncies en contexts d'oci nocturn que mostren molts joves i adolescents que es troben en possessió de substàncies en aquell mateix moment. I és que sembla que pot ser més còmode 'no saber'. Com hem esmentat anteriorment al llarg del present informe analític, el desenvolupament de pautes de responsabilitat passa per l'accés al coneixement; en aquest sentit, la millor manera de no assumir responsabilitats és, precisament, bo i evitant l'accés al coneixement.

Així, i en concordança amb aquesta línia explicativa, ens trobem amb d'altres relats que, precisament, valoren de forma altament positiva l'impacte que aquesta mena de serveis poden tenir sobre el consum i les seves formes de gestió. El major èmfasi es posa aquí en el fet que l'anàlisi es realitzi en el mateix context de consum. I és que és precisament en el moment en què es produeix el consum quan es pot dur a terme una reflexió més impactant sobre les possibles formes de gestió del mateix. En aquest sentit, ens trobem amb una valoració especialment positiva dels efectes a llarg termini del servei d'anàlisi de substàncies *in situ* en termes d'incrementar la moderació en les pautes i freqüències de consum.

413 Veure "Annex". Taula B.

Una altra qüestió valorada positivament respecte a l'impacte dels serveis d'anàlisi de substàncies es refereix als efectes de monitorització del mercat i filtre informal de la qualitat de les substàncies. S'entén que la detecció i publicació de substàncies 'falses' o en mal estat pot disminuir les possibilitats que es tornin a adquirir substàncies a aquells distribuïdors que poden estar venent-les amb elevats nivells d'adulteració. De la mateixa manera, s'entén que el fet de 'fer públic' que unes substàncies estan adulterades i d'altres no fomenta la introducció d'un element crític en l'adquisició de substàncies i, per tant, en la gestió crítica del consum. I és que no s'hi val a consumir qualsevol cosa en qualsevol moment.

Cal, arribats a aquest punt, parar especial atenció a la interpretació que d'aquesta mena de serveis es fa des d'alguns sectors de promoció de l'oci nocturn. Segons aquests relats, el sol fet de dur a terme l'actuació d'anàlisi de substàncies pot contribuir a generar una bona imatge del conjunt dels projectes i organitzacions de reducció de riscos. En aquest sentit, s'argumenta que la implementació de serveis que vinculin una consciència de salut amb l'assumpció de responsabilitats sobre les possibles formes de gestió del consum suposa un allunyament de les pràctiques tradicionalment repressives i socialment hegemòniques al voltant del consum de substàncies, com poden ser les pròpies de les forces de l'ordre i aquelles atribuïdes al conjunt de les administracions públiques. Per tant, es considera que el sol fet de dur a terme aquesta mena d'actuacions –més enllà dels possibles efectes immediats que puguin tenir sobre els diferents grups de persones consumidores de substàncies en

contextos d'oci nocturn– contribueix a què es valorin i atenguin la resta de missatges i informacions procedents d'aquestes organitzacions, especialment aquelles dirigides al foment de comportaments saludables.

Polítiques públiques, oci nocturn i Reducció de Riscos

Fins aquí hem estat plantejant l'escenari que caracteritza el fenomen de l'oci nocturn, el consum, i els discursos que es despleguen per a comprendre i intervenir en tot allò que fa referència a les drogues i els espais de festa.

Ens interessa finalitzar aquest capítol de conclusions amb un seguit de reflexions sobre la relació que s'estableix entre les polítiques públiques, el sector de l'oci nocturn i les actuacions de reducció de riscos. Entenem que aquestes relacions estan actualment molt vinculades al procés d'*invisibilització* del consum que hem esmentat anteriorment, així com a una manca de comprensió respecte al complex fenomen en xarxa de l'oci nocturn.

Com hem vist en la descripció de les dades, **el sector de l'oci nocturn està sotmès a un creixent procés d'enduriment de la reglamentació i normativització** que el regula. Aquesta situació s'expressa en les recents transformacions de les legislacions vigents del sector. Les persones promotores de l'oci nocturn comenten que aquest increment regulador i sancionador s'ha desplegat sobre múltiples elements que conformen el sentit propi de l'oci nocturn: el consum de tabac –sancionat per la llei antitabac– o la vivència de la nit –limitada per les regulacions en

els horaris de tancament– són exemples enormement il·lustratius d'aquest procés.

Ara bé, davant la constatació de la creixent generalització i extensió del consum de substàncies en els contextos d'oci nocturn, tant la normativa aplicada sobre el sector relativa a aquest fet, així com les sancions i tancaments cautelars que aquesta està suposant, són vistes amb especial preocupació des del sector. Bona part de les actuacions empreses des dels locals d'oci s'encaminen, precisament, a evitar l'entrada i el consum de substàncies dins dels locals.

El principi que regula aquest fenomen és el de l'atribució de responsabilitats. Dit d'altra forma, el fenomen del consum de substàncies s'enfoca a partir de la pregunta: a qui s'ha de responsabilitzar del consum de substàncies en l'oci nocturn? **La responsabilitat es desplaça, alternativament, des de les diverses administracions i poders públics cap a les persones o organitzacions responsables de la gestió de l'oci nocturn**, en funció de si el consum es produeix en l'espai públic o dins dels locals.

Hem explicat aquesta situació a partir de la metàfora de la patata calenta. Segons aquesta, en considerar administrativament, legalment i socialment que el problema es localitza de forma exclusiva en 'la substància', i el fet que la responsabilitat s'atribueix a qui s'hi trobi més a prop, **la qüestió central passa per desfer-se de la patata calenta**. I és que cal treure-se-la de sobre immediatament, evitar cremar-se. En tot aquest escenari en el qual es troba immers el sector de l'oci, s'entén que

es presenten un conjunt de possibilitats cada cop més reduïdes que s'acompanyen de limitacions cada cop majors.

El consum de substàncies il·legals en els locals d'oci s'està afrontant, per tant, des d'una concepció centrada en l'atribució de **responsabilitat legal** que sanciona els locals en atribuir-los la responsabilitat. D'acord amb aquesta lògica –d'altra banda, d'obligat compliment– les actuacions empreses des del sector prioritzen la vigilància, el control i l'expulsió de les substàncies il·legals del local enfront d'altres actuacions possibles.

D'aquesta manera, qualsevol altra actuació, com podrien ser les orientades a incidir sobre els efectes del consum (relació substància / persona), sobre el context de consum (relació substància / persones / context d'oci nocturn) o bé d'altres que incloguessin encara més elements (substàncies / persones usuàries de l'oci nocturn / locals d'oci / administracions), queden relegades a un segon pla en l'agenda del sector. Per tant, d'acord amb la legislació vigent, la preocupació i actuacions corresponents del sector s'orienten, exclusivament, a 'fer fora les substàncies', a desfer-se de la patata calenta. Quines són les conseqüències que es desprenen d'aquesta configuració actual del sector de l'oci a Catalunya en relació al consum de substàncies?

Una valoració negativa del fet que les polítiques públiques aplicades al sector de l'oci depenguin exclusivament del Departament d'Interior. L'oci ha estat relegat a la iniciativa privada per, posteriorment, regular-lo mitjançant disposicions i normativitzacions legals. En efecte, les persones promotores entrevistades denuncien la manca de disseny i planificació de

polítiques proactives de gestió de l'oci nocturn i, més enllà, de l'oci en termes genèrics. Hi afegixen, a més, el caràcter desfasat de la normativa vigent respecte a les transformacions socioculturals de les darreres dues dècades, les quals han incidit decisivament en la forma de concebre socialment l'oci i el temps de lleure.

Segons les persones promotores d'oci nocturn, l'ofensiva coercitiva i sancionadora de l'administració contrasta amb la manca d'estratègies actives de planificació i/o promoció de l'oci. Així mateix, expressen la manca de sistemes formals i regulars d'interlocució entre les administracions i el sector de l'oci.

Rebuig de les actuacions de reducció de riscos en l'interior dels locals (estands amb personal tècnic, anàlisi de substàncies i, en menor mesura, *flyers* informatius) que són interpretades des del sector com una amenaça. I és que la inclusió d'estands en els locals suposa un doble missatge amb dos destinataris diferenciats: a l'administració se li diu que en el local no hi ha consum, però que cal vetllar per la salut dels clients que consumeixen; als clients se'ls diu que no poden consumir en el local, però que en cas que ho facin prenguin mesures per no daminificar la seva salut.

