



Drogas y Salud

Red de **A**ctividades
de
Promoción de **S**alud



Comisión Europea

Consejería de Asuntos Sociales
Comisionado para la Droga

SESIÓN DE TRABAJO: MENSAJES E IMÁGENES ANTE EL CONSUMO DE DROGAS DE SÍNTESIS

Autora: NURIA ROMO AVILÉS

Departamento de Antropología y Trabajo Social. Universidad de Granada

Coordinadora de la Sesión de Trabajo: Nuria Romo Avilés

Relatora de la Sesión de Trabajo: Valeria G. Nebauer

Escuela Andaluza de Salud Pública

1. Introducción

Desde finales de los años ochenta se extienden en España nuevos patrones de uso de drogas, entre los que se encuentran las drogas de síntesis. Estos nuevos consumos se producen en el contexto de nuevas pautas de ocio y de la popularización de una nueva subcultura juvenil asociada a la escena del 'baile'. Los inicios de la popularización de estos consumos se remontan a 1986 y 1987, comenzando el periodo de masificación en 1992 (Roig Traver, A. 1994; Gamella y Alvarez Roldán 1997). En Europa, una de las características más significativas de los nuevos patrones de uso de éxtasis ha sido su capacidad para trascender fronteras nacionales. (Fountain J. And Griffiths P. 1997). Es sorprendente cómo los nuevos patrones de uso de drogas se establecen a lo largo y ancho de la Unión Europea en un corto periodo de tiempo.

Países como Holanda, Inglaterra, España o Alemania han tenido mayor incidencia del consumo de este tipo de drogas que otros países europeos. La mayor incidencia de este tipo de consumos de drogas ha provocado la realización de distintas intervenciones destinadas a la reducción de la demanda con carácter nacional o local. (EMDCCA, 1997). El objetivo de este taller ha sido realizar un análisis entre distintos profesionales sanitarios, tanto de los

contextos culturales en los que se vienen produciendo los nuevos consumos de drogas y las nuevas formas de ocio, como de algunos de los mensajes e imágenes destinados a la intervención en estos ambientes juveniles de modo comparativo entre distintos países.

Las intervenciones preventivas fueron seleccionadas con el propósito de poner de manifiesto las diferentes formas de intervención y sus consecuencias. En el ámbito europeo, trabajamos con las realizadas por la agencia de prevención inglesa Lifeline y el programa de reducción de riesgos del Adviesbureau Drugs en Holanda. En cuanto a las experiencias llevadas a cabo en España, incluimos las siguientes campañas: "Hay colores que matan" de la Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de la Comunidad de Madrid, "Atención pastillas" llevada a cabo por el Comisionado para la Droga de la Junta de Andalucía, "¿Tomas éxtasis?" realizada por el Organismo Técnico de Drogodependencias de la Generalitat de Catalunya y, por último, una intervención realizada por el Ayuntamiento de Alcañiz en Teruel en su programa de fiestas anuales llamada "Vive las Fiestas. Diviértete sin riesgos".

La alarma social generada por las nuevas formas de ocio, los consumos de drogas a ella asociados y las consecuencias adversas derivadas del uso de este tipo de sustancias ha producido una se-

rie de intervenciones públicas en España con el objetivo, en unos casos, de prevenir el consumo y en otros, de reducir riesgos. Las campañas preventivas destinadas a evitar el consumo o a la reducción de riesgos entre los usuarios de drogas de síntesis se sitúan dentro del cambio de orientación que se produce en las políticas preventivas en materia de drogodependencias en España a partir de los años noventa. Este cambio lleva a la aparición de nuevos mensajes e imágenes destinados a los nuevos consumidores de las distintas Comunidades Autónomas con una orientación que trata de ser más pragmática y destinadas a la eliminación o minimización de los posibles daños derivados de los nuevos usos de drogas.

