

CAPÍTULO 1

Algunas reflexiones acerca de la evolución del consumo de drogas en España

1. INTRODUCCIÓN

El fenómeno del consumo de las drogas no es nuevo. No hace falta que nos remontemos en la historia para explorar los diversos usos que se atribuyeron a su consumo. Lo que nos interesa es tomar conciencia de que se ha pasado de un consumo más periférico, autárquico, autóctono, tradicional al de masas. La primera oleada del consumo de drogas, se sitúa en los años sesenta y está asociada a algunas corrientes de la música como el hippismo, el movimiento psicodélico o con ciertas formas de vida contraculturales. Los consumidores buscaban, de forma más o menos experimental, alternativas ante las pautas sociales y culturales de integración bajo el modelo social y de consumo que se imponía a la clase media. En particular, se imponía el “fordismo” y el “modelo de consumo masas”, de las nuevas líneas de productos asociados al llamado Standard package (vivienda, automóvil, electrodomésticos). Frente a esta homogeneización se generaron movimientos de contestación de dichos procesos de integra-

ción bajo la denominación más general de “contracultura” (flower power, el cuestionamiento guerra Vietnam...) en busca de la trasgresión y una alternativa a la normatividad social.

En este contexto el consumo de hachís y del LSD se vivía como una forma de consumo alternativo a las citadas normas y modelos de relación e integración dominantes. Mientras el modelo industrial y de consumo de aquellos años defendía la promoción social, la lucha por el éxito y el poder, el consumo de drogas se vivía como la búsqueda alternativa mediante nuevas experiencias sensoriales, de apertura mental, como medios que ayudaban a abrir la imaginación a modelos alternativos a los relacionados con “el sueño americano”. En síntesis, de los años sesenta emergieron muchos de los rasgos de la actual cultura de consumo: centralidad del cuerpo, importancia del ocio y de tiempo libre, cierto ludismo más hedonista, etc.

El minoritario consumo en España de los años sesenta y primeros de los setenta adoptó una cierta coloración de disidencia política más intenso de lo que pudo ocurrir en otros países occidentales (CONDE: 2006, 218). Las primeras medidas normativas que se aprobaron en contra del consumo de drogas fueron: una Ley de Abril de 1967 de Estupefacientes que constituyó la Brigada Especial de Investigación de Estupefacientes. A la que se añadió, algo más tarde, la Ley 77 de diciembre de 1978 de Peligrosidad y Rehabilitación Social... que se aplicaba, de forma indistinta, a políticos y drogodependientes y otras gentes de mal vivir desde los patrones ideológico-políticos del franquismo.

En España, es a partir de los años setenta, cuando podemos advertir la incidencia de problemas graves en algunos colectivos (RUIZ: 2006, 170). Aproximadamente, en este decenio, un ocho o diez por ciento de la población consume regularmente alcohol en grandes cantidades. Ese consumo acarrea sus consecuencias en las relaciones de pareja, en la educación de hijos, y en los riesgos en el ámbito laboral.

A finales de los setenta y principios de los ochenta se inicia un cambio en el consumo de drogas caracterizado por la masificación y por el cambio en las pautas de consumo, y los procesos sociales y motivacionales. El cambio a un aumento desde el punto de vista cuantitativo y al paso del LSD a la heroína tuvo con graves repercusiones en la salud, en la seguridad ciudadana e introdujo la angustia social por el desconcierto. Algunos autores explican este fenómeno desde el supuesto exceso de la libertad que conllevó el paso de la dictadura a la democracia, explicación que encontró en la expresión “de la libertad al libertinaje” su divisa más popular. Algunos autores como CONDE (2006, 219) lo explican desde el

conjunto de cambios sociales, culturales, e ideológico-políticos que se sucedieron aceleradamente en España:

- En primer lugar, se produce un auge del movimiento democrático que teniendo una expresión política muy clara –la lucha por las libertades– expresa también un movimiento de demanda de promoción y de modernización social de las más amplias clases medias y trabajadoras en aquellos finales de los setenta.
- En segundo lugar, y en una dirección prácticamente contraria a la anterior, se producen dos fenómenos que van a afectar en la línea de flotación del movimiento democratizador y modernizador anterior: la crisis económica de 1973 y años posteriores marcados con las primeras apariciones del paro masivo, la citada aspiración a la promoción social de amplios sectores juveniles; los primeros efectos del desencanto político que rompe con la pureza con que se había contemplado la política democrática en España a lo largo de la lucha antifranquista. Por un lado, sectores de las clases medias altas, la *beautiful people*, los *yuppies*. Por otro lado, los jóvenes de las más amplias clases medias más afectadas por el desencanto, las clases obreras tradicionales y las clases trabajadoras se vieron arrojadas a una centralidad social, y se vieron afectadas por las sucesivas oleadas de desempleo en las generaciones más jóvenes. En este contexto de ruptura social y de división se pueden señalar dos líneas de consumo de drogas muy diferentes: la cocaína, que se desarrolla como la droga asociada a los triunfadores, en términos sociales, y la heroína, asociada a los jóvenes de las clases trabajadoras, de los perdedores del proceso de la transición. El fenómeno (IDEM: 220) del desencanto político, afectó, sobre todo, a los hijos de las clases medias y medias altas triunfantes, a unos hijos que, heredando la contracultura de los sesenta/setenta como movimiento de contestación al nuevo orden social, buscaron en el consumo de drogas una cierta continuidad con su modelo vital de contestación al modelo social dominante. Sin embargo, en dichos análisis se ha tendido a olvidar los nuevos fenómenos del consumo de drogas derivados de la fractura social, del fracaso en la integración social que golpeaba con fuerza por aquellos años a los hijos de las clases trabajadoras, de unas clases sociales que por aquellos años empezaron a invisibilizarse tras su protagonismo social y simbólico de los años anteriores. Como señala USÓ (1996) “entre 1979 y 1982 se produjo una expansión masiva, casi epidémica, del uso endovenoso de heroína en España. Esta crisis afectó inicialmente a varones jóvenes, residentes en zonas urbanas, de capas medias y trabajadoras, de bajo nivel adquisitivo, aunque integradas

socialmente y con una actividad laboral normalizada. La heroínomanía se agudizó, sin embargo, entre jóvenes proletarios y subproletarios con problemas laborales y educativos”.

Mientras en los años setenta el consumo de drogas constituía una búsqueda más o menos consciente de transgresión, de alternativa a los procesos de integración social de aquellos años y de valores y normas sociales asociados, el consumo de drogas en los ochenta y, especialmente, el consumo de heroína, es el resultado del “proceso de desarticulación social y de conciencia de la clase obrera y de los trabajadores, en general”, (CONDE: 2006) y del paralelo fracaso de la generación de los hijos en su intento de integración en el modelo de consumo dominante. Películas como “Perros Callejeros” o “Deprisa, Deprisa”, relatan el sueño de integración en la sociedad de consumo a partir de emblemas tales como el automóvil y los sueños de libertad asociado a su posesión.

Fue en este período cuando se introdujo un cambio semántico en el ámbito del consumidor de drogas: se cambia de “los consumidores de drogas” a los “usuarios de drogas”. Además podemos identificar algunos de los procesos motivacionales básicos que se pusieron en marcha, que anticipan algunos de los rasgos más característicos de actual modelo de consumo. Según CONDE (2006, 222) nos señala dos tipos de mecanismos que luego, en una expresión más moderada, van a ser centrales en el conjunto de actitudes y comportamientos que van a desarrollar los jóvenes en los actuales procesos de consumo: el fenómeno del consumo compulsivo; el fenómeno de la enajenación total, de la dependencia. A finales de los años ochenta se inician las campañas del Ministerio de Sanidad y Consumo, “No te piques. El sida te engancha por la droga”. No obstante dichas imágenes sobre el consumo de las drogas se situaban todavía en el consumo en barrios excluidos y periféricos, de modo que las posibles estructuras motivacionales asociadas a dichos consumos no llegaban a la mayoría de los usuarios.