Donat l'escenari en el qual s'ha de desenvolupar el sector, és preferible vetllar per la 'salut' del local més que no pas per la de les persones usuàries d'oci nocturn. Val la pena matisar, tanmateix, que en cap cas es manifesta un rebuig frontal a les polítiques de reducció de riscos, sinó que més aviat es tracta de la idea que resumeix l'expressió **"sí, però a casa meva no"**.

Aquest conjunt de conclusions sobre l'oci nocturn i els diferents discursos, polítiques i intervencions desplegades al voltant del consum de substàncies en espais de festa ens permet obrir el darrer capítol de l'informe: les propostes d'actuació.

Oci nocturn i substàncies psicoactives. Una recerca psicosocial

7. PROPOSTES D'ACTUACIÓ

Presentem a continuació un seguit de propostes que permetran millorar en la gestió de les polítiques i intervencions ja iniciades, així com plantejar noves polítiques, planificacions i actuacions al voltant del consum de substàncies en els espais d'oci i en contextos festius.

En primer lloc, presentem un seguit de recomanacions enfocades principalment a millorar i agilitzar la gestió de les **polítiques preventives públiques** així com aquelles que afecten el sector de l'**oci nocturn**. I és que, com hem anat veient, desvincular el fenomen del consum de substàncies psicoactives de la gestió i planificació de polítiques integrals d'oci és un dels principals entrebancs a l'hora de gestionar aquesta qüestió eficaçment.

En segon lloc, presentem un grup de recomanacions més específiques, destinades principalment a millorar la qualitat i l'impacte dels serveis de reducció de riscos en espais d'oci nocturn. Finalment, presentem una proposta que pretén integrar en la gestió de les polítiques públiques la veu dels protagonistes principals del present estudi: els adolescents i els joves.

Respecte a la gestió de les polítiques públiques

Urgeix l'establiment de sistemes formals d'interlocució entre el sector de l'oci nocturn i les administracions públiques.

Com hem vist, la implementació de polítiques i intervencions de salut en espais d'oci nocturn plantejades des del Departament de Salut topen frontalment amb la reacció adversa que les persones promotores de l'oci nocturn senten cap a l'administració en general, representada pel Departament d'Interior. De fet, el programa Nit Segura, endegat per part d'aquest departament, constitueix un rotund fracàs quant a la seva difusió i grau d'acceptació. Per una banda, existeix en el sector una manca de consciència sobre la necessitat d'educar en qüestions sanitàries relatives al consum de substàncies psicoactives el personal dels locals d'oci nocturn i, per una altra, emergeix una profunda desconfiança cap als consells o recomanacions procedents de l'administració. I és que per aquest sector resulta sovint molt difícil trobar quines són les diferències reals entre l'administració amb vocació sancionadora –el Departament d'Interior– i aquella amb vocació sanitària –el Departament de Salut–.

Mentre no s'estableixin canals formals d'interlocució que permetin connectar les necessitats d'ambdós departaments – Interior i Salut– amb aquelles del sector, les polítiques de salut en espais privats d'oci nocturn estan destinades al fracàs. Cal

doncs establir **sistemes de comunicació** que incorporin, per un costat, representants del **Departament d'Interior** i el **Departament de Salut** i, per un altre, representants de les principals organitzacions i associacions del **sector de l'oci nocturn**. Aquests sistemes de comunicació han de permetre la interlocució periòdica i la fluïdesa en la convocatòria de trobades formals i informals.

Les informacions i consells sanitaris dirigits al personal del sector d'oci nocturn haurien de gestionar-se a través de les seves associacions i federacions.

En l'actual marc de **desconfiança** vers l'administració, qualsevol política de *Nit Segura* que provingui directament d'aquesta es rep amb una gran distància i fins i tot amb recel. En aquest sentit, els òrgans sanitaris han d'utilitzar les xarxes de difusió de les associacions de locals d'oci nocturn, així com de les federacions en què aquestes s'agrupin. Així, més enllà de la necessària coordinació dels òrgans polítics del Departament de Salut amb els del Departament d'Interior a l'hora de gestionar les polítiques preventives sociosanitàries en espais d'oci nocturn, cal establir línies de col·laboració privilegiada entre Salut i les principals associacions del sector de l'oci nocturn.

Aquesta col·laboració beneficiarà els propòsits d'ambdues parts: per una banda, des del Departament de Salut es tindrà una major capacitat de difusió i, per tant, d'influència sobre el sector, atès que les associacions referencials faran arribar als seus

membres les informacions i recomanacions que s'elaborin des del departament; per altra banda, les associacions de locals d'oci nocturn veuran en el Departament un aliat privilegiat en la seva relació conflictiva amb l'administració, representada en el seu cas pel Departament d'Interior.

Cal incidir en el fet que qualsevol intent d'arribar al conjunt dels locals d'oci nocturn sense passar per aquestes associacions sembla veure's destinat al fracàs.

Els serveis de reducció de riscos haurien de fer-se més visibles, principalment, de la mà d'associacions independents.

Cal potenciar la visibilitat dels serveis de reducció de riscos, degut als seus efectes positius sobre l'extensió i difusió de les informacions, així com sobre la credibilitat atorgada a les mateixes. Com hem vist en l'informe, els joves i adolescents entrevistats mostren –de la mateixa manera que els promotors privats– una forta desconfiança vers els missatges institucionals i, en general, vers les institucions. El tercer sector compta amb un marge de credibilitat significativament superior entre joves i adolescents, especialment en tot allò relatiu a les informacions sobre drogues.

En aquest sentit, **s'ha d'apostar decididament per les associacions de reducció de riscos com a motor de canvi en la gestió dels usos de drogues**. Aquesta mesura incrementarà la gestió a partir d'ens especialitzats que es troben

fora de sospita pel que fa a la seva orientació moral i, per tant, a la credibilitat de les informacions lliurades. D'altra banda, la vinculació del segell institucional a un discurs que compta amb la credibilitat de la gran majoria de les persones amb qui entra en contacte pot fer recuperar part de la confiança perduda en el missatge institucional.

Caldria planificar i fomentar actuacions conjuntes entre el sector de l'oci nocturn, les organitzacions de reducció de riscos i l'administració.

Un cop es compti amb canals de comunicació periòdica entre el sector de l'oci nocturn i els departaments d'Interior i de Salut, es fa necessari l'establiment d'actuacions conjuntes en reducció dels riscos associats als usos de drogues. En aquest apartat, es fa necessària la incorporació d'un tercer agent, això és, les **entitats de reducció de riscos** –que són les que s'han d'encarregar efectivament de la seva implementació en els espais festius–.

Una estreta col·laboració a tres bandes permetria l'establiment d'acords per tal de dur a terme actuacions concretes de reducció de riscos en els espais d'oci nocturn.

Els beneficis es farien evidents per a tots tres agents:

L'administració podria implementar les seves polítiques socio sanitàries *in situ*, sense topar amb l'oposició que aquestes generen actualment en el sector de l'oci nocturn.

El sector de l'oci nocturn reduiria la sensació d'*amença institucional* a l'hora d'implementar actuacions dirigides a la promoció de la salut de la seva clientela tot augmentant la seva seguretat socio sanitària.

Les entitats de reducció de riscos podrien implementar actuacions pactades amb les autoritats sanitàries, tot oferint un servei de qualitat als locals d'oci nocturn i a la seva clientela.

Caldria establir mecanismes de promoció i/o planificació proactiva i integral de l'oci nocturn.

Més enllà de l'establiment de canals de col·laboració entre els agents concrets, es fa evident al llarg de l'informe que la gestió dels plaers i els riscos està intrínsecament vinculada a l'actual configuració en xarxa de l'oci nocturn. En aquest sentit, i com hem anat veient, no existeixen a Catalunya polítiques integrals per a l'oci –ni per a l'oci nocturn– que prenguin en consideració tots els elements que s'hi relacionen. Aquesta manca de planificació de l'oci nocturn fa molt difícil la gestió de les múltiples problemàtiques que se'n puguin derivar, entre elles la gestió dels problemes socio sanitàris derivats dels usos de substàncies psicoactives.