2. Contexto: Nuevos entornos de ocio juvenil que mediatizan el uso de drogas

El movimiento juvenil asociado a la escena de la "fiesta" y a la música "techno" se inicia en Europa a finales de los años ochenta. Desde sus inicios se establecen relaciones estrechas entre este movimiento y el policonsumo de las que se están viniendo en llamar "drogas de baile", un amplio grupo de sustancias que incluye a los poppers, LSD, speed, cocaína y éxtasis.

El cambio que se produce en las pautas de uso de drogas entre determinados sectores juveniles en los años noventa, va estrechamente unido al cambio en las pautas de ocio y a la celebración del fin de semana. A pesar de esto, hemos de tener en cuenta que la vulgarización del consumo ha provocado que, en los últimos años, el uso de estas sustancias se produzca en otros lugares no tan específicos culturalmente. Hoy, la escena de la 'fiesta' no es homogénea en España.

Cuando hablamos de la escena "rave" englobamos diversos grupos semejantes en actitudes, recursos y organización del tiempo,

pero diversos en los grados de identificación y con una participación variable en movimiento juvenil. Así mismo, es preciso tener en cuenta que la fiesta evoluciona, no es estática: en cada momento encontraremos escenas juveniles distintas y las posibles intervenciones preventivas deberían mantenerlo en la agenda.

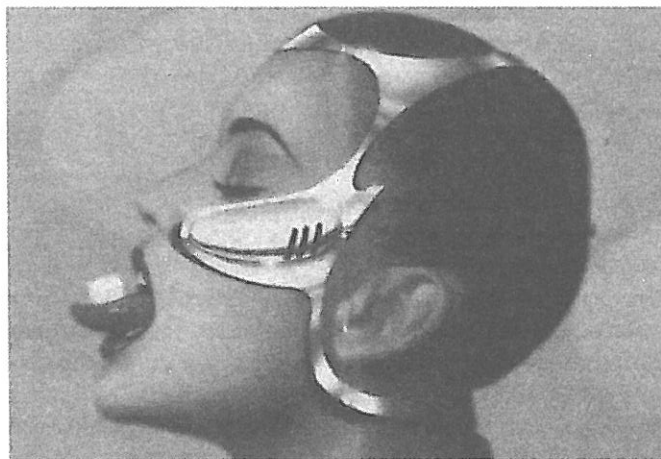
A pesar de todo esto, hemos podido identificar varios elementos que se reproducen por encima de fronteras en el entorno de la 'fiesta' y entre los que destacan: la música, el estilo y el consumo de drogas de síntesis. Uno de los aspectos a destacar es que la cultura de la fiesta o del baile ha generado nuevas formas comunicativas entre los jóvenes.

Hoy podemos hablar de un "lenguaje de la fiesta", de formas específicas de publicitación de estos eventos festivos, de una estética determinada, es decir, de numerosos elementos simbólicos que es preciso tener en cuenta a la hora de establecer comunicaciones efectivas con los posibles receptores de estos mensajes.

Entre los rasgos que distinguen este movimiento juvenil está la organización de un determinado tipo de evento festivo, la "fiesta" o "rave": reuniones multitudinarias

de jóvenes en las cuales los elementos centrales son la música electrónica y los que "pinchan", los discjockeys. La música se acompaña de una amplia parafernalia en los locales, que incluye diversos tipos de luces y proyecciones, además de otros elementos de estilo que distinguen a sus asistentes y que van desde la ropa utilizada hasta determinadas formas de baile. La 'fiesta' es un encuentro, pautado culturalmente y privilegiado para la intervención.

La necesidad de "aguantar" durante varios días el baile y el ritmo frenético que impone la "fiesta" es una de las razones que ha llevado a un uso intensivo de determinadas sustancias psicoactivas en estos eventos. Las motivaciones de los consumidores, sus



efectos y las reacciones adversas, están estrechamente relacionadas con este contexto de “fiesta” en el que se suelen producir los consumos.

3. Análisis de materiales y formas de intervención

Entre los materiales españoles analizados las campañas mejor valoradas han sido aquellas que mejor se adaptan al lenguaje y estética de los consumidores. “¿Tomas éxtasis?” y “Atención Pastillas” han sido las más apreciadas por los profesionales que formaban el taller. Ambas campañas han sido distribuidas en fiestas y discotecas y han contado con el asesoramiento de asociaciones y jóvenes pertenecientes a la nueva escena juvenil a la hora de su diseño. Su principal objetivo es la reducción de daños, enfatizando la responsabilidad personal y tratando de establecer algunas reglas de consumo seguro básicas.