Los años noventa conllevan el desarrollo de varios procesos de profunda repercusión en los actuales fenómenos de los consumos de drogas (IDEM):

- Importancia creciente del sector servicios y de las llamadas industrias del ocio (turismo, entretenimiento...) que tienen en los jóvenes uno de los públicos cautivos preferentes.
- Intenso proceso de vulnerabilidad social de las más amplias clases medias que viven en el temor permanente a perder su situación social como resultado de los intensos procesos de cambio social y productivo (globalizaciones, flexibilidades, deslocalizaciones...).

- Rupturas de los procesos simbólico-culturales de integración y cohesión social con el desarrollo de la sensación de indefensión, de la fragilidad personal...
- Precarización del trabajo e intensa integración en dicha situación de las generaciones más jóvenes al punto que, por primera vez en muchos años, en la actualidad hay en España más jóvenes trabajadores que jóvenes estudiando. Un gran número de jóvenes que cuentan con un importante ingreso económico, que disponen de una gran cantidad de dinero para sus gastos de consumo y de ocio y tiempo libre.
- Paso a primer plano en las industrias del consumo de la venta de la propia experiencia personal, de la propia experiencia humana como uno de los elementos motivacionales del modelo más consumista. Las citadas industrias cada vez venden menos desde el punto de vista de significación social. Como ocurría de forma dominante hasta hace unos años. En la actualidad y de forma creciente es la propia experiencia social, el propio vínculo social el que pasa a ser comercializado por las industrias del consumo.

Según CONDE (2006, 223) el conjunto de procesos de transformación sociales y de modelos de consumo se ha traducido en varias cuestiones básicas en la comprensión de los fenómenos de consumos de drogas juveniles:

- La vulnerabilidad y la fragilidad social que se traduce en la búsqueda de seguridad, de la integración y la normalización social. Hoy los jóvenes quieren ser normales; ni contraculturales, ni alternativos, ni excluidos, ni malditos. Los jóvenes quieren consumir lo que les da la sensación de estar integrados en sus grupos de referencia.
- Los procesos de integración social tienden a desarrollarse de forma preferente en el espacio del ocio y del entretenimiento (cada vez se desarrollan menos en los espacios de trabajo, de estudio...).
- En el espacio-tiempo de ocio y entretenimiento el consumo de drogas legales e ilegales ocupa un lugar central.
- El consumo de dichas drogas se vive cada vez más como consumo... más allá de la sustancia.
- El consumo deviene consumismo y se erige en un elemento central del proceso de reproducción social, de forma que como lenguaje, como cultura, como actitud, como conjunto de valores se ha generalizado a la sociedad. El propio lenguaje del consumo en general, incorpora, de forma creciente, códigos motivacionales y estéticos

tradicionalmente asociados al consumo de drogas, de la misma forma que en el marco del consumo de drogas se incorporará de forma creciente el marketing...de los fenómenos de consumo más en general.

2. EL OCIO Y LA FIESTA: ELEMENTOS CLAVES DEL CAMBIO CULTURAL

En la década de los años setenta y ochenta el consumo de las drogas se relacionaba con causas sociales y psicológicas achacables a los consumidores, que además servían tanto de explicación de los motivos de inicio como de las consecuencias del consumo. Desde los años noventa el consumo se asociará cada vez más a lo lúdico y hedonista, más acorde con lo farmacológico de cada sustancia: desinhibición, estímulo, tranquilizante, desfase, etc. En la actualidad, la mayoría de los consumos se producen en espacios y tiempos de ocio y fiesta, poco relevantes para la toma de decisiones. Dichos consumos se consideran aceptables, algo “que los jóvenes deben experimentar” en estos espacios. Sin embargo, fuera de este ámbito los consumos se consideran problemáticos, exceptuando los de drogas legales. Por ejemplo: “En España, como en otras sociedades industriales y postindustriales, el consumo de cannabis se ha normalizado, se ha convertido en una tradición, una costumbre normal y aceptable. Esta normalización no es sólo una cuestión de un aumento de la oferta, de la disponibilidad y ni siquiera del consumo, sino que es, sobre todo, un cambio en las normas que regulan esas conductas, y, por tanto, en los valores y significados que predominan” (GAMELLA y JIMÉNEZ: 2004, 36).