En aquest sentit, el disseny de polítiques integrals per a l'oci nocturn s'ha d'elaborar a partir d'un seguit d'actuacions diverses. A l'hora de dissenyar i planificar les polítiques públiques de l'oci nocturn **caldria treballar a partir de les aportacions i el treball conjunt de les veus dels diferents agents implicats**

en el fenomen. D'aquesta manera, i amb l'objectiu de conèixer les problemàtiques, necessitats i possibilitats de l'oci nocturn, **caldrà constituir un Comitè de treball per a l'oci nocturn**, que -de manera òptima- hauria d'incloure:

La veu dels diferents ens institucionals implicats: caldrà incorporar representants de diferents departaments que de forma directa o indirecta estan implicats en el fenomen de l'oci nocturn. En aquest sentit, seria recomanable establir sistemes de coordinació interdepartamental amb l'objectiu d'endegar actuacions integrals i conjuntes entre els departaments d'Interior, Salut, Educació, Cultura i Joventut.

La veu dels promotors privats de l'oci nocturn: caldrà incorporar representants de les diferents iniciatives col·lectives del sector de l'oci nocturn d'abast autonòmic.

La veu de les persones expertes en Reducció de Riscos: caldrà incorporar les associacions de professionals i col·lectius d'experts que actualment operen en el territori català amb l'objectiu de reduir els riscos associats als usos de substàncies psicoactives.

Així mateix, caldrà incloure en aquest Comitè:

La veu de persones treballadores del sector de l'oci nocturn: cal incorporar associacions o col·lectius que representin l'*staff* del sector de l'oci nocturn: cambrers i cambreres, controladors d'accessos, Dj's o altres persones que puguin estar vinculades laboralment al sector de l'oci nocturn.

La veu de les veïnes i veïns: cal incorporar la veu de les associacions de veïnes i veïns. S'hauria de tenir en compte aquelles més genèriques, que s'agrupen en forma de federacions, però també, i especialment, aquelles que representin les veïnes i veïns propers a zones d'oci nocturn.

La veu de les persones usuàries d'espais d'oci nocturn: caldrà consultar quina és la visió i les necessitats de les persones usuàries d'aquests espais. Atès que no existeixen associacions que puguin representar aquest col·lectiu, caldrà explorar en profunditat les necessitats que manifesta aquesta població.

En aquest sentit, al final d'aquest apartat proposem una metodologia que podria donar una resposta àgil a la necessitat d'incorporar activament aquest col·lectiu en la planificació de les polítiques d'oci nocturn.

Caldria treballar activament per a implementar una actualització de la normativa vigent en relació a les drogues i l'oci nocturn.

Vistos els resultats del present informe, es fa cada cop més necessària una actualització de la normativa aplicada al sector de l'oci i a les drogues. La reglamentació vigent hauria d'ajustar-se, tenint en compte les recents transformacions socioculturals que han incidit de forma decisiva en la forma de concebre socialment l'oci nocturn i el temps de lleure en general. La legislació vigent és un dels elements que configuren els nòduls de la xarxa de l'oci

nocturn, entre els quals –i amb gran presència– hi destaca el consum recreatiu de substàncies psicoactives.

Un espai òptim per a explorar la situació actual seria precisament el *Comitè de treball per a l'oci nocturn* citat més amunt. Aquesta actualització de la normativa podria incidir molt positivament en l'establiment d'un model de gestió de l'oci que no topi amb les noves necessitats sociosanitàries, les quals, amb la legislació actual, plantegen grans dificultats per al seu abordatge.

Respecte a la gestió de les polítiques i intervencions de reducció de riscos

Caldria visibilitzar activament el discurs, les polítiques i les actuacions de reducció de riscos.

El consum recreatiu de substàncies psicoactives és una pràctica cada cop més generalitzada i, com hem vist en la descripció de les dades, es percep una manca d'alternatives davant del creixent col·lapse del paradigma assistencial i abstencionista. Com hem anat veient, en una societat en què les substàncies psicoactives ocupen un espai cada cop més normalitzat, l'actual paradigma predominant no dóna eines suficients per a desenvolupar sòlidament una capacitat de decisió a partir de criteris de salut i responsabilitat.

Un dels principals efectes d'aquesta deficiència es posa de manifest en aquells adolescents i joves que decideixen no

consumir, els quals no compten amb arguments que els permetin consolidar la seva decisió. En l'altre extrem, veiem com aquells que decideixen consumir no compten amb criteris per evitar que una pràctica col·lectiva derivi en problemes personals de tipus sanitari, laboral, familiar o social. Tots plegats, a més, no compten amb eines per ajudar els altres cas que ho necessitin.

El paradigma de reducció de riscos ha d'apostar decididament per esdevenir un discurs públic, i és que cal cercar estratègies de salut pública que no exclouin una part cada cop major de la població, especialment d'aquella més jove. La gestió de les pròpies decisions és una tasca que conté un ingredient fonamental que es basa en els elements col·lectius de gestió. Així, per tal d'*empoderar* el jovent, cal oferir eines també al professorat, a les famílies i al conjunt de possibles agents de referència en la presa de decisions dels joves. La reducció de riscos ha d'apostar per donar respostes a una societat que conviu inevitablement amb les substàncies psicoactives d'ús recreatiu. Cal, doncs, obrir l'espai de la salut pública i fer esforços per a visibilitzar-ne públicament el seu discurs.

Així doncs, s'haurien d'explorar fórmules per tal d'incorporar de forma obligatòria la salut pública en l'ús de les drogues en el currículum escolar⁴¹⁴. De la mateixa manera, caldria explorar fórmules per tal de generalitzar les campanyes de reducció de riscos en els àmbits formatius i informatius de caràcter generalista (mitjans de comunicació, principalment).

414 Aquest punt es planteja com a proposta més endavant

Cal dir que, a partir dels resultats d'aquesta recerca, es pot concloure que un dels efectes que emergirien a partir de la generalització del paradigma de reducció de riscos passaria per la recuperació de la confiança que el jovent ha perdut en l'administració (si més no pel que fa a tot allò relacionat amb la gestió de les substàncies psicoactives). Així, es fa palès que l'aposta per la reducció de riscos implicaria també, i entre d'altres efectes, un creixement de la capacitat d'acció institucional.

Caldria incorporar activament la població 'no consumidora' com a població diana dels serveis de reducció de riscos.

Per tal d'implementar la recomanació anterior, cal tenir molt present l'abast integral de la població diana. I és que tot i que el discurs de reducció de riscos incorpora en termes teòrics el no consum dins del seu camp d'actuació, es fa palès que el seu discurs i els seus serveis es perceben, de forma genèrica, com a bàsicament dirigits a la població consumidora. En aquest sentit, **cal desenvolupar un discurs elaborat que permeti fer de la reducció de riscos un paradigma accessible globalment tant per a les persones consumidores com per a les no consumidores.** L'aposta decidida per incorporar una població destinatària no consumidora requeriria de l'elaboració de materials informatius que incorporessin extensament formes de gestió del no consum.

Es tracta d'elaborar **materials mixtes**. Això significa que haurien de proporcionar eines pràctiques i útils per a gestionar el consum propi, el grupal com l'aliè i, paral·lelament, per gestionar el no consum propi, tant el grupal i l'aliè. Cal desenvolupar un discurs destinat a una població en la que conviuen persones que no fan ús de substàncies psicoactives junt amb d'altres que sí en fan ús. S'ha de desdibuixar el perfil irrevocable del receptor del discurs, i això s'ha de reflectir en els materials informatius. Cal doncs potenciar l'empoderament dels adolescents i joves que decideixen no consumir.

Els efectes d'aquesta obertura explícita poden ser diversos:

Prevenició primària. Un dels efectes més destacables de les informacions disponibles a partir del paradigma de reducció de riscos és la seva potencialitat en termes de prevenició primària. Com hem vist, els joves i adolescents que han decidit no consumir no disposen d'arguments ni recursos sòlids per poder raonar –davant d'altri o d'elles mateixes– els motius que porten a una abstinència en el consum. La reducció de riscos es manifesta com a una eina molt efectiva no tan sols per a mantenir aquesta decisió d'abstinència, sinó també, i especialment, per a consolidar-la davant la creixent pressió i normalització del consum en els espais d'oci nocturn.

Normalització del paradigma de reducció de riscos. Un dels efectes inevitables de la generalització del discurs a la població no consumidora és la seva progressiva normalització social.

Visibilització extensiva dels serveis de reducció de riscos. Un efecte rellevant seria el fet de desproveir els serveis de

reducció de riscos de l'estigma que pesa sobre ells i, en general, sobre tota iniciativa que visibilitzi l'estat actual de consum de substàncies. Aquesta desestigmatització permetria, per un costat, la concurrència als serveis d'un públic més ampli, i per un altre, la normalització d'un abordatge públic de la gestió del consum més enfocat a criteris de salut i menys a criteris morals o exclusivament legals.