En ocasiones, hemos detectado como algunos de los mensajes e imágenes que se vienen transmitiendo en estos contextos juveniles están muy influenciados por la crisis de drogas producida por el consumo de heroína y por la percepción y acción frente al riesgo de los consumidores de este tipo de drogas. La imagen social del drogodependiente asociada al heroinómano y a los problemas causados por el uso de esta sustancia, se reflejan en algunas de las campañas preventivas que intentan la reducción de daños asociados a las nuevas pautas de consumo de drogas, a través de mensajes de corte, en muchos casos, moralista y prohibicionista.

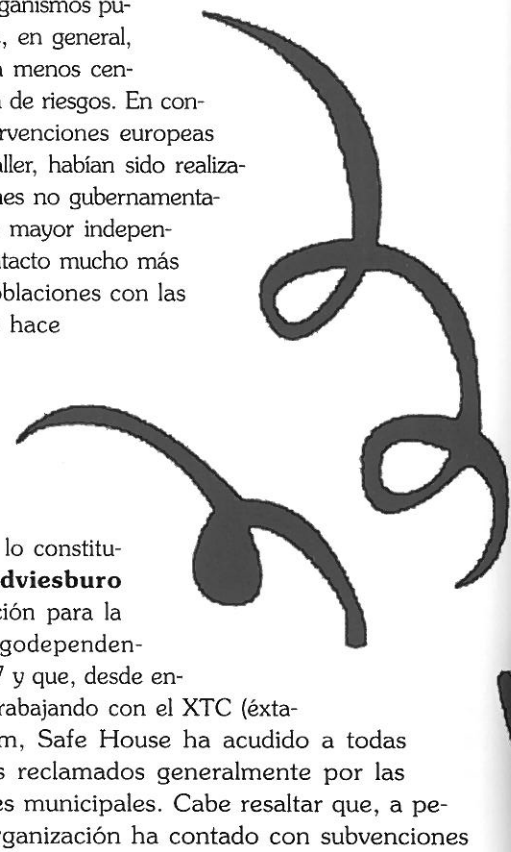
La expresión extrema de esta confusión se observa en la utilización por una las intervenciones de una jeringuilla hipodérmica para decir que “Hay colores que matan”, cuando esta vía de administración no es la utilizada por los consumidores de éxtasis, y es asociada inmediatamente con la tan denostada figura del heroinómano o “yonky”. Estos mensajes no consiguen adecuarse a entornos no considerados por los propios usuarios de “drogodependencia”, ni a sustancias no incluidas por los propios consumidores dentro de la categoría de “droga”.

Juzgar y/o infundir miedo son estrategias que desembocan en el rechazo de los mensajes por parte de los consumidores. Esta es

una de las principales diferencias que encontrábamos entre las campañas europeas y españolas. En España, las campañas de prevención parten de los organismos públicos y eso las hace, en general, situarse en una línea menos centrada en la reducción de riesgos. En contraposición, las intervenciones europeas analizadas en este taller, habían sido realizadas por organizaciones no gubernamentales que cuentan con mayor independencia y con un contacto mucho más estrecho con las poblaciones con las que trabajan. Esto hace que su trabajo se acerque más a la realidad de cada momento.

El mejor ejemplo en este sentido lo constituye el **Stichting Adviesburo** holandés, organización para la prevención de drogodependencias creada en 1987 y que, desde entonces, ha venido trabajando con el XTC (éxtasis). En Amsterdam, Safe House ha acudido a todas las grandes fiestas reclamados generalmente por las propias autoridades municipales. Cabe resaltar que, a pesar de que esta organización ha contado con subvenciones del gobierno holandés, mantiene total independencia en su trabajo.