ELZO *et al.* (2006) recogen la asociación que los jóvenes hacen entre drogas, y entre fiesta y drogas, de manera que incluso los jóvenes llegan a creer que los que más se divierten son los que consumen más drogas. Los consumidores se perciben a sí mismos como más abiertos, tolerantes o progresistas. Este consumo no se relaciona con la marginación ni con la existencia de problemas personales o familiares.

A esto se añade que los jóvenes tienen más tiempo libre y espacios y ocasiones de celebración festiva. Las drogas son funcionales para sentirse conectados a ese mundo extraordinario, ya que en la fiesta deben estar activos y abiertos, y deben relacionarse con los semejantes (PALLARÉS: 2006, 166). Las drogas les sirven para no ser un bicho raro en contextos festivos. Al extenderse el consumo, se han librado del estigma que las veía como

indicadores de problemas sociales y que asociaba a sus consumidores con los situados fuera de la sociedad. El consumo se percibe como integrador en contextos de diversión y lúdicos y alejados del mundo del trabajo.

A partir de estos parámetros se produce la estigmatización o la banalización del consumo de las drogas:

- A primera vista las drogas son malas (estigmatización) y quienes las consumen están en riesgo (estigma), pero unas mucho menos que otras (trivialización). Los casos más paradigmáticos son el cannabis (considerada como inocua) y la heroína en los dos extremos de la percepción.
- Todos los jóvenes consumen drogas (estigma que se banaliza), pero es normal que lo hagan, para divertirse, porque están en la edad.
- Es normal y aceptable que se consuma en los tiempos y espacios asociados a la diversión (banalización). Cualquier persona, incluidos los jóvenes, que consuma fuera de esos espacios, es considerada como un adicto que tendrá problemas (estigmatización).
- El control es el concepto a través del cual se define el universo perceptivo: no es adicto en que consume sino el que no controla, el que se desfasa. El concepto de control es el que reúne más elementos de la estigmatización de los consumidores o de la trivialización. El control o su falta es el elemento que parece permitir el señalamiento de la normalidad o no en el consumo.

3. ALGUNOS CAMBIOS EN EL CONSUMO

En este repaso a los nuevos cambios producidos en el contexto de consumo de drogas hay que señalar cambios significativos que hay que resaltar (LÓPEZ: 2006, 177):

- Un aumento del consumo.
- Un aumento de la diversificación de tipos de drogas.
- Bajada del precio de las drogas: en buena parte debido a la aparición de las nuevas sustancias químicas de diseño. La no necesidad de importación de las sustancias reduciendo la posibilidad de control policial, la gran difusión de las mismas y la posibilidad de montar un laboratorio químico en cualquier parte.
- Mercantilización del consumo y extensión: desde su irrupción como sector sumergido en la comercialización de la heroína, el

mercado de las drogas se ha revolucionado y ha sido colonizado por las reglas de mercado: mayor oferta, mayor demanda, modas, fluctuaciones de precios. Y como producto de mayor cobertura, pasando de los tradicionales ámbitos reducidos de consumo a una mayor difusión y generalización del consumo de sustancias al conjunto de la sociedad.

Dos son las diferencias sustanciales que la extensión del consumo ha generado: la iniciación más temprana al consumo y la mayor participación de las mujeres en el consumo. Se extiende la sensación de que “todos somos potencialmente adictos”, en una sociedad hedonista, que vive inmersa en el riesgo, y en la que cualquiera puede consumir drogas dentro de su ámbito privado. Por este motivo no se puede hablar de un determinado perfil de drogodependiente. Sin embargo, la identificación de un determinado perfil se hace necesaria a la hora de configurar campañas de prevención contra la drogadicción así como para configurar y diseñar programas de tratamiento.