Caldria establir mecanismes que assegurin la difusió efectiva dels serveis entre la població adolescent.

Com hem vist, els serveis de reducció de riscos tenen un baix impacte sobre la població adolescent. Aquesta població no es veu beneficiada pels serveis, els quals són àmpliament desconeguts – en una proporció molt major que la que es dona entre la població major d'edat–.

Es fa necessari, doncs, dur a terme actuacions específiques per a aquesta població. Aquestes actuacions han d'enfocar-se amb una doble vessant:

Una major incidència d'intervencions de reducció de riscos en aquells espais festius freqüentats principalment per adolescents. Per exemple, discoteques *light* o determinats concerts musicals.

Sistematització de la reducció de riscos en el currículum escolar. Cal que els tallers de reducció de riscos que ja s'estan implementant actualment es sistematitzin i generalitzin com a

part integrant del currículum de les diverses escoles i instituts del territori.

Caldria incorporar la reducció de riscos en el currículum escolar.

Com veiem, aquesta mesura ha de donar resposta a la manca d'impacte que la reducció de riscos presenta davant la població adolescent. És evident que una actuació d'aquesta mena es desprèn de les taules de diàleg i col·laboració que cal establir dins l'administració –de forma interdepartamental– i entre aquesta i els diferents agents vinculats a la xarxa de l'oci nocturn descrita en aquest informe. Aquesta mesura seria convenient, per un costat, per donar resposta al significatiu dèficit de recursos preventius que presenta la població adolescent i, per un altre, a la generalització del paradigma de salut pública com a model social.

Caldria realitzar actuacions temporalment sostingudes en les poblacions de major densitat.

Com hem vist, els serveis de reducció de riscos tenen un impacte baix en els territoris amb una alta densitat de població. Els motius que justifiquen aquesta baixa efectivitat passen pel fet que, mentre que les actuacions de reducció de riscos es distribueixen homogèniament pel que fa a la freqüència i

poblacions a les que es desplacen pel territori català, la densitat de població es distribueix de forma molt desequilibrada.

De la mateixa manera, hem vist que algunes de les persones promotores veuen amb bons ulls l'existència d'un compromís d'assistència regular i, en canvi, valoren negativament els casos en que les actuacions es duen a terme amb intermitència.

Existeix doncs una demanda per dur a terme actuacions més sostingudes en aquells locals en què hi ha una gran aflluència de persones, una bona part de les quals són clients puntuals, i no sempre coincideixen en el temps amb les actuacions dels serveis de reducció de riscos, amb la qual cosa no se'n poden beneficiar. Aquesta demanda té a veure amb la qüestió de la baixa quota d'actuacions en espais amb alta densitat de població. Caldria donar resposta a aquesta demanda de regularitat, la qual ompliria el desequilibri actual.

Per aquest motiu, recomanem dur a terme actuacions més sostingudes temporalment en els espais d'oci nocturn de les poblacions de major densitat poblacional, ja que un mateix local d'oci nocturn ubicat en aquestes ciutats aglutina diferents persones cada cap de setmana degut a la seva mobilitat superior. Cal assegurar, doncs, una resposta més equilibrada, no tant a nivell de distribució territorial, sinó a nivell de distribució poblacional.

Caldria promocionar l'establiment de punts informatius permanents.

Una de les vies per a donar solució a la manca de resposta dels serveis davant el desequilibri poblacional que es dona en el territori català passaria per la promoció de punts informatius permanents. Es tractaria de situar estands informatius permanents en aquelles zones d'oci que aglutinen diversos locals d'oci nocturn. Els punts informatius permanents per a la reducció de riscos donarien resposta a una gran quantitat de població que freqüenta aquests espais. En aquest cas, aquest *stand* hauria d'incorporar un equip de primers auxilis, i hauria d'estar en connexió directa amb el servei d'emergències mòbils. Es donaria resposta així a tot l'espectre de necessitats sanitàries, preventives i curatives, que emergeixen en els espais d'oci en què es produeix una gran concentració de persones.

Els promotors d'oci nocturn veuen una actuació d'aquesta mena com a molt favorable ja que dona resposta a les seves inquietuds respecte als problemes sanitaris amb que es pugui trobar la seva clientela. Així mateix, cal que els diferents ens públics es coordinin amb les associacions de locals d'oci nocturn per dur a terme actuacions específiques com les esmentades. Aquesta mesura permetrà superar la sensació d'amenaça que moltes persones promotores senten amb la ubicació dels estands dins els seus locals.

Atès que un servei d'aquesta mena beneficiaria el conjunt de locals que s'agrupen en una mateixa zona d'oci, el finançament del servei hauria de contemplar una aportació per part del patronat de la zona. Aquest co-finançament ha de pactar-se a partir dels vincles d'interlocució periòdics que, de forma triangular, l'administració ha d'establir amb les associacions de locals d'oci nocturn i les entitats de reducció de riscos, i que comentem més amunt.

Caldria formar el staff de reducció de riscos.

Els grups experts en reducció de riscos haurien d'elaborar cursos de formació específics per al personal dels locals d'oci nocturn (controladors d'accessos, cambres i cambres). Així, i més enllà de la formació en primers auxilis, cal que aquestes persones adquireixin coneixements específics sobre els efectes immediats vinculats al consum de substàncies: reconeixement de símptomes, actuacions recomanades, noves substàncies desconegudes que puguin estar arribant, etc.

Caldria incorporar el 'grup d'iguals' com a interlocutor privilegiat del discurs.

Com hem vist, els *flyers* constitueixen el principal mitjà de difusió de les informacions de reducció de riscos. El discurs desplegat en aquests fullets informatius es dirigeix gairebé únicament a

l'individu, apel·lant a la seva responsabilitat individual per tal de gestionar el consum. Com sabem, però, el consum de substàncies psicoactives és una pràctica col·lectiva que es gestiona i normativitza a partir de cultures grupals de consum.

En aquest sentit, el discurs de reducció de riscos i, més concretament, les indicacions i informacions dels fullets informatius, s'han de dirigir al centre neuràlgic de la gestió del consum, això és, a les cultures grupals de consum. Un individu no pot gestionar de forma responsable el seu consum si no s'incideix en les pautes de consum grupal. Per posar un exemple, la utilització d'un *culo*, o esnifador, a títol individual pot no tenir sentit si el grup considera aquesta pràctica com a contrària als rituals de cohesió propis del col·lectiu.

En aquest sentit, un missatge destinat a incidir en la responsabilitat de l'individu està destinat a fracassar en una part important dels casos ja que no és incorporat en el context propi de consum: el col·lectiu.

Hi ha algunes actuacions que poden servir per a reflexionar al voltant de la gestió del consum a partir de la modificació de les cultures grupals:

Reflexionar sobre la persona a qui es dirigeix el missatge.

Tradicionalment, els *flyers* de reducció de riscos es dirigeixen a l'individu, això és, s'expressen en segona persona del singular. Caldria combinar aquesta fórmula amb d'altres com són la primera persona del singular i la primera i la segona del plural, segons sigui el cas. En d'altres paraules, cal alternar el missatge

a la persona amb la reflexió personal, i el missatge al grup amb la reflexió grupal.

Així, per exemple, es podria fer referència, també, al grup d'iguals com l'interlocutor dels missatges i fer servir la fórmula "en el grup amb el que surts, com sabeu el que us foteu?". O bé imaginar alternatives al "fes-te el teu rulo", que emfasitza en una conducta individual, i incidir en missatges del tipus "quan facis les ratlles, reparteix rulos per a tothom (per a tota la penya)" o bé "reparteix les ratlles i també els rulos"; o encara un altre exemple, "quan facis les ratlles fes també els rulos".

Proporcionar eines de gestió grupal del risc. Cal explicar als individus com han de gestionar els riscos dels seus iguals dins i fora del grup, i cal explicar al grup com ha de gestionar els riscos dels seus membres. De la mateixa manera, cal donar eines als no consumidors [cons. OH-C] perquè puguin gestionar i reduir els riscos dels seus iguals consumidors en cas de necessitat. Per posar alguns exemples: no només s'ha de dir que si es consumeix determinada substància cal beure aigua, cal animar els joves i adolescents a oferir aigua als seus companys i companyes; de la mateixa manera, s'ha de dir què cal fer i com pot actuar el grup davant d'un mal viatge d'algun dels seus membres, i aquestes actuacions han de dirigir-se a atenuar l'ansietat sentida tant per la persona que ho sofreix com per la resta del grup que, de forma diferenciada, també comparteix l'experiència.