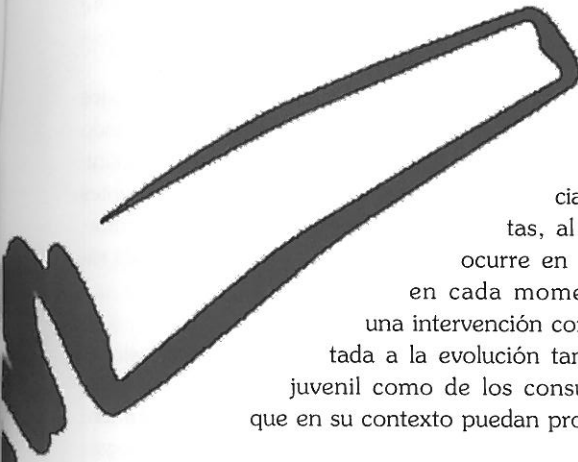
Entre sus tareas está el controlar que en estos lugares existan primeros auxilios, agua disponible para los asistentes, aire acondicionado y medidas de seguridad. Esta organización instala una mesa informativa a la entrada de los lugares en los que se realizan estas grandes fiestas. Por un precio no muy elevado, se realiza una sencilla prueba química en la que se determina si la pastilla o cápsula que se va a consumir contiene MDMA o similares.



Este test sólo indica si la pastilla contiene MDMA o alguna sustancia de su misma familia, es decir, MDEA, MDA, MBDB, etc. Tras realizar dicha identificación se coteja el diámetro, color y anagrama del comprimido en unas listas confeccionadas por la propia organización, con el objeto de conocer qué contiene exactamente. La información que se da es directa y sin ningún tipo de valoración, es decir, es el propio usuario el que, tras conocer sus características y calidad, decide si consume o no la pastilla.

Este tipo de intervenciones permiten el control de las medidas de seguridad en los locales y la calidad en el consumo. A su vez proporciona, a los profesionales de la prevención, un conocimiento mucho más profundo del contexto que rodea el uso de

estas sustancias. Creemos



que las iniciativas preventivas planteadas por esta agencia son más realistas, al conocer lo que ocurre en estos ambientes en cada momento y permitir una intervención continuada y adaptada a la evolución tanto de la cultura juvenil como de los consumos de drogas que en su contexto puedan producirse.

En una línea de trabajo similar se encuentra **Lifeline**, agencia inglesa no establecida por ley, sin carácter gubernamental, que trabaja desde los años 70 en el ámbito de las drogodependencias. A partir de 1992 esta agencia establece las líneas de trabajo que conocemos en la actualidad, funcionando en base a las demandas de los clientes.

Lifeline realiza intervenciones con cualquier grupo de profesionales o individuos que puedan beneficiar a sus grupos de clientes y que le permitan llevar a cabo sus tareas con usuarios de drogas, los familiares y amigos de éstos.

El trabajo de esta agencia se basa en la idea de que nunca han existido tantas drogas ilegales disponibles y un uso tan habitual de las mismas como en la actualidad. Esto no quiere decir que hoy la norma sea ser un adicto a las drogas; al contrario, los adictos a determinadas sustancias representan una minoría entre la gente que usa drogas ilegales. Lifeline distingue entre dos grupos de usuarios de drogas: aquellos que son adictos (grupo A) y aquellos que usan drogas de forma recreacional (grupo B). Esta diferenciación no implica la idea de que el uso recreacional de drogas sea sinónimo de un uso no problemático. Los usuarios recreacionales tienen problemas y necesidades; no van a tener las mismas de los adictos, pero están ahí y, como agencia, Lifeline tiene el propósito de atender a todos los usuarios de drogas y a todos los problemas relacionados con las mismas.