Por último, podemos referirnos someramente al cambio de valores, que se podría sintetizar en el paso de una sociedad autárquica a una sociedad de consumo opulento. Este cambio supone un ajuste en las estructuras valorativas, en las que resulta fundamental y funcional a los mecanismos del mercado, que las personas ajusten sus formas de vida a la obtención de beneficios rápidos, fáciles en pro del bienestar, entendido casi exclusivamente desde el punto de vista de la capacidad de consumo y de placer (PALLARÉS: 2006,158). Este cambio se acompaña de la consideración de la familia como soporte en el que los jóvenes se sienten seguros, lo que prolonga el tránsito, cada vez más largo, al estado adulto. A su vez la sociedad adulta se siente cada vez más culpable por todo aquello que suponga una frustración de las expectativas juveniles. En este escenario, de sobreprotección y de permanente infantilización de lo joven, en el que se ha transformado la expectativa de construcción (esfuerzo personal) por la de aprovechamiento (compra y consumo de beneficios), el concepto de riesgo al que se enfrentan los jóvenes queda casi exclusivamente reducido a aprender a bregar con los elementos del contexto que puedan interponerse en el proceso de maduración (que se entiende concluso cuando se consigue trabajo estable, casa y familia propia).

ELZO (2006, 226) nos propone el siguiente esquema de consumo y pautas de consumo:

MODELO AÑOS 60/70 MODELO DE CONSUMO DE MASAS	MODELO AÑOS 80 MODELO DE CONSUMO SEGMENTADO	MODELO DE CONSUMO GLOBAL A PARTIR DE LA CRISIS DE 1994
- Nacimiento de la sociedad de consumo en España.	- Ampliación del consumo en España y principio de diferenciación interna.	- Pasividad del consumo y nacimiento de nuevos modelos de consumo.
- Importante crecimiento de clases medias urbanas (empleo fijo y políticas de pleno empleo) Fuerte proceso de promoción social.	- Principio de procesos de dualización y segmentación social: “yuppies” y “parados”.	- Creación de zonas de integración social muy diferenciadas y generalización de la “vulnerabilidad social”. La exclusión como parte integrante del proceso social, como amenaza constante.
- Desarrollo de las normas de integración social. - Desarrollo de los valores del trabajo, del esfuerzo.	- Cuestionamiento de los valores del esfuerzo. Desarrollo de la cultura del dinero y del éxito rápido.	- Fracturación de las normas sociales.
- Norma de “consumo de masas”, “Standard package” vivienda, automóvil, electrodomésticos.	- Normas de consumo “segmentados” y por “nichos” “estilos de vida”.	- Normas de consumo segmentados/personalizados y desarrollo de varias normas de consumo.
- La “clase media” como centro simbólico y aspiracional.	- La clase media alta como referente simbólico y aspiracional.	- Diferentes modelos simbólicos de referencia (ciber-élite, norma de consumos de masas).

4. BIBLIOGRAFÍA

- CONDE, F. (2006): “Consumir, ¿Por qué no drogas?” en Congreso Sociedad, Familia y drogas. Jornadas 2006: Drogas el Peaje del Bienestar. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales
- ELZO, J. (dir) et al (2000): “Las culturas de las drogas en los jóvenes: ritos y fiestas”. Vitoria, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

- ELZO; J. (2006): “A vueltas con los valores y las drogas” en Congreso Sociedad, Familia y Drogas. Jornadas 2006: Drogas el Peaje del Bienestar. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.
- GAMELLA, J. JIMÉNEZ RODRIGO, M.L (2004): “El consumo prolongado de cánnabis: pautas, tendencias y consecuencias”. FAD, Sevilla.
- PALLARÉS (2006): “Las drogas como signifiante cultural” en Congreso Sociedad, Familia y Drogas. Jornadas 2006: Drogas el Peaje del Bienestar. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.
- RUIZ, J. (2006): “Drogas, entre las políticas sectoriales y las ambiciones maximalistas” en Congreso Sociedad, Familia y Drogas. Jornadas 2006: Drogas el Peaje del Bienestar. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.

5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

1. Identificación de nuevos contextos de consumos de drogas.
2. Valoración de los factores que explican el aumento del consumo de drogas en España.
3. Evaluación de nuevos hábitos relacionados con el consumo en general y sus consecuencias.
4. Análisis de la valoración del consumo de drogas legales frente a las ilegales en España.