Dissenyar i proposar activitats de gestió grupal del consum. Aquestes activitats han de ser imaginatives i han de vincular la diversió amb la responsabilitat de grup. Caldria

proposar activitats experiencials que incideixin directament en les formes de gestionar col·lectivament el consum. Per exemple, jocs col·lectius en els que es premiés el coneixement de la composició

Caldria generalitzar els flyers com a estratègia de difusió del discurs de reducció de riscos.

de les substàncies.

Es fa palès que, més enllà del contacte directe amb els serveis, els fullets informatius conformen, a dia d'avui, la principal eina de difusió del discurs de reducció de riscos. Les produccions textuais de reducció de riscos estan actualment força diversificades i constitueixen un dels punts forts dels serveis. Vista la gran efectivitat d'aquest mitjà de difusió sembla convenient augmentar-ne la difusió, en la mesura del possible, a tots aquells espais vinculats a l'oci nocturn en els que no es puguin dur a terme actuacions presencials; per exemple, pubs, bars musicals, sales de concert, etc.

Més enllà, caldria estendre l'ús d'aquests fullets informatius en entorns concorreguts pel jovent en general, bé tinguin relació amb contextos de consum, bé n'estiguin completament desvinculats; per exemple, punts d'informació juvenil, centres cívics, espais culturals, esplais, centres esportius, etc.

Caldrà sistematitzar dos tipus de fullets informatius, cadascun amb diferents finalitats:

Fulletts informatius en profunditat. Són aquells que proporcionen una gran quantitat d'informació sobre un tema determinat o sobre una substància concreta. Aquests fullets són molt atractius a nivell individual i constitueixen una base de dades i d'informació que el lector ha de voler conservar amb ell.

Flyers mòbils. Són fulls petits, de la mida d'un paquet de tabac, o bé d'una postal, que proporcionen missatges breus i clars sobre la reducció de riscos. El seu objectiu ha de ser la mobilitat d'un missatge concret i fàcil de recordar.

Cal tenir present que, com hem vist en l'informe, allò que crida més l'atenció del jovent són les qüestions gràfiques. Aquestes s'han de fer servir com a reclam principal a l'hora de fer atractius els *flyers*. A partir d'aquí, cal pensar en les imatges i en els

Caldria establir criteris de selecció del personal tècnic dels stands informatius.

continguts pensant específicament en els objectius propis de cada format que acabem de definir.

Com hem vist, a l'hora de valorar el personal tècnic dels stands informatius, les persones usuàries de l'oci nocturn mencionen que prefereixen alguns perfils concrets, mentre que d'altres semblen ser rebutjats per a la realització d'aquestes tasques.

De cara a optimitzar els serveis que s'ofereixen tant des de les diverses actuacions de reducció de riscos existents com de les que es puguin emprendre properament **cal ser curosos en la**

selecció prèvia del personal tècnic dels stands informatius, seguint diferents criteris perquè s'ajustin al perfil òptim. Aquests criteris haurien de contemplar un seguit de coneixements, aptituds i actituds.

Així, en primer lloc, cal que les persones encarregades d'informar en els stands disposin de **determinats coneixements específics**. Recomanem, en aquest sentit, privilegiar els perfils que disposin de coneixements concrets sobre:

- El funcionament i les formes d'interrelació de les cultures juvenils.
- Les cultures grupals de consum de substàncies.
- El llenguatge i estil comunicatiu propi dels contextos d'oci nocturn.
- Els efectes de les diferents substàncies a curt, mig i llarg termini.
- La composició de les diferents substàncies presents en l'oci nocturn.

En segon lloc, cal que les persones que han d'atendre al públic responguin a **determinats perfils aptitudinals**. Recomanem que:

- Al marge de la seva edat, es comparteixin i expressin uns valors culturals propers als vinculats a la cultura juvenil.
- Es mostri passió per la temàtica.

Finalment, cal que les persones que atenguin al públic adoptin **determinades disposicions d'actitud** i formes d'estar. Recomanem que:

- S'adopti un tarannà no invasiu, deixant un marge per a què les persones que s'apropin als estands puguin explorar sense pressions allò que s'hi ofereix.
- Es presenti disposició per atendre activament les demandes de les persones que s'hi apropin.
- S'eviti fer judicis morals sobre la pauta de consum de les persones que s'hi apropin.

Caldria incorporar activament els joves i adolescents en la planificació de les polítiques públiques.

Respecte a la necessitat d'endegar polítiques més participatives

No podem finalitzar aquest informe sense posar èmfasi sobre una de les principals deficiències detectades al voltant de les polítiques i intervencions públiques dirigides a joves i adolescents: l'absència dels propis joves i adolescents en la planificació d'aquestes polítiques.

Tradicionalment, la presa de decisions al voltant de les polítiques públiques es concentra al voltant d'agents polítics, els quals es poden deixar influenciar en major o menor mesura per d'altres

agents socials –generalment figures que gaudeixen de cert pes social o econòmic– o bé per experts que elaboren el coneixement des d'una òptica diferent a l'habitual.

La funció del present estudi és precisament contribuir a aquesta mirada experta i, com a tal, s'hi desenvolupa determinat coneixement, a partir del qual se'n desprenen un seguit de conclusions que van acompanyades de determinades propostes.

Tanmateix, allò que no és gens habitual és la incorporació en la planificació política de la població directament afectada per les actuacions que d'aquesta se'n deriven. En alguns casos, l'absència de les persones afectades per les diferents polítiques en la planificació de les mateixes es pot deure, precisament, a una voluntat expressa de mantenir les persones afectades lluny d'aquestes planificacions; en d'altres casos, pot ser degut a una manca de tradició política i ciutadana en aquest sentit; finalment, també pot passar que no se sàpiga com incorporar la veu d'aquesta població de forma rigorosa i, alhora, operativa.

Proposem doncs, a continuació, un procediment per a la incorporació de les persones protagonistes en la gestió directa de les polítiques públiques. Per a la consecució d'aquest objectiu podem recórrer a una metodologia que s'està desenvolupant amb gran èxit en el camp de la solució de controvèrsies socials i tecnocientífiques, ens referim a les anomenades **conferències de consens** –conegudes també com a *conferències ciutadanes*, a França, o com a *publifòrums*, a Suïssa–. La conferència de consens és un mètode participatiu d'elaboració de coneixement que està concebut per a eixamplar el cercle de discussió que, com hem dit, es limita normalment a aquells que prenen

decisions i, en alguns casos, al cos d'experts, que proporcionen dades a aquests primers.

Per a plantejar una conferència de consens caldria, en primer lloc, crear un **comitè de pilotatge**, un grup qual ha de ser l'encarregat de gestionar el procés, això és, la selecció de les persones protagonistes i dels experts i convidats, però també la formulació concreta de les principals qüestions o la determinació dels terminis d'execució. Les persones integrants d'aquest grup de pilotatge han de tenir certa expertesa i pertànyer a una entitat independent als poders públics, així com a la gestió directa de la problemàtica que pretén ser resolta.

En segon lloc, el grup de pilotatge hauria d'elaborar una pregunta inicial enfocada a donar resposta a les necessitats de planificació política. Per posar un exemple: "Com haurien de gestionar els poders públics el consum de drogues?"

A partir d'aquí proposem un model en tres fases:

Fase 1. Constitució de dos panells de discussió:

- Un pannel de 15-20 adolescents
- Un pannel de 15-20 joves

Aquests joves i adolescents seran seleccionats pel grup de pilotatge. Les persones integrants dels panells han de ser escollides a partir de tècniques d'aleatorització, però cal assegurar-se que reflecteixin les diferències i matisos propis del col·lectiu protagonista. En aquest cas, es tractaria d'incorporar

joves i adolescents amb cultures d'oci diferenciades, usuaris de diferents espais i contextos juvenils.

Així mateix, haurien de presentar **diferents pautes de consum** de substàncies psicoactives. Una de les característiques bàsiques de les persones escollides és que no han de ser expertes en la qüestió tractada, tan sols han de formar **part activa** de l'escenari en el qual s'aplicaran les polítiques a planificar.