En el contexto actual del uso de drogas, Lifeline parte de la necesidad de implicarse con consumidores en distintos niveles del uso. Para aquellos que han decidido no usar drogas, Lifeline pretende reforzar esta posición a través de sus esfuerzos preventivos. Para los jóvenes que están pensando en usar determinadas sustancias o que ya han comenzado a hacerlo, Lifeline pretende asegurar que tienen acceso a material de promoción de la salud que les proporcionará la información necesaria para evitar problemas relacionados con las drogas y, por último, para los que han comenzado a usar drogas regularmente, Lifeline les proporcionará de forma confidencial consejo, información y asesoramiento de modo que se pueda intervenir lo más pronto posible en la escala de uso de drogas con la intención de prevenir el paso del grupo recreativo (Grupo B) a tipos de uso de drogas dependientes (Grupo A).

La agencia se mantiene en contacto directo con cientos de jóvenes, comprobando periódicamente la calidad y el precio de las drogas en circulación.

En 1990, comienzan a trabajar con consumidores de éxtasis y lanzan la primera campaña con el personaje de Peanut Pete. Tanto en esta campaña, como en las que ha ido realizando en los últimos años, se han enviado mensajes a los participantes en este movimiento sobre la forma de incidir en conductas de riesgo y diversos aspectos relacionados con las drogas de baile.

En España, hasta el momento, no existe ninguna organización de este tipo sino que todas las intervenciones se vienen realizando de mano de la administración pública, lo que les da a las campañas un perfil muy diferente. Las diferencias entre las intervenciones españolas y las europeas analizadas se deben, en parte, al diverso carácter de las instituciones que las producen.

4. Discusión: Notas sobre la Reducción de la Demanda

Las estrategias comunicativas capaces de contactar con los asistentes a este tipo de ambientes juveniles y posibles receptores de los materiales preventivos, deben tener en cuenta los elementos culturales que rodean estas nuevas pautas de consumo de drogas, siendo crucial, un estrecho contacto de los profesionales con los ambientes juveniles en los que se producen.

En España, es difícil conocer cuál es la calidad de los comprimidos que se venden bajo el nombre de éxtasis al no existir organizaciones que realicen su trabajo de forma más cercana a los usuarios y al no llevarse a cabo un análisis periódico que permita conocer el contenido real de estos comprimidos que en el mercado al detalle se venden bajo el nombre de éxtasis¹. De igual modo, es necesario un conocimiento más profundo de las condiciones en las que se producen los consumos, ya que es bastante común que en los locales en los que se escucha música de baile y en las grandes fiestas tipo 'rave' no se disponga de agua, lugares aireados para el descanso y equipos de primeros auxilios. El simple control de estas circunstancias puede evitar muchas de las reacciones adversas que se producen tras el consumo de drogas de síntesis.

Es necesario no olvidar que los usos de drogas que se producen en estos ambientes juveniles incluyen un amplio grupo de sustancias de las que también se están viniendo en llamar "drogas de baile" y que van del LSD a la cocaína, pasando por el hachís, speed o los poppers. La combinación de distintas sustancias se produce a la carta, según los gustos de los consumidores. Como ocurre con otros objetos de consumo, se trata de combinar los distintos tipos de comprimidos que se venden bajo el nombre de "éxtasis"

con otras sustancias psicoactivas con el objetivo de conseguir los efectos deseados en cada momento.

Mantenerse más de veinticuatro horas despierto al ritmo del "techno" lleva a la búsqueda de una fuerte estimulación. Trasladarse en ese intervalo horario de una fiesta a otra, supone en muchos casos conducir bajo los efectos de determinadas sustancias psicoactivas, y descansar, tras la marcha frenética y el consumo de varias sustancias estimulantes, lleva en algunas ocasiones a la necesidad de usar algún tipo de depresor que permita el descanso. La mayoría de los materiales que se vienen produciendo en España centran su mensaje en el consumo de éxtasis, cuando puede ser más importante atender a los posibles efectos secundarios derivados de los nuevos patrones de policonsumo de drogas. Atender a conductas de riesgo antes que enviar información sobre sustancias concretas puede tener mayor efectividad a la hora de diseñar alguna campaña.

En esta línea, los mensajes considerados como más apropiados son los enunciados de forma positiva, concreta y breve, utilizando una información lo más fidedigna posible. El mejor canal comunicativo lo constituyen personajes claves de este tipo de ambientes juveniles; discjokeys y otros tipos de trabajadores de estos entornos pueden contactar con la población diana de manera más rápida y efectiva.

Por otro lado, las intervenciones dirigidas a los consumidores sin un trabajo paralelo con padres y educadores se muestran poco efectivas. Detectamos la necesidad de contar con mensajes complementarios y no sólo los destinados a los usuarios de este tipo de drogas.

Asimismo, los mensajes efectivos deberán tener en cuenta las diferencias de género. Esta nueva forma de ocio y de uso de drogas asociado ha supuesto un cierto cambio en las diferencias entre varones y mujeres asociadas al uso de drogas. Las mujeres están presentando datos menos dicotomizados respecto a los varones en el uso del éxtasis, si los comparamos con los de otras sustancias ilegales. En los entornos de "fiesta" se observa una mayor presen-

1. Gamella, J.F., Álvarez-Roldán, A. y Romo, N. (1997) analizaron una muestra de los comprimidos de los vendidos en el mercado al detalle español desde agosto de 1994 a septiembre de 1995 bajo el nombre de "éxtasis", comparándola con datos de las confiscaciones policiales. Entre las conclusiones de este estudio, además de la posible toxicidad de la sustancia, se veía que la variación en la concentración de principios activos y el aumento de "comprimidos falsos" eran los mayores riesgos para los consumidores



cia femenina que en otros ambientes de diversión. Este hecho contrasta con la falta de atención que se observa en las distintas intervenciones con las que hemos trabajado. Sólo conocemos la realizada por Lifeline sobre las consecuencias que puede tener para las chicas el realizar una dieta de adelgazamiento por el consumo de MDMA.

La aparición de nuevos patrones de consumo de drogas, como el que ha marcado el consumo del éxtasis y otras drogas de síntesis en la última década, ha generado entre los profesionales de la salud un interés por conocer cuáles son estas nuevas pautas, las motivaciones y los efectos secundarios adversos de las nuevas sustancias. La promoción de la salud en este tipo de entornos juveniles hace necesaria la formación continua de los profesionales sanitarios, posibilitando la intervención de manera efectiva y con las imágenes y mensajes adecuados a las nuevas tendencias juveniles que se pudieran desarrollar en cada momento.

5. Referencias bibliográficas

Cruz, C. (1996): Video "Rave y éxtasis". Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Málaga.

EMCDDA (1997): Annual Report on the State of the Drugs Problem in the European Union. Lisbom: EMCDDA.

Fountain J. And Griffiths P. (ed.). (1997): Inventory, Bibliography and Synthesis of Qualitative Research in the European Union. 4 vol.. Lisbon and London: NAC/EMCDDA.

Gamella, J. F., y A. Alvarez Roldán. (1997): Drogas de síntesis en España: Patrones de adquisición y consumo. Un estudio antropológico en cinco Comunidades Autónomas. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

Gamella, J. F., A. Alvarez Roldán, y N. Romo Avilés. (1997): ¿Qué contienen las pastillas de colores?. Perfil químico del éxtasis. Revista Proyecto. 21. Marzo. 10-14.

Gamella, J. F., Alvarez Roldán, A., Romo, N. y Sánchez, J.. (1997): La expansión del uso de "éxtasis" en España. Coordinadora de ONGs que Intervienen en Drogodependencias. Boletín entre todos. nº 14. Junio: 21-40.

Romo Avilés, Nuria. (1998): Drogas de síntesis y nuevas culturas juveniles. Ponencia presentada al Congreso Alcohol, Drogas de síntesis y alternativas de ocio y tiempo libre para los jóvenes. Madrid. Cruz Roja Juventud. Marzo.

Roig Traver, A. (1990): Extasis: Una revisión del MDMA, MDA y demás feniletilaminas psicoactivas. en XVII Jornadas Nacionales de Sociodrogalcohol. Libro de ponencias. 541-561. Valencia: Diputación Provincial.

---. (1994): Sobre el uso recreativo de la metilendioximetanfetamina: aspectos históricos y efectos adversos. Adicciones 6 (4): 437-452.