En el primer contacte, el grup de pilotatge farà un seguit de preguntes als membres dels panells. Aquestes preguntes han d'obrir un seguit d'interrogants que s'hauran d'elaborar més endavant en el pannel de discussió. Així mateix, el grup de pilotatge consensuarà amb els membres dels panells la tria d'un conjunt de figures amb coneixements específics sobre la gestió examinada, en aquest cas la gestió pública del consum de substàncies psicoactives. Aquests especialistes haurien d'incloure figures del món acadèmic o intel·lectual, figures polítiques, tècnics de prevenció, promotors d'oci, personal sanitari, etc. Cal cercar persones que comptin amb arguments i que se situïn en diferents pols (si és que n'hi ha) al voltant de la controvèrsia. En tot cas, a la proposta inicial del grup de pilotatge s'hi haurà d'incorporar aquelles que puguin ser rellevants segons el criteri dels membres del pannel.

Fase 2. Desenvolupament de sessions de formació.

Aquesta fase hauria de ser molt curta quant al temps de dedicació. De fet, es pot dividir en un parell de sessions que es poden integrar en dos caps de setmana respectivament. En el

decurs de la primera sessió, el grup de persones especialistes – consensuades prèviament entre els membres del pannel i els del grup de pilotatge- exposaran les línies principals del problema. Així, alguns exemples de temàtiques de formació podrien ser:

- Composició de les substàncies i efectes a curt, mig i llarg termini.
- Legislació vigent.
- Visions contraposades a partir de diferents agents socials implicats.
- Resultats de diferents estudis realitzats.

Si bé durant la primera sessió els membres del pannel són bàsicament 'receptors', aquesta situació canviarà en la segona sessió. En aquesta segona part, i després d'un període relativament curt de reflexió, els integrants del pannel són els qui plantegen qüestions als especialistes. Es planteja aquí un diàleg obert entre figures expertes i no expertes.

Fase 3. Elaboració d'un document final.

Passat un breu període de temps després de la finalització de la fase 2, els membres del pannel elaboren un document en què donen resposta a les preguntes plantejades a l'inici de la conferència de consens. Aquest document l'hauran d'elaborar a partir de línies consensuades entre tots els integrants del panell.

En aquesta darrera fase ja no hi pot intervenir cap de les figures expertes convidades, ni tampoc cap dels membres del grup de pilotatge. En aquest punt, alguns autors (Callon, 2001)

consideren molt interessant que el document es presenti en el decurs d'una conferència de premsa, per garantir un impacte mediàtic que visibilitzi l'estat de la qüestió.

El present informe és fruit d'una demanda institucional i, per tant, es fa evident l'existència d'una voluntat política d'incorporar noves visions i reflexions per tal d'imprimir riquesa i qualitat a la planificació de les polítiques públiques. Amb aquest informe s'incorpora, doncs, el criteri d'una mirada experta per tal de confirmar determinades intuïcions ja existents, de decantar-ne algunes altres de fonamentals i, fonamentalment, per tal d'obrir noves mirades de coneixement i d'acció.

Falta doncs fer el darrer pas, això és, incorporar de forma decidida la població afectada per les polítiques públiques en la planificació directa de les mateixes. Es tracta d'una acció de democràcia participativa que, sens dubte, ajudarà a fer polítiques d'acord amb les opinions, valoracions i necessitats de la població protagonista. Si bé és necessari nodrir-se de coneixement expert elaborat a partir de mirades àmplies, el següent pas, molt necessari, és incorporar la veu dels protagonistes en l'elaboració activa de diagnòstics i propostes per a la planificació de les polítiques públiques.

BIBLIOGRAFIA

- Agresti, A.; Finlay, B. (1997). *Statistical methods for the Social Sciences*. Florida: Prentice Hall.
- Akram, G.; Galt, M. (1999) "Profile of Harm-reduction Practices and Co-use of Illicit and Licit Drugs Amongst Users of Dance Drugs". A: *Drugs: Education, Prevention and Policy*. Vol. 6. [pàgines 215-225]
- Alonso Sanz, C.; Salvador LLivina, T. & Suelves Joanxich, J. M. (2004) "Glosario Sobre Prevención del Abuso de Drogas". Madrid: Ed. Centro de Estudios Sobre Promoción de la Salud.
- Azorín, F.; Sánchez-Crespo, J.L. (1986) *Mètodes i aplicacions del mostreig*. Madrid: Aliança Universitat Textos.
- Beck, U.: Giddens, A. & Lash, S. (1994) *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Editorial.
- Beck, U. (1998) *The politics of risk society*. A: Franklin, J. (Ed.). Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (1998) *La sociedad del riesgo*. Buenos Aires: Paidós.
- Beck, U. (2002) *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Ed. Siglo XXI.
- Benschop; Rabes; Korf. (2002) *Pill testing – Ecstasy & Prevention. A scientific evaluation in three european cities*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Beriain, J. (1996) *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Ed. Anthropos.
- Bottero, G. (1998) "Della Ragion di Stato". A: Luhmann, N. *Sociología de los riesgos*. Univ. Iberoamericana de México: Ed. Triana.
- Butler, S., Mayock, P. (2005) "An Irish solution to an Irish problem': Harm reduction and ambiguity in the drug policy of the Republic of Ireland." A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 415-422]
- Burrows, D. (2005) "Towards a regulated market for illicit drugs: effects of the harm reduction model of controlled drug availability". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 8-9]
- Callon, M.; Lascoumes, P. & Barthe, Y. (2001). *Agir Dans un Monde Incertain. Essai sur le Démocratie Technique*. Paris: Éditions du Seuil.
- Causa i Faura. (2005) *Recerca avaluativa del material 'Qué Ruli... manual per a mans properes al cànnabis'*. A: www.spora.ws/galeria/informes/avaluació_que_ruli.pdf [última visita 1 s'abril de 2007], o bé www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/pdf/aval_rece_rcaqruli.pdf [última visita 28 de desembre 2006]

- Colom, J. (2001) "Análisis de las intervenciones en drogodependencias en el Estado Español desde sus orígenes hasta la reducción de daños". A: Grup IGIA. *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUP IGIA.
- Dalhousie University (2005) "Empirical evidence from Anintegrated school- and community-based demonstration intervention addressing drug use among adolescents". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 121-126]
- Duff, C. (2003) "The Importance of Culture and Context: Rethinking Risk and Risk Management in Young Drug Using Populations." A: *Health, Risk & Society*. Nº 5 [pàgines 285-299].
- Duff, C. (2005) "Party drugs and party people: examining the 'normalization' of recreational drug use in Melbourne, Australia". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 161-170]
- Elliott, L.; Orr, L.; Watson, L.; Jackson, A. (2005) "How Effective Are Secondary Prevention Interventions for Young Drug Users?" A: *Family Therapy*. Nº32. [pàgines 1-22]
- Escohotado, A. (1998). *Historia General de las Drogas*. Madrid: Espasa Fórum.
- European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. A: <http://www.emcdda.europa.eu> [última visita el 22 de novembre de 2006]
- Foucault, M. (1976) *Historia de la sexualidad*. 1. La voluntad de saber. Madrid: Siglo XXI. 1995.
- Friedman, S.R., Touze, G. (2006) "Policy bereft of research or theory: A failure of harm reduction science". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 17. [pàgines 133-135].
- Funes, J. (1996) *Drogas y adolescentes*. Madrid: Aguilar.
- García Ferrando, M. (2003) *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- Giddens, A. (1995) *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Madrid: Ed. Península.
- Giddens, A. (1998) "Risk Society: the context of British Politics". Citat a: Beriain, J. *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Ed. Anthropos.
- Grup IGIA. (2001). "Gestionando las drogas. Conferencia de consenso sobre reducción de daños relacionados con las drogas: cooperación e interdisciplinariedad". Barcelona: Grup IGIA.
- Husler, G.; Werlen, E.; Rehm, J. (2005) "The Action Plan- A New Instrument to Collect Data on Interventions in Secondary Prevention in Adolescent". A: *Substance Use & Misuse*. Nº 40. [pàgines 761-777].
- Kerr, T., Small, W., Peeace, W., Douglas, D., Pierre, A., Wood, E. (2006) "Harm reduction by a "user-run"

- organization: A case study of the Vancouver Area Network of Drug Users (VANDU)". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 17.
- Klein, A., Day, M., Harriott, A. (2005) "Caribbean Drugs. From Criminalization to Harm Reduction". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 33-43]
 - Kuhn, T. (1962). *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica. 1997.
 - Luhmann, N. (1997) *Observaciones de la modernidad*. Barcelona: Ed. Paidós.
 - Luhmann, N. (1998) *Sociología del riesgo*. Univ. Iberoamericana de México: Ed. Triana.
 - MacMaster, S.A. (2004) "Harm Reduction: A New Perspective on Substance Abuse Services". A: *Social Work Magazine*. Nº 49. [pàgines 493-498].
 - MacMaster, S.A., Holleran, L. K. (2005) "Empirical and Theoretical Support for Inclusion of Non-Abstinence-Based Perspectives in Prevention Services for Substance Using Adolescents". A: Chaffin, K. *Journal of Evidence-Based Social Work*. Nº 2. [pàgines 67-77].
 - MacPherson, D., Mulla, Z., Richardson, L. (2006) "The evolution of drug policy in Vancouver, Canada: Strategies for preventing harm from psychoactive substance use". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 17. [pàgines 127-132].
 - Mayock, Paula. (2005) "'Scripting' Risk: Young People and the Construction of Drug Journeys." A: *Drugs: Education, Prevention and Policy*. Vol. 12, no. 5. [pàgines 349-368].
 - McKeganey, Neil; Morris, Zoe; Neale, Joanne; Robertson, Michele. (2004) "What Are Drug Users Looking for When They Contact Drug Services: Abstinence or Harm Reduction?" A: *Drugs: Education, Prevention and Policy*. Nº 11. [pàgines 423-435].
 - Méndez, V. (2001). "Aspectos éticos de las políticas de reducción de daños en drogodependencias". A: *Gestionando las drogas*. Barcelona: GRUP IGIA.
 - Nietzsche, F. (1972) *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza Editorial. 1991.
 - Panagopoulos, I., Ricciardelli, L.A. (2005) "Harm reduction and decision making among recreational ecstasy users". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 54-64].
 - Parker H, Aldridge J, Measham E. (1999) *Ilegal leisure. The normalization of adolescent recreational drug use*. 2nd ed. London, New York: Routledge.
 - Poulin, Ch., Nicholson, J. (2002) "Should harm minimization as an approach to adolescent substance use be embraced by junior and senior high schools?". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16 [pàgines 403-414].

- Rhodes, T. (2002) "The 'risk environment': a framework for understanding and reducing drug-related harm". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 13. [pàgines 85-94].
- Robertson, E.; David S. & Rac, S. (2004) *Cómo prevenir el Uso de Drogas en los Niños y los Adolescentes*. Bethesda (Maryland): NIDA.
- Rolison, M.R.; Scherman, A. (2003) "University student - Three Perspectives of Captivating Risk." A: *Free Inquiry in Creative Sociology*. Nº 31. [pàgines 38-47]
- Sanders, B. (2005) "In the Club: Ecstasy Use and Supply in a London Nightclub". A: *Sociology*, nº 39. [pàgines 241-258].
- Schroers, A. (2002) "Drug Checking: Monitoring the Contents of New Synthetic". A: *Journal of Drug Issues*. Nº 32. [pàgines 635-646].
- Szasz, T. (1977). *The Theology of Medicine*. Nova York: Harper & Row Publishers.
- Tammi, T. (2005) "Policy Analysis. Discipline or contain? The struggle over the concept of harm reduction in the 1997 Drug Policy Committee in Finland". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 384-392].
- Uitermark, J., Cohen, P. (2005) "Policy Analysis. A clash of policy approaches. The rise (and fall?) of Dutch harm reduction policies towards ecstasy consumption". A: *International Journal of Drug Policy*. Nº 16. [pàgines 65-72].
- Van Wormer, K. (2004) "Harm Reduction: A Model for Social Work Practice with Adolescents". A: *The Social Policy Journal*. Nº 3. [pàgines 19-38].
- Wiley; Simmonds; Hill. (2005) "Harm reduction: What's a lawyer have to do? Narcotics and HIV/AIDS in Russia: Harm Reduction Policies Under Russian Law". *International Journal of Drug Policy* 17. [pàgines 60-64].
- Winstock, A., Wolff, K., Ramsey, J. (2001) "Ecstasy pill testing: harm minimization going too far?" A: *Adicction*. Nº 96. [pàgines 1139-1148].
- Zajdow, G. (2005) "What Are We Scared Of?: The Absence of Sociology in Current Debates about Drug Treatments and Policies". A: *Journal of Sociology, The Australian Sociological Association*. N º41. [pàgines 185-199]

Oci nocturn i substàncies psicoactives. Una recerca psicosocial

ANNEXOS

Annex I

FITXA TÈCNICA EXPLORACIÓ QUANTITATIVA

Àmbit: Catalunya.

Univers: Població d'ambdós sexes de 15 anys a 24 anys, que ha residit a Catalunya en els últims 12 mesos i que freqüenta espais d'oci nocturn.

Grandària de la mostra:

Dissenyada: 769 entrevistes

Realitzada: 769 entrevistes.

Afixació: Proporcional.

Ponderació: No procedeix.

Punts de mostreig: 10 municipis i 4 províncies.

Procediment de mostreig: No probabilístic, polietàpic, estratificat per zones geogràfiques. Les unitats primàries de mostreig estan definides pels municipis amb selecció proporcional i les unitats secundàries per punts de recollida d'informació o punts de presa. Les unitats últimes -individus- han estat seleccionades de manera accidental, buscant cobrir quotes de sexe i edat proporcionals a les dades poblacionals.

Els estrats s'han format per dues regions sociogeogràficament diferents: Barcelona ciutat i RMB; per a la resta dels municipis de Catalunya s'han distingit dues categories sobre la base de la grandària de la població: menor o igual a 2.000 habitants; de 2.001 a 15.700 habitants.

Els qüestionaris s'han aplicat mitjançant entrevista personal en punts definits de la via pública.

Error mostral: Per a un nivell de confiança del 95,5% (dos sigmes), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,532\%$ per al conjunt de la mostra i en el supòsit de mostreig aleatori simple.

ANNEX II

Taula A

Autopercepció del grau d'informació sobre les Substàncies	Relació amb el consum	Consumidors actuals				No consumidors [cons. OH-C] actuals			
		Home		Dona		Home		Dona	
	Sexe	15 a 19 anys	20 a 24 anys	15 a 19 anys	20 a 24 anys	15 a 19 anys	20 a 24 anys	15 a 19 anys	20 a 24 anys
Cocaïna	Cap o poca	28,73%	19,09%	29,33%	15,04%	40,74%	30,08%	48,75%	38,18%
	Bastanta o molta	71,26%	80,90%	70,66%	84,95%	59,25%	69,91%	51,25%	61,81%
Èxtasi	Cap o poca	58,62%	38,18%	60%	49,55%	65,43%	52,21%	65%	63,63%
	Bastanta o molta	41,37%	61,81%	40%	50,44%	34,56%	47,78%	35%	36,36%
Speed	Cap o poca	50,57%	47,27%	53,33%	39,82%	72,83%	63,71%	80%	70%
	Bastanta o molta	49,42%	52,72%	46,66%	60,17%	27,16%	36,28%	20%	30%
LSD	Cap o poca	68,96%	51,81%	72%	53,09%	82,71%	71,68%	85%	71,81%
	Bastanta o molta	31,03%	48,18%	28%	46,90%	17,28%	28,31%	15%	28,18%
Bolets	Cap o poca	41,37%	47,27%	54,66%	42,47%	60,49%	52,21%	68,75%	60,90%
	Bastanta o molta	58,62%	52,72%	45,33%	57,52%	39,50%	47,78%	31,25%	39,09%
GHB	Cap o poca	80,45%	72,72%	86,66%	76,99%	90,12%	79,64%	91,25%	86,36%
	Bastanta o molta	19,54%	27,27%	13,33%	23,00%	9,87%	20,35%	8,75%	13,63%
Ketamina	Cap o poca	75,86%	65,45%	80%	71,61%	88,88%	85,84%	87,5%	84,54%
	Bastanta o molta	24,13%	34,54%	20%	28,31%	11,11%	14,15%	12,5%	15,45%
Nexus	Cap o poca	96,55%	92,72%	98,66%	98,23%	100%	99,11%	100%	98,18%
	Bastanta o molta	3,44%	7,27%	1,33%	1,76%	0%	0,88%	0%	1,81%

Taula B

Valora la informació que et van a oferir els projectes	Freqüència	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
És molt útil	18	54,5	54,5
És útil	13	39,4	93,9
És poc útil	2	6,1	100,0
Total	33	100,0	

ANNEX III

Qüestionari administrat

SUP BD **1.** Enquestador/a: _____ **2.** Data: _____
3. Hora: _____ **4.** Ciutat: _____

*Bona tarda/nit, em dic estem realitzant un estudi sobre l'oci nocturn entre els joves de Catalunya. Podries sisplau respondre unes preguntes? Són cinc minuts. Aquesta enquesta és **anònima** i totes les dades són **totalment confidencials**.*

5. Sexe: 1. Home 2. Dona **6.** Edat: _____ [1. 15-19 2. 20-24]
7. Has residit en aquesta comarca en els darrers 12 mesos? 1. **SI** 2. **NO**
 → FI QÜEST.
8. En els darrers 12 mesos, has participat en alguna d'aquestes activitats més d'un cop?
 1. Anar a discoteques 4. Anar a festivals o concerts
 2. Anar a Festes Majors 5. Consumir begudes alcohòliques al carrer
 3. Anar a Raves 6. CAP → **FI DEL QÜESTIONARI**

[MOSTRAR TARGETA A]

9. En aquests espais que m'has dit, has provat alguna de les següents substàncies en els **darrers 12 mesos?** 1. **SÍ** 2. **NO** 3. **NS/NC** → **FI DEL QÜESTIONARI**

Ara et faré algunes preguntes sobre informació d'aquestes substàncies:

10. La informació que tens sobre [llegir cadascuna] creus que és: [llegir opcions]

	Cap	Poca	Bastanta	Molta
Cocaïna	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Èxtasi	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Speed	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
LSD (Àcids, Tripis)	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Bolets	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
GHB [Èxtasi líquid]	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Ketamina	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Nexus	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>

11. Aquesta informació que tens et sembla:

- 1. Suficient per a tu, no et cal més informació **[a 13]**
- 2. Insuficient, t'agradaria saber més sobre aquestes substàncies
- 3. NS/NC

12. Quin tipus d'informació t'agradaria tenir sobre aquestes substàncies?

(alguna cosa que t'interessaria saber)

13. En el cas de voler disposar d'informació sobre aquestes substàncies, com t'agradaria més aconseguir-la? [llegir les opcions i omplir només 1 resposta]

1. Per campanyes en TV
2. Trobant flyers / postal-free en espais de festa
3. Mitjançant una pàgina d'Internet
4. Amb xerrades a l'escola / la universitat / centre educatiu o centres cívics
5. Trobant stands o paradetes informatives en espais de festa
6. Mitjançant un telèfon d'informació
7. Altres: _____
8. NS/NC

14. Què et sembla si una organització, entitat o grup ofereix informació sobre aquestes substàncies en espais de festa? [llegir les opcions i omplir només 1 resposta]

1. Et sembla molt útil
2. Et sembla útil
3. Et sembla poc útil
4. Creus que no serveix per a res
5. NS/NC

15. Coneixes o has trobat algun cop en espais de festa alguna organització, entitat o grup que ofereixi informació sobre aquestes substàncies? [llegir les opcions]

1. SÍ, "SOM.NIT" o "ENERGY CONTROL"
2. SÍ, però no recordes el nom
3. Un altre projecte similar: Quin? _____
4. NO [a 20]
5. NS/NC

16. On te'ls has trobat o bé de què els coneixes? [llegir les respostes]

<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="checkbox"/> A una discoteca 2. <input type="checkbox"/> A una Festa Major 3. <input type="checkbox"/> A una rave 4. <input type="checkbox"/> A un festival o concert 5. <input type="checkbox"/> A una festa 6. <input type="checkbox"/> A l'escola /Universitat 	→	a 17	<ol style="list-style-type: none"> 7. <input type="checkbox"/> Els coneixes per amics / te n'han parlat 8. <input type="checkbox"/> Els has vist a TV 9. <input type="checkbox"/> Els coneixes per Internet 10. <input type="checkbox"/> Els coneixes per Flyers 11. <input type="checkbox"/> Has trucat al telèfon d'informació
			↓
			a 18

17. Has obtingut informació d'aquests espais? [llegir les opcions. Pot ser múltiple]

1. Només vas veure de lluny la paradeta [a 20]
2. Sí, vas agafar condons
3. Sí, vas agafar flyers
4. Sí, vas parlar amb una persona de la organització
5. Sí, et van analitzar una substància
6. Sí, vas utilitzar l'alcoholímetre
7. Altres: _____

18. Com valores la informació que has rebut per part d'aquests projectes? [llegir les opcions]

1. És molt útil
2. És útil
3. És poc útil
4. No és gens útil
5. NS/NC

19. Has recomanat aquest projecte a alguna persona o has transmès la informació que vas obtenir a alguna persona? (n'has parlat amb algú)

1. Sí
2. No
3. NS/NC

[MOSTRAR TARGETES A y B]

20. Tant si has provat com no aquestes substàncies, en quina de les següents situacions et trobes?

- | | | | |
|---------------|---|-----------------------------|--|
| a 20.1 | ← | A. <input type="checkbox"/> | Surto amb gent que consumeix habitualment aquestes substàncies. |
| | | B. <input type="checkbox"/> | Surto amb gent que consumeix de tant en tant aquestes substàncies. |
| a 21. | ← | C. <input type="checkbox"/> | Surto amb gent que no consumeix aquestes substàncies, tot i que conec gent que sí les consumeix. |
| | | D. <input type="checkbox"/> | Surto amb gent que no consumeix aquestes substàncies, i no conec ningú que les consumeixi. |

20.1 Al teu entorn es consumeix GHB, Ketamina o Nexus? 1. SÍ 2. NO 3. NS/NC

20.2 Al teu entorn es consumeix Cocaïna, Èxtasi o Speed? 1. SÍ 2. NO 3. NS/NC

[MOSTRAR TARGETA A]

21. Has provat alguna d'aquestes substàncies en els últims 12 mesos?

1. SÍ [**a 21.1**] 2. NO [**a 21.2**] 3. NS/NC [**a 22**]

21.1 Amb quina freqüència has provat aquestes substàncies en els últims 12 mesos?

[llegir les opcions i marcar només 1 resposta]

1. 2 o més cops al mes 2. 1 cop al mes 3. 2 cops l'any 4. 1 cop l'any

[a 21.4]

21.2 Has provat alguna d'aquestes substàncies alguna vegada a la vida?

1. SÍ [**a 21.3**] 2. NO [**a 22**] 3. NS/NC [**a 22**]

21.3 Amb quina freqüència les prenies? **[llegir les opcions i omplir només 1 resposta]**

1. 2 o més cops al mes 2. 1 cop al mes 3. 2 cops l'any 4. 1 cop l'any 5. Menys d'1 cop l'any

[a 21.4]

[MOSTRAR TARGETA A]

21.4 I quina d'aquestes substàncies has provat? Només cal que anomenis les lletres que figuren a la targeta:

- | | | |
|---|--|-----------------------------------|
| A. <input type="checkbox"/> Cocaïna | E. <input type="checkbox"/> Bolets | I. <input type="checkbox"/> Cap |
| B. <input type="checkbox"/> Èxtasi | F. <input type="checkbox"/> GHB (Èxtasi líquid) | J. <input type="checkbox"/> NS/NC |
| C. <input type="checkbox"/> Speed | G. <input type="checkbox"/> Ketamina | |
| D. <input type="checkbox"/> LSD (Àcids, Tripis) | H. <input type="checkbox"/> Nexus (2CB, 2CE, 2CI...) | |

22. Per últim, has consumit en els darrers 12 mesos... 1. Alcohool? 2. Cànnabis / porros?

I ara per finalitzar, una pregunta per classificar el qüestionari...

23. Quin és el nivell d'estudis del cap de família a casa teva?

(la persona que aporta majors ingressos a la llar)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Sense estudis. | 4. <input type="checkbox"/> F.P. (oficis o formació tècnica) |
| 2. <input type="checkbox"/> Primària (fins els 14 anys). | 5. <input type="checkbox"/> Estudis superiors (Diplomat, Llicenciat...) |
| 3. <input type="checkbox"/> Secundària (Batxillerat) fins els 16-18 anys. | 6. <input type="checkbox"/> NS/NC |

Indica quin ha estat l'ambient de l'enquesta:

1. Amistós / cooperatiu 2. Desconfiat / reticent 3. Indiferent 4. Hostil / agressiu

